



Comune di Padova

*REGOLAMENTO COMUNALE
PER L'APPLICAZIONE DELL'IMPOSTA COMUNALE
SULLA PUBBLICITA'
E DEL DIRITTO SULLE PUBBLICHE AFFISSIONI*

*REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA DEGLI
IMPIANTI DI PUBBLICITA' O PROPAGANDA
E DEGLI ALTRI MEZZI PUBBLICITARI SULLE STRADE
E SULLE AREE PUBBLICHE O DI USO PUBBLICO*

— °° —

Approvati con deliberazione consiliare n. 143 del 19.12.2000

*Modificati con deliberazioni consiliari n. 14 del 13/02/2002, n. 130 del 19 dicembre 2005,
n. 57 del 10/07/2006, n. 121 del 23/11/2009, n. 99 del 29/11/2010, n. 84 del 18.12.2014, n.
47 del 06/07/2020, n. 72 del 09/11/2020 e n. del .*

A) REGOLAMENTO COMUNALE PER L'APPLICAZIONE DELL'IMPOSTA COMUNALE SULLA PUBBLICITA' E DEL DIRITTO SULLE PUBBLICHE AFFISSIONI

I N D I C E

CAPO I: DISPOSIZIONI GENERALI

- Art. 1 Ambito e scopo del Regolamento
- Art. 2 Classificazione del Comune
- Art. 3 Categoria delle località e maggiorazione
- Art. 4 Tariffe e maggiorazioni
- Art. 5 Presentazione degli atti e decorrenza del termine del procedimento

CAPO II: IMPIANTI PER LA PUBBLICITA' E PER LE AFFISSIONI

- Art. 6 Tipologia e quantità degli impianti pubblicitari
- Art. 7 Ripartizione degli impianti
- Art. 8 Piano generale degli impianti
- Art. 9 Impianti per affissioni dirette
- Art. 10 Autorizzazione e Segnalazione certificata di inizio attività (scia)
- Art. 11 Anticipata rimozione
- Art. 12 Pubblicità effettuata in difformità a leggi e regolamenti
- Art. 13 Materiale pubblicitario abusivo
- Art. 14 Pubblicità effettuata su spazi ed aree comunali
- Art. 15 Affissioni ed installazione di impianti pubblicitari su spazi privati provvisori

CAPO III: IMPOSTA COMUNALE SULLA PUBBLICITA'

- Art. 16 Presupposti e modalità di applicazione dell'imposta
- Art. 17 Disposizioni di carattere generale ed autorizzazione
- Art. 18 Pagamento dell'imposta
- Art. 19 Dichiarazione
- Art. 20 Pubblicità effettuata con veicoli in genere
- Art. 21 Mezzi pubblicitari gonfiabili

CAPO IV: DIRITTO SULLE PUBBLICHE AFFISSIONI

- Art. 22 Richiesta del servizio

- Art. 23 Pagamento del diritto
- Art. 24 Modalità per le affissioni
- Art. 25 Rimborso dei diritti pagati

CAPO V: DISPOSIZIONI COMUNI

- Art. 26 Sanzioni
- Art. 27 Privilegi
- Art. 28 Norme finali
- Art. 29 Entrata in vigore

CAPO I

DISPOSIZIONI GENERALI

Art. 1

Ambito e scopo del regolamento

1. Il presente regolamento, adottato ai sensi e per gli effetti delle vigenti disposizioni legislative, integra la disciplina dell'applicazione dell'imposta sulla pubblicità e della gestione del servizio delle pubbliche affissioni, contenuta nel decreto legislativo 15 novembre 1993, n. 507 e, anche mediante rinvio ad altri regolamenti comunali, stabilisce le modalità di effettuazione della pubblicità e quant'altro richiesto dall'art. 3, comma 3, del decreto legislativo richiamato.
2. Agli effetti del presente regolamento, per "imposta" e per "diritto", si intendono rispettivamente l'imposta comunale sulla pubblicità e il diritto sulle pubbliche affissioni.
3. Il Comune può effettuare detto servizio in concessione.

Art. 2

Classificazione del comune

1. Agli effetti dell'applicazione dell'imposta e del diritto, il Comune di Padova classificato nella classe II° in base alla popolazione residente al 31 dicembre 1999 - 211.391 abitanti, quale risulta dai dati statistici ufficiali.

Art. 3

Categoria delle località e maggiorazione

1. Ai fini dell'applicazione dell'imposta e del diritto, limitatamente alle affissioni di carattere commerciale, le località del territorio del Comune di Padova sono suddivise, in relazione all'importanza dei luoghi ove gli spazi e la pubblicità si trovano, in categoria normale e categoria speciale, ripartita in due fasce, applicando alla categoria speciale di prima fascia una maggiorazione del 140 % della tariffa normale ed alla categoria speciale di seconda fascia una maggiorazione del 70% (All. A).
2. La superficie complessiva delle località comprese nella categoria speciale non può superare il 35% di quella del centro abitato, come delimitato ai sensi dell'art. 4 del D. Lgs. 30 aprile 1992, n. 285; in ogni caso la superficie degli impianti per le pubbliche affissioni installati in categoria speciale non può superare il 50% della superficie espositiva complessiva.

Art. 4
Tariffe e maggiorazioni

1. Le tariffe dell'imposta e del diritto e le previste maggiorazioni sono applicate nelle misure stabilite dalla legge e come indicato nell'allegato del presente regolamento (all. C).
2. Il Comune di Padova, caratterizzato da rilevanti flussi turistici che si verificano nel territorio nel periodo dal 1° aprile al 31 maggio e dal 16 agosto al 15 ottobre, applica una maggiorazione del 50% delle tariffe e dei diritti, a' sensi del comma 6 dell'art. 3 del D.Lgs. 507/93.
3. Le tariffe in vigore, se non modificate entro il 31 Ottobre di ogni anno, si intendono prorogate di anno in anno. Eventuali variazioni entreranno in vigore il 1° gennaio dell'anno successivo a quello in cui la deliberazione è divenuta esecutiva.

Art. 5
Presentazione degli atti e decorrenza del termine del procedimento

1. La data di presentazione di qualsiasi atto riguardante la materia di cui al presente Regolamento, è quella di assunzione dell'atto medesimo al Protocollo; fa fede il timbro postale per gli atti trasmessi a mezzo raccomandata.
2. Il termine di conclusione del procedimento, stabilito in 90 gg. dalla delibera di Giunta Comunale n. 417 del 14.09.2010, decorre dalla data di presentazione della domanda.¹

CAPO II

IMPIANTI PER LA PUBBLICITÀ E PER LE AFFISSIONI

Art. 6²
Tipologia e quantità degli impianti pubblicitari

1. Agli effetti del presente capo, s'intendono impianti pubblicitari quelli definiti nell'art. 47, comma 7, del D.P.R. 16 dicembre 1992, n. 495 (Regolamento di esecuzione e di attuazione del nuovo codice della strada) e tutti i restanti mezzi comunque utilizzati per l'effettuazione della pubblicità e delle affissioni visive, ad eccezione delle insegne.
2. La tipologia e la quantità degli impianti di pubblicità o propaganda e degli altri mezzi pubblicitari sulle strade e sulle aree pubbliche o di uso pubblico, sono disciplinate con apposito regolamento.

1 Comma 2 modificato con deliberazione consiliare n. 99 del 29/11/2010

2 Art. 6, commi 5 e 6, modificato e integrato con deliberazione consiliare n. del

3. La superficie complessiva degli impianti destinati costantemente alle pubbliche affissioni, con riferimento alla popolazione di **211.391** unità registrata al 31.12.99, non deve essere inferiore a mq. 3.816 (mq. 18 per ogni 1.000 abitanti) pari a 5.450 fogli del formato 70x100.
4. La superficie minima indicata al comma 3° deve essere annualmente adeguata in rapporto alla variazione del numero degli abitanti e delle richieste di pubbliche affissioni verificatesi con continuità.
5. L'esposizione di qualsivoglia impianto o mezzo pubblicitario di cui al comma 1, ivi comprese le pubbliche affissioni, è subordinata all'accettazione del Codice di autodisciplina della comunicazione commerciale, con particolare riferimento ai principi in esso espressi in materia di dignità delle persone.
6. L'esposizione di qualsivoglia impianto o mezzo pubblicitario di cui al comma 1, ivi comprese le pubbliche affissioni, è subordinata al rispetto delle prescrizioni in tema di divieto di pubblicità di giochi e scommesse dettate dall'art. 9 del D.L. 12 luglio 2018, n. 87, convertito, con modificazioni, dalla L. 9 agosto 2018, n. 96.

Art. 7³

Ripartizione degli impianti

1. La superficie complessiva degli impianti pubblicitari ammissibile sul territorio comunale e da quantificarsi nell'ambito del piano generale degli impianti di cui al successivo art. 8, è ripartita nelle seguenti percentuali:

impianti pubblicitari di proprietà comunale	66%
a loro volta così suddivisi:	
– destinati alle pubbliche affissioni di natura istituzionale	18%
– destinati alle pubbliche affissioni di natura sociale e/o alle associazioni	13%
– destinati alle pubbliche affissioni di natura commerciale a gestione comunale	17%
– in concessione a privati	52%
impianti pubblicitari di proprietà privata	34%

Art. 8⁴

Piano generale degli impianti

1. Il piano generale degli impianti pubblicitari deve prevedere la distribuzione degli impianti su tutto il territorio comunale riguardo alle esigenze di carattere sociale, alla concentrazione demografica e delle attività economiche, nonché alla tutela ambientale, paesaggistica, della circolazione e del traffico.
2. Oggetto del piano di cui al presente articolo sono tutti i manufatti finalizzati alla pubblicità e alla propaganda escluse le insegne di esercizio, le targhe, le vetrofanie e gli impianti di servizio.

³ Articolo sostituito con deliberazione consiliare n. 57 del 10/07/2006

⁴ Articolo sostituito con deliberazione consiliare n. 57 del 10/07/2006

Art. 9⁵

Impianti per affissioni dirette

1. Nel rispetto della tipologia e della quantità degli impianti pubblicitari di cui al precedente art. 6, nonché della distribuzione risultante dal piano di cui all'art. 8, la giunta

comunale può decidere di concedere a privati, mediante svolgimento di specifica gara, la possibilità di collocare sul territorio comunale impianti pubblicitari per l'affissione diretta di manifesti e simili.

2. La concessione è disciplinata da un'apposita convenzione, nella quale dovranno essere precisate le quantità, le dimensioni e l'ubicazione degli impianti da installare, la durata della concessione e il relativo canone annuo dovuto al Comune, nonché tutte le altre condizioni necessarie per un corretto rapporto.

Tra le condizioni necessarie vi è la sottoscrizione di un'apposita clausola in base alla quale il concessionario è tenuto ad accettare – e far accettare agli inserzionisti pubblicitari che utilizzino questi impianti - il Codice di autodisciplina della comunicazione commerciale, con particolare riferimento ai principi in esso espressi in materia di dignità delle persone dagli artt. 9 (che impedisce il ricorso in pubblicità ad affermazioni o rappresentazioni di violenza fisica o morale o tali che, secondo il gusto o la sensibilità dei consumatori, debbano ritenersi indecenti, volgari o ripugnanti) e 10 (secondo cui la pubblicità non deve offendere le convinzioni morali, civili e religiose dei cittadini e deve rispettare la dignità delle persone in tutte le sue forme ed espressioni evitando ogni forma di discriminazione, compresa quella di genere).

L'accettazione del Codice può operare anche in chiave preventiva consentendo, nei casi dubbi, di invitare l'inserzionista pubblicitario a sottoporre il proprio messaggio allo scrutinio preventivo del Comitato di Controllo dell'Istituto di autodisciplina pubblicitaria (IAP).

Art. 10⁶

Autorizzazione e segnalazione certificata di inizio attività (scia)

1. La pubblicità, eseguita con qualsiasi materiale o che necessita di installazione o di collocazione di appositi mezzi, è sempre subordinata alla preventiva autorizzazione comunale o alla presentazione della segnalazione certificata di inizio attività (scia), anche nel caso in cui la pubblicità medesima sia esente da imposta.

Sono in ogni caso soggette a preventiva autorizzazione:

- le esposizioni pubblicitarie che ricadono all'interno della zona evidenziata nell'allegata planimetria, ai sensi del Decreto Legislativo n. 22.01.2004 n. 42 "Codice dei Beni Culturali e del paesaggio;
- le esposizioni pubblicitarie realizzate su immobili o in aree soggetti a vincoli, ai sensi del Decreto Legislativo n. 22.01.2004 n. 42 "Codice dei Beni Culturali e del paesaggio", anche fuori della zona evidenziata nell'allegata planimetria;
 - le esposizioni pubblicitarie che comportano occupazione su suolo pubblico;
 - le esposizioni pubblicitarie per le quali sono previste superfici contingentate (come ad esempio, gli impianti di affissioni dirette conto terzi).

5 Art. 9, comma 2, modificato e integrato con deliberazione consiliare n. del

6 Art. 10, commi 1 e 2, integrato con deliberazione consiliare n. 84 del 18/12/2014 e Art. 10, comma 3, introdotto con deliberazione consiliare n. del

2. Nel caso di cambio gestione per contratto di affitto o di cessione di azienda il subentrante prima di usufruire del materiale pubblicitario esistente deve fare preventiva richiesta di autorizzazione o presentare la segnalazione certificata di inizio attività (scia), nei casi in cui è ammessa.
3. In sede di richiesta della preventiva autorizzazione comunale o di segnalazione certificata di inizio attività per l'esposizione di qualsivoglia mezzo di cui all'articolo 6, comma 1, deve essere sottoscritta apposita clausola di accettazione del Codice di autodisciplina della comunicazione commerciale, con particolare riferimento ai principi in esso espressi in materia di dignità delle persone dagli artt. 9 e 10.
A tal proposito si richiama l'art. 9, comma 2, del Regolamento comunale per l'applicazione dell'imposta comunale sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni.
L'accettazione del Codice può operare anche in chiave preventiva consentendo, nei casi dubbi, di invitare l'inserzionista pubblicitario a sottoporre il proprio messaggio allo scrutinio preventivo del Comitato di Controllo IAP.

Art. 11 **Anticipata rimozione**

1. L'Amministrazione comunale, in presenza di ragioni di pubblico interesse e con ordinanza motivata, può disporre la rimozione anticipata dei mezzi pubblicitari installati. Il titolare dell'impianto avrà diritto unicamente al rimborso della quota d'imposta corrispondente al periodo di mancato godimento, escluso ogni altro rimborso, risarcimento o spostamento in altra sede.⁷ E' fatta salva la possibilità di adeguare la collocazione dell'impianto nell'ambito di 5 metri dalla precedente posizione, fermi restando i limiti previsti dal D.lgs. 42/2004 e dall'art. 21 del regolamento per la disciplina degli impianti di pubblicità o propaganda e degli altri mezzi pubblicitari sulle strade e sulle aree pubbliche o di uso pubblico.⁸
2. L'interessato deve provvedere a rimuovere la pubblicità entro la data che sarà precisata nell'ordine di rimozione.
3. La rimozione dovrà riguardare anche gli eventuali sostegni o supporti e comprendere il ripristino della sede del manufatto.
4. Ove l'interessato non ottemperi all'ordine di rimozione nei termini stabiliti, l'impianto pubblicitario verrà considerato abusivo ad ogni effetto e saranno adottati i provvedimenti di cui all'art. 13 del presente regolamento.

Art. 12⁹ **Pubblicità effettuata in difformità a leggi e regolamenti**

1. Il pagamento della imposta comunale sulla pubblicità è dovuto per il solo fatto che la pubblicità venga effettuata, anche se in difformità a leggi o regolamenti.
2. Il pagamento della imposta non esime il soggetto interessato dall'obbligo di premunirsi di tutti i permessi, autorizzazioni o concessioni, relativi alla effettuazione della pubblicità, qualunque sia la modalità prescelta per la pubblicità.

⁷ Art. 11 comma 1 sostituito con deliberazione consiliare n. 130 del 19/12/2005

⁸ Art. 11, comma 1, integrato con deliberazione consiliare n. 84 del 18/12/2014

⁹ Art. 12, comma 4, modificato e integrato con delibera consiliare n. del

3. Il Comune, nell'esercizio della facoltà di controllo, con provvedimento del dirigente competente, dispone in qualsiasi momento, a far rimuovere il materiale abusivo, con le modalità indicate nell'art. 13 del presente regolamento.
4. Chiunque può segnalare al competente Settore del Comune di Padova le comunicazioni commerciali ritenute in contrasto con i principi dettati dal Codice di autodisciplina della comunicazione commerciale.
In presenza di sottoscrizione della clausola di accettazione del sopra richiamato Codice di autodisciplina, gli uffici del competente Settore del Comune di Padova possono trasmettere al Comitato di Controllo IAP, anche su segnalazione, le comunicazioni commerciali ritenute lesive dei principi espressi dal Codice, tra cui in particolare quelli enunciati dagli articoli 9 e 10 del Codice stesso.
A tal proposito si richiama l'art. 9, comma 2, del Regolamento comunale per l'applicazione dell'imposta comunale sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni.
Ciò al fine di ottenere una tempestiva valutazione da parte degli organi dello IAP in funzione dell'eventuale inibizione di comunicazioni commerciali contrarie al Codice.

Art. 13¹⁰

Materiale pubblicitario abusivo

1. È considerata abusiva la pubblicità esposta senza la prescritta autorizzazione preventiva o la presentazione della segnalazione certificata di inizio attività (scia) nei casi in cui è ammessa, non in regola con il pagamento dell'imposta, ovvero non conforme alle condizioni stabilite dalla autorizzazione sia per forma, dimensioni, sistemazione e ubicazione o al di fuori dei luoghi a ciò destinati ed approvati dal Comune.
2. Similmente è considerata abusiva ogni variazione non comunicata al Comune, apportata alla pubblicità in opera.
3. Sono altresì considerate abusive le pubblicità e le affissioni per le quali sia stata omessa la prescritta dichiarazione di cui al successivo art. 19.
4. Le pubblicità e le affissioni abusive sono eliminate o rimosse a cura dei soggetti passivi dell'imposta o dei responsabili dell'abuso che dovranno provvedervi entro il termine massimo di **10 gg.** dalla diffida; in caso di inadempienza, vi provvede il Comune, con addebito ai responsabili stessi, previa contestazione delle relative infrazioni amministrative e tributarie, delle spese sostenute per la rimozione e la cancellazione.

Art.14¹¹

Pubblicità effettuata su spazi e aree comunali

1. Qualora la pubblicità sia effettuata su beni di proprietà comunale o dati in godimento al Comune, o appartenenti al demanio o al patrimonio indisponibile comunale, oltre all'imposta è dovuto il canone di concessione e/o il canone per l'occupazione degli spazi ed aree pubbliche, ove applicabili.

¹⁰ Art. 13, comma 1, integrato con deliberazione consiliare n. 84 del 18/12/2014

¹¹ Art. 14, comma 3, modificato e integrato con delibera consiliare n. del

2. Per i campi ed impianti sportivi di sua proprietà, il Comune si riserva di rilasciare direttamente concessioni temporanee anche a ditte specializzate nel campo della pubblicità attraverso il Settore Sport.
3. In sede di richiesta della preventiva autorizzazione comunale o di segnalazione certificata di inizio attività per l'esposizione di qualsivoglia mezzo o impianto di cui all'articolo 6, comma 1, deve essere sottoscritta apposita clausola di accettazione del Codice di autodisciplina della comunicazione commerciale, con particolare riferimento ai principi in esso espressi in materia di dignità delle persone dagli artt. 9 e 10.
A tal proposito si richiama l'art. 9, comma 2, del Regolamento comunale per l'applicazione dell'imposta comunale sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni.
L'accettazione del Codice può operare anche in chiave preventiva consentendo, nei casi dubbi, di invitare l'inserzionista pubblicitario a sottoporre il proprio messaggio allo scrutinio preventivo del Comitato di Controllo IAP.

Art. 15

Affissioni e installazione di impianti pubblicitari su spazi privati provvisori

1. E' vietata l'affissione sugli assiti, gli steccati, le impalcature, i ponti fissi o sospesi, i graticci, gli spazi in sovraelevazione sulle staccionate dei cantieri e i ripari di ogni genere, ivi compresi quelli intorno ai cantieri edili posti su suolo pubblico in via temporanea, se collocati all'interno di zone di interesse storico, artistico, culturale ed ambientale ed all'interno delle mura cinquecentesche.
2. Al di fuori di tali zone, gli spazi sopra specificati, fatte salve le eventuali esigenze dell'attività di cantiere, sono in uso al servizio comunale affissioni. Tali spazi sono considerati iscritti alla categoria in cui è stata classificata la località ai fini dell'applicazione dell'imposta e del pagamento del diritto.
3. Gli spazi sugli assiti, steccati, impalcature e simili, di cui al comma precedente e che il Comune si riserva di utilizzare per le affissioni, non sono computabili nel novero della superficie affissativa obbligatoria determinata nell'art. 6, comma 3 del presente Regolamento.
4. L'uso esclusivo degli spazi di cui ai commi precedenti non comporta alcun compenso o indennità a favore dei proprietari
5. In tutto il territorio comunale è consentito l'utilizzo, a fini pubblicitari, di parte o dell'intera superficie di ponteggio degli spazi privati provvisori mediante l'installazione di messaggi pubblicitari riprodotti sui teli o su supporti rigidi posti a protezione dell'attività di cantiere. I teli e i supporti potranno essere solo illuminati.

CAPO III

IMPOSTA COMUNALE SULLA PUBBLICITÀ

Art. 16

Presupposti e modalità di applicazione dell'imposta

1. Costituisce forma pubblicitaria da assoggettare alla imposta l'esposizione di manifesti e simili su apposite strutture adibite alla affissione di tali mezzi.
2. Per esercizio di attività economica di cui all'art. 5, comma 2, del D.Lgs. 15/11/1993, n. 507, s'intende lo scambio di beni materiali e immateriali o la produzione di servizi effettuati nell'esercizio di imprese o di arti e professioni, nonché qualunque altra attività suscettibile di valutazione economica, anche se esercitata occasionalmente da soggetto che per natura o statuto non si prefigge scopo di lucro.
3. Costituiscono unico mezzo pubblicitario i riquadri installati in uno stesso pannello e indicanti ciascuno messaggi diversi, nonché le insegne e le frecce segnaletiche riguardanti diversi soggetti collocate su uno stesso mezzo di supporto se oggetto di unica autorizzazione.
4. Ai fini della commisurazione della superficie complessiva dei mezzi polifacciali adibita alla pubblicità, rilevano tutte le facce che compongono tali mezzi, anche se esse riproducono lo stesso messaggio pubblicitario.
5. Ai sensi dell'art. 7, comma 5, del D.Lgs. n. 507/1993 è considerato unico mezzo pubblicitario da assoggettare all'imposta in base alla superficie della minima figura piana geometrica che la comprende, anche l'iscrizione pubblicitaria costituita da separate lettere o simboli distanziati gli uni dagli altri, oppure costituita da più moduli componibili.
6. Quando la forma del mezzo pubblicitario è tale da non potere essere contenuta in una unica figura piana geometrica, per il calcolo della superficie si procede alla scomposizione di tale mezzo nelle varie figure geometriche regolari che insieme lo contengono, sommando poi le rispettive superfici.

Art. 17¹²

Disposizioni di carattere generale e autorizzazione

1. Chiunque intenda effettuare una forma pubblicitaria di qualsiasi genere, visiva o acustica, permanente o temporanea, nell'ambito del territorio comunale, dovrà essere in possesso dell'autorizzazione del Comune rilasciata previa presentazione di apposita domanda, con le modalità indicate nel Regolamento comunale o aver presentato la segnalazione certificata di inizio attività (scia) come previsto dall'articolo 10.¹³ L'autorizzazione dovrà risultare da atto scritto che sarà rilasciato presso il competente

¹² Art. 17, comma 4, modificato ed integrato con deliberazione consiliare n. del

¹³ Comma modificato con deliberazione consiliare n. 84 del 18/12/2014

Ufficio dell'Amministrazione Comunale entro 90 giorni dalla data di presentazione della richiesta o 180 giorni nel caso di richiesta di installazione di impianti per affissioni dirette conto terzi.¹⁴ In caso di diniego del rilascio è ammesso il ricorso improprio al Sindaco, entro trenta giorni dalla notifica del provvedimento, nella forma di "riesame" in carta bollata; tale ricorso, ammesso per una sola volta, viene esaminato solo se apporta nuovi elementi di valutazione; è ammesso inoltre il ricorso ordinario al T.A.R. del Veneto, entro 60 giorni dalla data della notifica dell'esito negativo, nonché ricorso straordinario al Capo dello Stato, entro 120 giorni sempre dalla data della notifica.

Le impugnazioni sopra indicate non sospendono di per se sole i termini di efficacia del provvedimento.

Il termine di 90 giorni o 180 giorni nel caso di richiesta di installazione di impianti per affissioni dirette conto terzi¹⁵ per il rilascio dell'autorizzazione rimane sospeso nel caso in cui l'Amministrazione Comunale inviti i richiedenti per iscritto, a produrre ulteriore documentazione o ad integrare quella depositata, entro 30 giorni. In caso di mancato ricevimento di quanto richiesto, la domanda presentata s'intende respinta e verrà quindi archiviata.

2. Il Comune resta sollevato ed indenne da ogni responsabilità che possa derivare verso chicchessia, per effetto dell'esposizione al pubblico dell'installazione.
3. Per autorizzazioni a carattere temporaneo che si volessero prorogare, gli interessati dovranno presentare domanda almeno cinque giorni prima della scadenza; le stesse non dovranno comunque superare nel complesso i dodici mesi, esclusi gli avvisi al pubblico riguardanti locazioni o compravendite di immobili che potranno avere una durata complessiva massima di ventiquattro mesi.
4. Non è soggetta ad autorizzazione amministrativa, né a presentazione di segnalazione certificata di inizio attività (scia)¹⁶, ma a semplice dichiarazione preventiva secondo le modalità indicate nel successivo art. 19:¹⁷
 - la pubblicità effettuata all'interno di luoghi aperti al pubblico e non percepibili da spazi di uso pubblico;
 - la distribuzione di volantini effettuata all'infuori delle vie e piazze rientranti nel Centro storico, come individuato nel vigente P.R.G.;
 - gli avvisi al pubblico riguardanti la locazione o la compravendita degli immobili sui quali sono affissi, di superficie fino a un metro quadrato;
 - i cartelli pubblicitari collocati sui cantieri di superficie fino a due metri quadrati;
 - i messaggi variabili temporanei posti all'interno delle stazioni di servizio di carburanti;
 - la pubblicità eseguita su mezzi mobili, purché non sia sonora o luminosa, e sia contenuta nella sagoma normale del veicolo come omologata dal Ministero dei Trasporti;
 - la pubblicità temporanea effettuata da comitati, associazioni, fondazioni ed ogni altro ente che non abbia scopo di lucro, tranne il caso di pubblicità effettuata tramite affissioni dirette;
 - la pubblicità relativa a vendite straordinarie (promozionali o di fine stagione) che superi la superficie di mezzo metro quadrato per ciascuna vetrina o ingresso, riferita all'attività esercitata nei locali. I contribuenti dovranno presentare la dichiarazione ai sensi dell'art. 8 del D.Lgs 507/93;
 - la pubblicità temporanea relativa a nuove aperture, su vetrine o porte di ingresso dell'attività che sta per iniziare, purché realizzata con lettere adesive, poster, cartelli e simili.

14 Comma integrato con deliberazione consiliare n. 84 del 18/12/2014

15 Comma integrato con deliberazione consiliare n. 84 del 18/12/2014

16 Comma 4 primo periodo modificato con deliberazione consiliare n. 84 del 18/12/2014

17 Comma 4 modificato con deliberazione consiliare n. 99 del 29/11/2010

Copia della dichiarazione e dell'attestazione del pagamento dovranno essere esibite a ogni richiesta degli organi di controllo.¹⁸

All'atto di presentazione della dichiarazione preventiva per l'esposizione di qualsivoglia mezzo o impianto di cui all'articolo 6, comma 1, deve essere sottoscritta apposita clausola di accettazione del Codice di autodisciplina della comunicazione commerciale, con particolare riferimento ai principi in esso espressi in materia di dignità delle persone dagli artt. 9 e 10.

A tal proposito si richiama l'art. 9, comma 2, del Regolamento comunale per l'applicazione dell'imposta comunale sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni.

L'accettazione del Codice può operare anche in chiave preventiva consentendo, nei casi dubbi, di invitare l'inserzionista pubblicitario a sottoporre il proprio messaggio allo scrutinio preventivo del Comitato di Controllo IAP.

Art. 18 Pagamento dell'imposta

1. Il pagamento dell'imposta per gli impianti di proprietà di privati per l'effettuazione di affissioni dirette è dovuto in via annuale;¹⁹
2. Per le altre fattispecie, Il pagamento dell'imposta e l'eventuale rimborso si effettuano alle condizioni, con le modalità e nella misura stabilite dal D.Lgs. 507/93 e successive modificazioni.
3. Nel caso di cessazione di esposizioni su domanda dell'interessato, non si provvede ad alcun rimborso.
4. Il termine per il pagamento dell'imposta relativa alla pubblicità ordinaria è fissato in trenta giorni decorrenti dall'approvazione del Bilancio Comunale, fatte salve eventuali proroghe per ragioni logistiche e/o organizzative da autorizzarsi dalla Giunta Comunale.²⁰

Art. 19 Dichiarazione

1. Il soggetto passivo dell'imposta è sempre tenuto, prima di iniziare la pubblicità, a presentare al Comune o in caso di servizio in concessione, al suo concessionario, la dichiarazione di cui all'art. 8 del D.Lgs. 507/93 su modello predisposto dal Comune, allegando l'attestazione del pagamento eseguito.

¹⁸ Punto inserito con deliberazione consiliare n. 121 del 23/11/2009

¹⁹ Comma introdotto con deliberazione consiliare n. 130 del 19/12/2005

²⁰ Comma introdotto con deliberazione consiliare n. 14 del 13/02/2002 e modificato con deliberazione consiliare n. 121 del 23/11/2009

Art. 20
Pubblicità effettuata con veicoli in genere

1. La pubblicità esposta sui veicoli è da considerarsi pubblicità annuale ad ogni effetto, a prescindere dal tempo d'uso ordinario del veicolo e dalle eventuali soste di questo per esigenze di servizio o di manutenzione.

Art. 21
Mezzi pubblicitari gonfiabili

1. Sono assimilati ai palloni frenati di cui al comma 3 dell'art. 15 del D.Lgs. n. 507/93, con conseguente applicazione delle modalità di tassazione ivi previste, i mezzi pubblicitari gonfiabili nel caso in cui questi, riempiti con gas leggero o simile, siano sospesi in aria. In tutti gli altri casi di utilizzazione di mezzi pubblicitari gonfiabili, questi sono assoggettati al tributo come stabilito per la pubblicità ordinaria di cui all'art. 12 del Decreto Legislativo precitato.

CAPO IV

DIRITTO SULLE PUBBLICHE AFFISSIONI

Art. 22
Richiesta del servizio

1. Per ottenere il servizio gli interessati debbono presentare, in tempo utile, al servizio comunale apposita richiesta scritta, con la indicazione del numero dei manifesti che si vogliono affiggere in categoria speciale e/o in categoria normale e la durata dell'affissione, nonchè presentare il materiale da affiggere e contestualmente effettuare o comprovare l'avvenuto pagamento del relativo diritto.
2. Qualora la richiesta non venga effettuata di persona o venga fatta per iscritto, l'accettazione è soggetta alla riserva di accertamento della disponibilità degli spazi e, comunque, l'affissione potrà essere eseguita soltanto dopo l'avvenuto pagamento del relativo diritto. È consentito, in via straordinaria, il pagamento posticipato soltanto agli Enti pubblici territoriali a ciò costretti dal rispetto della particolare procedura amministrativa che li riguarda.

Art. 23
Pagamento del diritto

1. Il pagamento del diritto sulle pubbliche affissioni deve essere effettuato contestualmente alla richiesta del servizio con le modalità previste dal D.Lgs. 507/93.

Art. 24
Modalità per le affissioni

1. Le affissioni sono effettuate secondo l'ordine di precedenza risultante dal ricevimento della commissione, accompagnato dal versamento del relativo diritto.
2. In caso di commissioni pervenute tramite posta nel medesimo giorno, verrà data la precedenza al committente che richiede l'affissione del maggiore numero di manifesti in categoria speciale.
3. Presso il servizio affissioni è tenuto, anche con eventuale sistema meccanografico, un apposito registro, nel quale dovranno essere annotate, in ordine cronologico, le commissioni pervenute. La successiva richiesta di integrazione di una commissione già annotata non costituisce nuova o separata commissione.
4. Le eventuali variazioni od aggiunte da sovrapporre ai manifesti già affissi sono considerate nuove e distinte affissioni.
5. Il Servizio di urgenza potrà essere reso, compatibilmente con la disponibilità di spazi e di personale, per i manifesti non aventi contenuto commerciale, durante l'orario di servizio qualora la richiesta ed il materiale pervengano all'Ufficio comunale entro le ore 10 del mattino.
6. Per le altre modalità si rinvia a quanto stabilito dal D.Lgs. 507/93.

Art. 25
Rimborso dei diritti pagati

1. Il committente ha diritto al rimborso integrale o parziale del diritto versato nei casi e con le modalità stabilite dal D.Lgs. 507/93.
2. In ogni altro caso la liquidazione del diritto ed il relativo pagamento si intendono effettuati a titolo definitivo, ed esauriscono completamente il rapporto impositivo; il committente ha il diritto di mantenere esposto il materiale pubblicitario per tutto il periodo indicato.

CAPO V

DISPOSIZIONI COMUNI

Art. 26 Sanzioni

1. Le sanzioni tributarie ed amministrative sono applicate nelle misure, nei termini e con le modalità stabilite dalla legge.
2. Le sanzioni amministrative per le violazioni delle disposizioni del presente regolamento e del regolamento per la disciplina degli impianti pubblicitari, si applicano a carico del soggetto passivo tenuto al pagamento dell'imposta di pubblicità ai sensi dell'art.6 del D.Lgs.507/93.²¹

Art. 27 Privilegi

1. Per la riscossione dell'imposta sulle pubblicità e dei diritti sulle pubbliche affissioni, opera a favore del Comune il privilegio previsto dall'art. 2752 III° comma c.c.

Art. 28 Norme finali

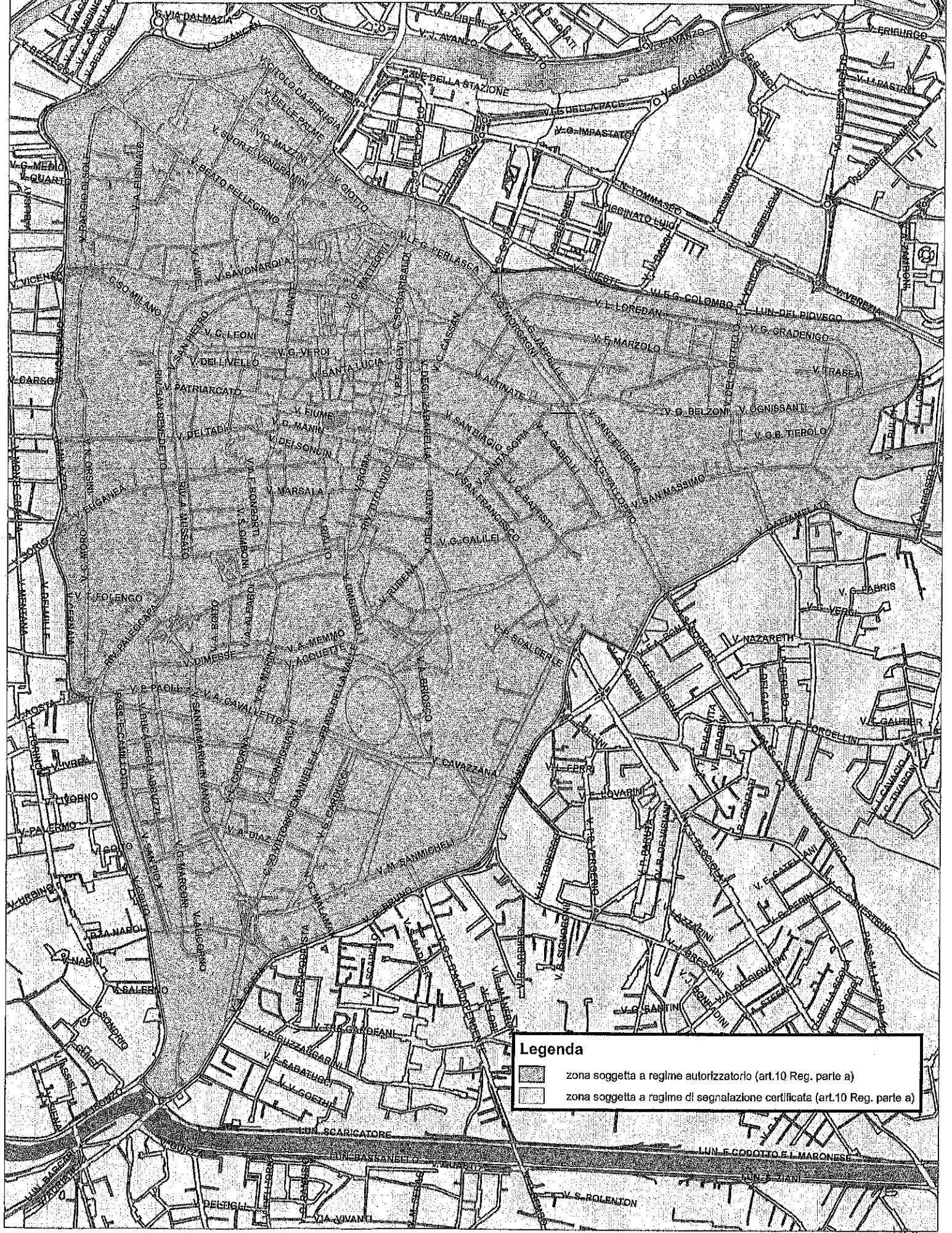
1. Chi ostacola o ritarda, in qualsiasi modo, le operazioni degli addetti al Servizio Affissioni e Pubblicità, nell'esercizio della loro funzione, è soggetto alle sanzioni stabilite per legge.
2. Per tutto quanto non previsto dal presente regolamento si applicano, in materia di imposta comunale sulla pubblicità e di diritto sulle pubbliche affissioni, le disposizioni del Capo I° del D. Lgs. 15/11/1993, n. 507.

Art. 29 Entrata in vigore



1. Il presente regolamento, dopo l'esecutività della deliberazione di approvazione, va pubblicato all'Albo pretorio per quindici giorni ed entra in vigore il giorno successivo all'ultimo di pubblicazione.
2. Resta abrogata ogni altra norma regolamentare che sia incompatibile o in contrasto con le disposizioni in esso contenute.

²¹ Comma modificato con deliberazione consilare n. 84 del 18/12/2014

**ALLEGATO ALLA PARTE A) REGOLAMENTO COMUNALE
PER L'APPLICAZIONE DELL'IMPOSTA COMUNALE
SULLA PUBBLICITA' E DEL DIRITTO SULLE PUBBLICHE AFFISSIONI**



Legenda

-  zona soggetta a regime autorizzatorio (art.10 Reg. parte a)
-  zona soggetta a regime di segnalazione certificata (art.10 Reg. parte a)

B) REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA DEGLI IMPIANTI DI PUBBLICITA' O PROPAGANDA E DEGLI ALTRI MEZZI PUBBLICITARI SULLE STRADE E SULLE AREE PUBBLICHE O DI USO PUBBLICO

I N D I C E

CAPO I : DISPOSIZIONI GENERALI

- Art. 1 Ambito e scopo del Regolamento
- Art. 2 Nozione di centro abitato

CAPO II : DISCIPLINA DEI MEZZI PUBBLICITARI DEGLI IMPIANTI DI PROPAGANDA

- Art. 3 Definizione dei mezzi e degli impianti
- Art. 4 Insegne
- Art. 5 Caratteristiche particolari e collocazione delle insegne
- Art. 6 Preinsegna - Caratteristiche e collocazione
- Art. 7 Cartello
- Art. 8 Collocazione e caratteristiche di cartelli ed altri mezzi pubblicitari
- Art. 9 Caratteristiche dei cartelli e dei mezzi pubblicitari luminosi
- Art. 10 Targa - Caratteristiche e collocazione
- Art. 11 Manifesto
- Art. 12 Striscione, locandina, stendardo e bandiera
- Art. 13 Segno orizzontale reclamistico
- Art. 14 Tenda - caratteristiche
- Art. 15 Impianti di pubblicità o propaganda
- Art. 16 Impianto pubblicitario di servizio
- Art. 17 Sorgenti luminose
- Art. 18 Pubblicità sui veicoli
- Art. 19 Pubblicità sonora e fonica
- Art. 20 Collocazione e caratteristiche dei mezzi pubblicitari nelle stazioni di servizio e nelle aree di parcheggio

CAPO III : NORME COMUNI A TUTTE LE FORME DI PUBBLICITA'

- Art. 21 Collocazione dei mezzi pubblicitari
- Art. 22 Caratteristiche tecniche e materiali degli impianti fissi per le affissioni

CAPO IV : COLLOCAZIONE DI FORME PUBBLICITARIE ALL'INTERNO DI ZONE DI INTERESSE STORICO, ARTISTICO, CULTURALE ED AMBIENTALE O ALLO INTERNO DELLE MURA CINQUECENTESCHE

- Art. 23 Norme generali
- Art. 24 Forme pubblicitarie vietate
- Art. 25 Collocazione bacheche ed insegne di valore storico

CAPO V : PROCEDURA PER IL RILASCIO DELL'AUTORIZZAZIONE

- Art. 26 Presentazione della domanda
- Art. 27 Casi particolari
- Art. 28 Casi particolari di affissioni dirette
- Art. 29 Interventi di sostituzione e modifica delle insegne
- Art. 30 Termine di validità dell'autorizzazione
- Art. 31 Obblighi del titolare dell'autorizzazione
- Art. 32 Decadenza dell'autorizzazione

CAPO VI: DISPOSIZIONI FINALI E TRANSITORIE

- Art. 33 Norma transitoria
- Art. 34 Entrata in vigore del Regolamento

ALLEGATO " A " Elenco vie comprese nella categoria "speciale"

ALLEGATO " B " Tabella riassuntiva indicante i limiti massimi previsti per insegne a tetto o su pensilina o sulla facciata di edifici destinati ad attività industriali, artigianali, commerciali o a funzioni direzionali di cui all'art.4 - comma 4 -

ALLEGATO " C " Tariffe dell'imposta comunale sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni in vigore dall'01/01/1994 - - Decreto Legislativo 15 novembre 1993 n. 507 - (OMISSIS)

ALLEGATO " D " Relazione per verifica conformità al comma 2 dell'art.4 del D.L. 15/11/1993 n. 507 - (OMISSIS)

CAPO I

DISPOSIZIONI GENERALI

Art. 1²²

Ambito e scopo del regolamento

1. Il presente regolamento, sulla base delle disposizioni a carattere generale contenute nel D.Lgs. 30/4/1992, n. 285 "Nuovo codice della strada" e successive modificazioni ed integrazioni, nel relativo regolamento di esecuzione, e nel D.Lgs. n. 507 del 15/11/1993, e successive modificazioni e nella L.R. n. 17 del 7/08/2009 in materia di inquinamento luminoso disciplina, con riferimento all'intero territorio comunale, la materia concernente i mezzi pubblicitari ed i relativi impianti, da collocare o collocati lungo le strade o in vista di esse.²³
2. Esso, oltre a disciplinare la comunicazione pubblicitaria come indicato al comma 1, si prefigge anche lo scopo, sempre con riferimento all'attività impiantistica pubblicitaria, di tutelare i valori storico-architettonici dell'ambiente urbano e quelli paesaggistici del territorio comunale.
3. L'esposizione di qualsivoglia impianto o mezzo pubblicitario, ivi comprese le pubbliche affissioni, è subordinata all'accettazione del Codice di autodisciplina della comunicazione commerciale, con particolare riferimento ai principi in esso espressi in materia di dignità delle persone.
4. L'esposizione di qualsivoglia impianto o mezzo pubblicitario, ivi comprese le pubbliche affissioni, è subordinata al rispetto delle prescrizioni in tema di divieto di pubblicità di giochi e scommesse dettate dall'art. 9 del D.L. 12 luglio 2018, n. 87, convertito, con modificazioni, dalla L. 9 agosto 2018, n. 96.

Art. 2

Nozione di centro abitato

1. La nozione di centro abitato, ai fini del presente Regolamento, è quella fornita dalla legge ed individuata dal vigente P.R.G.

²² Art. 1, comma 3 e 4, modificato e integrato con deliberazione consiliare n. del

²³ Comma 1 modificato con deliberazione consiliare n. 99 del 29/11/2010

CAPO II

DISCIPLINA DEI MEZZI PUBBLICITARI E DEGLI IMPIANTI DI PROPAGANDA

Art. 3

Definizione dei mezzi e degli impianti

1. Ai fini del presente regolamento, per "insegna", "preinsegna", "sorgente luminosa", "targa", "tenda", "cartello", "manifesto", "striscione locandina e stendardo", "segno orizzontale reclamistico" e "impianto di pubblicità e propaganda", "impianto pubblicitario di servizio" si intendono i mezzi pubblicitari così come definiti negli articoli seguenti e con le integrazioni ivi indicate.
2. Con il termine generico "altri mezzi pubblicitari", usato negli articoli successivi, s'intendono i mezzi non specificati al comma precedente.

Art. 4

Insegne

1. E' da considerarsi "insegna di esercizio" la scritta in caratteri alfanumerici, completata eventualmente da un simbolo o da un marchio-logo, realizzata e supportata con materiali di qualsiasi natura, installata sulla facciata dell'edificio che presenta l'ingresso principale della sede dell'attività 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 precedente comma, si intendono gli spazi e le aree limitrofe alla sede dell'attività, posti a servizio, anche non esclusivo, di essa.
3. Le insegne di esercizio si distinguono, secondo la loro collocazione, nei casi consentiti dal vigente P.R.G., in:
 - a) insegna a bandiera (sporgente da una costruzione);
 - b) insegna frontale;
 - c) insegna a tetto, o su pensilina o sulla facciata di edifici destinati ad attività industriali, artigianali, commerciali o a funzioni direzionali;
 - d) insegna su palina (insegna collocata su supporto proprio).
 - e) banner verticale in tessuto su facciata, non sporgente a bandiera.²⁴
4. Le dimensioni massime consentite per le insegne di esercizio, collocate in centro abitato, sono le seguenti: ²⁵

per quelle individuate ai precedenti punti b), e d)

- se collocate parallelamente all'asse della carreggiata, mq. 10

²⁴ Comma 3 lett. e) introdotto con deliberazione consiliare n. 84 del 18/12/2014

²⁵ Comma 4 modificato con deliberazione consiliare n. 99 del 29/11/2010

- se collocate perpendicolarmente all'asse della carreggiata :
 - su palo o su proprio supporto, mq. 4;
 - in zona industriale, in deroga alle dimensioni sopracitate, è stabilita la misura massima di cm 170 di base o proiezione al suolo per cm 700 di altezza, per le insegne su palo o proprio supporto installate esclusivamente in area privata;
 - su muro mq. 4
 - su manufatti adibiti al contenimento di servizi tecnici erogati al pubblico, mq. 10.

per quelle individuate al precedente punto c), l'insegna dev'essere contenuta entro i limiti massimi previsti dalle allegare tavole (All. "B"), mentre quelle individuate al punto e), dovranno avere una larghezza non superiore a cm 70 per un'altezza pari alla distanza tra l'architrave del foro vetrina e il sottotetto.²⁶

5. La collocazione di insegne nelle zone di interesse storico, artistico, culturale ed ambientale e la dimensione delle stesse sono disciplinate nel capo IV° del presente regolamento.

6. Le iscrizioni che identificano l'attività o l'esercizio cui si riferiscono, realizzate con tecniche pittoriche direttamente su muro, sono equiparate alle insegne.

Art. 5

Caratteristiche particolari e collocazione delle insegne

1. Le sporgenze dal muro delle insegne a cassonetto e delle insegne a bandiera aggettanti su suolo pubblico o vincolato ad uso pubblico sono regolate nel seguente modo:
 - a) fino a m. 4,50 di altezza sono ammesse, solo se esiste il marciapiede, per sporgenze non superiori a cm. 20;
 - b) oltre i m. 4,50 di altezza sono consentite anche in mancanza di marciapiede, a condizione che la sporgenza non superi il 10% della larghezza media dello spazio prospettante, con un massimo di m. 1,50.
2. Le insegne frontali devono essere contenute nello spazio compreso tra gli stipiti e l'architrave dell'apertura dell'esercizio, o immediatamente sopra l'architrave; qualora ciò non fosse possibile per la presenza di manufatti in aggetto o pensilina, l'insegna dovrà essere posta immediatamente sopra gli stessi;
 - La luminosità deve essere limitata a caratteri o simboli della denominazione di esercizio.
 - E' vietata l'installazione di sistemi di illuminazione ad intermittenza.
 - Le insegne a bandiera relative a rivendite di generi di monopolio, posti telefonici pubblici, farmacie e posti di pronto soccorso, possono essere autorizzate per un solo esemplare e devono limitarsi ad indicare il simbolo prescritto dalla normativa vigente.
3. E' possibile l'installazione , anche in centro storico, di insegne a muro o a bandiera quando le stesse sono in grado di caratterizzare o evidenziare qualitativamente l'edificio; possono essere realizzate con manufatti in ferro battuto, legno decorato, scritte su muro, pannelli metallici antichizzati, materiali lapidei, lettere scatolate retroilluminate, materiali traslucidi o trasparenti.

4. La collocazione permanente di insegne pubblicitarie e di esercizio è vietata sui parapetti dei balconi.

5. Dentro le luci delle finestre di attività prive di vetrine o poste oltre il piano terra, è possibile l'applicazione di serigrafie adesive o di insegne luminose o spente, con misure non superiori a cm.50 di altezza per la dimensione massima in larghezza consentita dalla parte vetrata.

La superficie complessiva delle serigrafie adesive o delle insegne non potrà comunque essere superiore al 50% della superficie totale della parte vetrata.²⁷

6. In edifici destinati a funzioni di carattere industriale, commerciale, artigianale, direzionale e fieristico possono essere installate insegne o marchi di fabbrica, oltre che sulle facciate, su pensilina intesa come parte integrante del disegno architettonico dell'edificio.

7. E' vietata l'apposizione delle figurazioni o scritte pubblicitarie al di sopra della linea di gronda degli edifici, fatta eccezione:

- per gli edifici compresi nelle aree industriali di cui alla Legge 1° ottobre 1969, n. 739 e sue eventuali successive modificazioni;
- nelle zone artigianali, commerciali e direzionali individuate dal Piano Regolatore Generale;
- per gli edifici di natura commerciale, direzionale e fieristica.

8. Gli edifici di cui ai commi 6 e 7 sono considerati prevalentemente di natura commerciale o direzionale se almeno il 75% della superficie complessiva delle unità immobiliari presenti negli stessi è utilizzata per lo svolgimento di attività economiche. Il richiedente dovrà presentare autodichiarazione redatta ai sensi del DPR 28/12/2000 n. 445.

Rimane altresì l'obbligo per il richiedente di prevedere l'esposizione pubblicitaria sulla facciata nei limiti di un progetto che interessi l'intero edificio.²⁸

9. E' possibile la collocazione di insegne tra due o più vetrine contigue appartenenti allo stesso locale di vendita nella larghezza della parete o del pilastro di separazione.

L'insegna potrà essere serigrafata o illuminata e sporgere per un massimo di cm. 5 dal filo muro. Dovrà avere dimensioni massime di cm. 60 di base per 90 cm. d'altezza ed una altezza da terra tra i 90/100 cm..

10. Sulla facciata degli edifici caratterizzati da vincoli architettonici, è possibile l'installazione di targhe indicanti professioni ed attività in genere. L'autorizzazione per ogni altra forma pubblicitaria è condizionata al nulla osta rilasciato dalla Soprintendenza ai beni Ambientali ed Architettonici.

11. Le farmacie devono installare, in aggiunta all'insegna di esercizio e comunque non in prossimità (distanza non inferiore a mtl. 8) di un impianto semaforico:

- a) una insegna a forma di croce verde che sarà resa luminosa²⁹, nell'orario di servizio serale e notturno;
- b) una bacheca per i turni di servizio con fonte luminosa interna.

²⁷ Punto 5 modificato con deliberazione consiliare n. 99 del 29/11/2010

²⁸ Comma modificato con deliberazione consiliare n. 121 del 23/11/2009

²⁹ Comma 11 lett. a) modificato con deliberazione consiliare n. 84 del 18/12/2014

12. Nel centro storico è vietato installare insegne o altri mezzi pubblicitari tra gli intercolumni dei portici o trasversalmente ad essi o su pilastri.

13. Nel centro storico le insegne a cassonetto in plastica luminosa possono essere collocate solo tra gli stipiti e l'architrave

Art. 6

Preinsegna - Caratteristiche e collocazione

1. Si definisce "preinsegna" la scritta in caratteri alfanumerici, completata da freccia di orientamento ed eventualmente da simboli e 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.
2. Devono avere forma rettangolare e dimensioni contenute entro i limiti inferiori di m.1 x 0,20 e superiori di m.1,50 x 0,30 e non possono essere luminose né per luce propria, né per luce indiretta.
3. I colori devono essere conformi a quanto previsto dal Codice della Strada in relazione all'attività esercitata.

Art. 7

Cartello

1. Si definisce "cartello" il manufatto bidimensionale, supportato da una idonea struttura di sostegno, con una sola o entrambe le facciate finalizzate alla diffusione di messaggi pubblicitari o propagandistici sia direttamente, sia tramite sovrapposizione di altri elementi. Può essere luminoso sia per luce propria, che per luce indiretta.

Art. 8

Collocazione e caratteristiche di cartelli ed altri mezzi pubblicitari

1. La collocazione dei cartelli ed altri mezzi pubblicitari deve rispettare i criteri di un corretto ed equilibrato inserimento, sia ambientale che architettonico.
2. I cartelli e gli altri mezzi pubblicitari devono essere realizzati con materiali non deperibili e resistenti agli agenti atmosferici. Le strutture di sostegno e di fondazione devono essere calcolate per resistere alla spinta del vento ed anche ad eventuali cedimenti del suolo, saldamente realizzate ed ancorate ad una profondità congrua e con tecniche specifiche di fondazione, sia globalmente che nei singoli elementi.
3. I cartelli e gli altri mezzi pubblicitari devono avere sagoma regolare che per forma, disegno, collocazione, colori, in particolare il colore rosso, non possa generare confusione

con la segnaletica stradale specialmente in corrispondenza o in prossimità delle intersezioni regolate da impianti semaforici. (Dec. Lgs 285 30 aprile 1992, n. 285 art. 23)

4. Nelle zone pedonali non si applicano le limitazioni del precedente comma 3.
5. E' vietata l'installazione di qualsiasi mezzo pubblicitario mobile posato al suolo, salvo quella a rimozione quotidiana notturna.

Art. 9

Caratteristiche dei cartelli e dei mezzi pubblicitari luminosi

1. Le sorgenti luminose, i cartelli e gli altri mezzi pubblicitari comunque luminosi, oltre al rispetto dei requisiti indicati dal precedente articolo, non possono avere luce nè intermittente, né di intensità luminosa superiore a 150 candele per metro quadrato, o che comunque provochi abbagliamento o distrazione dell'attenzione nella guida per i conducenti di veicoli (DPR 16/12/1992 n. 495, art. 50 comma 1).
L'impianto elettrico deve essere eseguito nel rispetto della normativa vigente.
2. Le sorgenti luminose, i cartelli e gli altri mezzi pubblicitari luminosi devono avere una sagoma regolare che, in ogni caso, non può essere quella di disco o triangolo (DPR 16/12/1992 n. 495, art. 50 comma 2).
3. La croce rossa luminosa è consentita esclusivamente per indicare ambulatori e posti di pronto soccorso (DPR 16/12/1992, n. 495, art. 50 comma 3).
4. La croce verde luminosa è consentita esclusivamente per indicare le farmacie.³⁰
5. Nelle zone pedonali non si applicano le limitazioni dei precedenti commi 1 e 2 fatto salvo il divieto di luce a intermittenza.

Art. 10

Targa - Caratteristiche e collocazione

1. Si considera targa il manufatto rigido, di forma piana, realizzato con materiali di qualsiasi natura (metallo, plastica, legno, pietra, ecc.) apposta sull'ingresso che dà accesso ai locali della sede.
2. Le targhe indicanti professioni ed attività in genere, devono essere collocate preferibilmente negli stipiti della porta o, in alternativa, anche in riferimento alle condizioni specifiche, lateralmente alla porta stessa, sui battenti o nelle immediate vicinanze.

3. Le targhe professionali dovranno avere dimensione massima di cm. 30 x 20. Se le targhe devono essere inserite su portatarghe già esistente possono avere dimensioni superiori ma con il limite massimo di cm. 50 x 30.
Le targhe indicanti attività commerciali in generale non dovranno superare la misura di cm. 50 x 30.
4. Per le targhe riferite alla pubblicità sanitaria si fa riferimento alle norme speciali vigenti.

Art. 11 Manifesto

1. 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 strutture murarie o su altri supporti, comunque diverso dai cartelli e dagli altri mezzi pubblicitari. Non può essere luminoso né per luce propria né per luce indiretta.
2. La collocazione di manifesti al di fuori degli spazi preordinati è vietata in ogni luogo del territorio comunale, eccetto quelli strettamente temporanei emessi da autorità giudiziaria, da pubblica amministrazione e, a seguito di incidenti o di calamità, dalle aziende o Enti erogatori di pubblici servizi.

Art. 12 Striscione, locandina, stendardo e bandiera

1. Si considera "striscione, locandina, stendardo e bandiera" l'elemento bidimensionale eventualmente bifacciale, 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.
2. L'esposizione di striscioni è ammessa esclusivamente per la promozione pubblicitaria di manifestazioni e spettacoli; oltre al titolo, al luogo ed al periodo di svolgimento dello spettacolo o della manifestazione, si può apporre su tale mezzo il marchio o la denominazione di enti, associazioni, ditte o sponsors.
3. L'esposizione di stendardi è ammessa anche per il lancio di iniziative commerciali di rilevante interesse nell'ambito del territorio locale o nazionale. Ogni singola posizione, mono o bifacciale, potrà pubblicizzare una unica iniziativa. Le dimensioni degli stendardi dovranno essere cm. 70 x 140.
4. L'esposizione di striscioni e di stendardi è consentita solo sulle posizioni individuate in apposito elenco e previa autorizzazione.
Striscioni e stendardi se posti su pali della illuminazione pubblica, collocati al limite della carreggiata, devono avere il bordo inferiore distante almeno mt. 5.10 da terra.

Gli standardi installati su pali della illuminazione pubblica, collocati all'interno del marciapiede, devono distare almeno mtl. 2.50 dal suolo se la loro proiezione ricade completamente sul marciapiede.

5. Per gli striscioni, locandine e gli standardi, le distanze dagli altri cartelli e mezzi pubblicitari si riducono:
 - a m. 100 fuori dal centro abitato;
 - a m. 25 nel centro abitato;(D.P.R. 16/12/1992 n. 495, art. 51, comma 10 "regolamento di esecuzione e attuazione").
6. L'esposizione di striscioni attraversanti la sede stradale e di standardi è ammessa unicamente durante il periodo di svolgimento della manifestazione o della iniziativa cui si riferisce, oltrechè durante la settimana precedente e le 24 ore successive allo stesso.
7. Striscioni locandine e standardi dovranno essere rimossi entro le 24 ore successive alla conclusione della manifestazione pubblicizzata.
Trascorso inutilmente tale termine, l'esposizione verrà considerata abusiva e quindi sanzionabile ai sensi del D.L.gs n.507/93.
8. La collocazione di bandiere può avvenire solo su suolo privato.

Art. 13

Segno orizzontale reclamistico

1. E' da considerare "segno orizzontale reclamistico" la riproduzione sulla superficie stradale, con pellicole adesive, o con altri mezzi, quali a titolo esemplificativo ma non esclusivo, le proiezioni a terra, se non in contrasto con quanto previsto dalla normativa regionale sull'inquinamento luminoso, o realizzate utilizzando sostanze biodegradabili³¹, di scritte in caratteri alfanumerici, di simboli e di marchi, finalizzata alla diffusione di messaggi pubblicitari o propagandistici.
2. I segni orizzontali reclamistici sono ammessi unicamente, previo versamento cauzionale:³²
 - a) all'interno di aree ad uso pubblico di pertinenza di complessi industriali o commerciali;
 - b) lungo il percorso di manifestazioni sportive o su aree delimitate, destinate allo svolgimento di manifestazioni di vario genere, limitatamente al periodo di svolgimento delle stesse ed alle 24 ore precedenti e successive. Ad essi non si applica l'art. 21 del presente regolamento, fatte salve le distanze previste per le collocazioni di mezzi pubblicitari fuori ed entro i centri abitati unicamente rispetto ai segnali stradali orizzontali (DPR 16/12/1992 n. 495, art. 51, comma 9 "regolamento di esecuzione e attuazione");³³

³¹ Art. 13 comma 1 integrato con deliberazione consiliare n. 84 del 18/12/2014

³² Art. 13 comma 2 integrato con deliberazione consiliare n. 72 del 09/11/2020

³³ Art. 13 comma 2 lett. c) introdotto con deliberazione consiliare n. 84 del 18/12/2014 e abrogato con deliberazione consiliare n. 72 del 09/11/2020 che prevedeva: "all'interno di aree pedonali o su marciapiede pubblico per periodi non superiori a tre mesi, sempre che siano state assicurate le condizioni di sicurezza per l'utente della strada, che alla fine del periodo concesso venga perfettamente ripristinato il suolo pubblico e previo versamento cauzionale"

3. Essi devono essere realizzati con materiali rimovibili, ma ben ancorati nel momento dell'utilizzo alla superficie stradale e garantire una buona aderenza dei veicoli sugli stessi.

4. E' fatto obbligo al titolare dell'autorizzazione, rilasciata per la posa di segni orizzontali reclamistici, di provvedere alla rimozione degli stessi entro le 24 ore successive alla conclusione della manifestazione pubblicizzata, ripristinando lo stato dei luoghi e il grado di aderenza delle superfici stradali.

Trascorso inutilmente tale termine, l'esposizione verrà considerata abusiva e quindi sanzionabile ai sensi del D.Lgs n.507/93.

Art. 14 **Tenda - Caratteristiche**

1. E' da considerarsi tenda il manufatto mobile o semimobile, in tessuto o materiali assimilabili, posto esternamente a protezione di vetrine o ingressi.

2. Per quanto riguarda l'installazione di tende pubblicitarie si osservano le seguenti disposizioni:³⁴

- le tende devono essere rientranti, o riavvolgibili a fine orario;
- riferirsi esclusivamente ad attività commerciali poste al piano terra;
- le scritte devono riprodurre solo l'attività esercitata, la ragione sociale, i marchi delle merci poste in vendita nei locali sede dell'attività;
- per le tende a bracci o a compasso e per le tende a "cappottina", le scritte devono essere poste solo sul pendente frontale parallelo all'edificio e non su quelli laterali o sulla falda della tenda; l'altezza massima delle diciture dovrà essere di cm 20;
- per le tende a caduta e verticali (anche sprovviste di pendente), le scritte, oltre che sul pendente (qualora presente) potranno essere posizionate sulla tenda stessa vicine al margine inferiore, in non più di due righe di testo, per un'altezza massima complessiva di cm 50;
- l'altezza dal suolo, in ogni punto non dovrà essere inferiore a cm. 220 ed il limite della tenda dovrà distare almeno cm. 50 dal filo esterno del marciapiede.

L'inserimento della tenda sulle facciate degli edifici dovrà tener conto degli eventuali manufatti preesistenti e della loro tipologia, nonché della qualità estetica complessiva dell'insieme. In centro storico non saranno ammessi teli o tessuti in pvc o altre finiture di tipo lucido, ma solamente in fibre naturali o sintetiche opache o opacizzate.

Art. 15 **Impianti di pubblicità o propaganda**

1. E' qualificato "impianto di pubblicità o propaganda" qualunque manufatto finalizzato alla pubblicità o alla propaganda sia di prodotti che di attività e non individuabile, secondo

le definizioni precedenti, come insegna, come cartello, come targa, come manifesto, come segno orizzontale reclamistico o come tenda.

2. Sono "impianti di pubblicità o propaganda", a titolo esemplificativo:

- a) la "bacheca", ossia la vetrinetta, con frontale apribile o a giorno, installata a muro o collocata anche a terra su supporto proprio, destinata alla esposizione di quotidiani, periodici o altri mezzi di stampa o alla diffusione di informazioni o propaganda dell'attività di enti pubblici, partiti politici e associazioni varie;
- b) gli "impianti fissi per le affissioni", cioè destinati alla affissione di manifesti, avvisi, fotografie di qualunque materiale costituiti, il cui formato si sviluppa su multipli di cm. 70x100 e disciplinati, quanto alla loro collocazione, dall' art. 3 del D.Lgs. 15.11.1993, n. 507, secondo la seguente tipologia;
 - "poster": impianto a muro o collocato a terra con supporti propri mono o bifacciali (dimensioni: mt. 6x3);
 - "standard": impianto mono o bifacciale, collocato a terra su supporto proprio montato sia orizzontalmente (dimensioni: cm. 140x100; 200x140 e 280x200); che verticalmente (dimensioni: cm. 100x140, 140x200 e 200x240);
 - "tabella": cornice o quadro monofacciale in lamiera, fissato al muro, di dimensioni uguali o multiple di cm. 70x100;
 - "trespolo",: impianto bifacciale o a più facciate collocato a terra su supporto proprio (dimensioni per ogni faccia: cm. 140x100).
Le dimensioni sopra specificate si riferiscono alla superficie espositiva.
- c) l'impianto di pubblicità o propaganda "a messaggio variabile", cioè qualunque manufatto, finalizzato alla pubblicità e/o alla propaganda sia di prodotti che di attività, caratterizzato dalla variabilità del messaggio e/o delle immagini trasmesse. Può essere luminoso per luce diretta o per luce indiretta.³⁵
Nel caso in cui l'impianto abbia dimensioni superiori a 18 metri quadrati il rilascio dell'autorizzazione è subordinato all'impegno di diffondere senza oneri economici aggiuntivi messaggi istituzionali della durata di 10 secondi ogni minuto per tutte le fasce orarie giornaliere.
- d) l'impianto di insegne o targhe coordinate", ossia quel manufatto destinato alla collocazione di una pluralità di insegne o targhe di esercizio monofacciali o bifacciali, che devono avere uguali dimensioni e costituire oggetto di un'unica autorizzazione. La superficie massima consentita per l'impianto è di mq.12, mentre nelle zone pedonali è di mq. 6.
- e) la "vetrofania" o lettere adesive, cioè la riproduzione su superfici vetrate, con pellicole adesive fisse, di scritte in caratteri alfanumerici, di simboli e di marchi, finalizzata alla diffusione di messaggi pubblicitari e/o propagandistici.

³⁵ Art. 15 comma 2 lett. C) modificato con deliberazione di Consiglio comunale n. 84 del 18/12/2014 e con deliberazione di Consiglio comunale n. 47 del 06/07/2020

Art. 16
Impianto pubblicitario di servizio

1. Si definisce impianto pubblicitario di servizio qualunque manufatto avente quale scopo primario un servizio di pubblica utilità nell'ambito di progetti redatti dagli Uffici competenti all'arredo urbano o stradale (fermate autobus, pensiline, transenne parapetonali, cestini, panchine, orologi o simili) recante uno spazio pubblicitario che può anche essere luminoso sia per luce diretta che indiretta.

Art. 17
Sorgenti luminose

1. E' da qualificare sorgente luminosa 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 che possano costituire messaggio pubblicitario.

Le sorgenti luminose devono rispettare le disposizioni della legge regionale n. 17 del 7 agosto 2009 in materia di inquinamento luminoso.³⁶

Art. 18
Pubblicità sui veicoli

1. La pubblicità sui veicoli è consentita se il materiale pubblicitario, installato all'interno o all'esterno del mezzo, è esattamente delimitato e contrassegnato e nel rispetto delle condizioni e dei limiti di cui all'art. 23 del Dec.lgs. 30 aprile 1982, n. 285 e relativo regolamento.
2. I mezzi pubblicitari realizzati su supporti mobili (incluse le cosiddette "vele pubblicitarie) non possono sostare per più di 48 ore nello stesso spazio di sosta. Decorso il tempo massimo suddetto dovrà avvenire uno spostamento del mezzo di almeno 500 metri.³⁷
3. Il mancato rispetto dei limiti stabiliti dal comma precedente comporta l'applicazione delle sanzioni di cui all'art. 26 del regolamento comunale per l'applicazione dell'imposta comunale sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni.³⁸

Art. 19
Pubblicità sonora e fonica

1. Con riferimento alle disposizioni di cui all' art. 15 - 5° comma del D.Lgs. 507/93, per ciascun punto di pubblicità si intende ogni fonte di diffusione della pubblicità sonora.
2. La pubblicità fonica è consentita, previa autorizzazione del Sindaco, a candidati a cariche pubbliche per tutto il tempo della campagna elettorale a norma del D.P.R. 16/12/1992 n. 495, art. 59, comma 2.

³⁶ Art. 17 modificato con deliberazione consiliare n. 99 del 29/11/2010

³⁷ Art. 18 modificato con deliberazione consiliare n. 84 del 18/12/2014

³⁸ Art. 18 modificato con deliberazione consiliare n. 84 del 18/12/2014

3. La pubblicità fonica effettuata anche a mezzo di veicoli, purchè le emissioni sonore non superino i limiti consentiti dalla vigente normativa, è autorizzata dall'amministrazione comunale, nei giorni feriali dalle ore 8,00 alle ore 14,00 e dalle ore 16,00 alle ore 19,00. Nei giorni festivi e negli orari non previsti sopra, è possibile concedere deroghe durante lo svolgimento di manifestazioni di carattere sportivo, culturale, sociale, religioso.
4. E' vietata la pubblicità sonora con mezzi mobili all'interno della cerchia muraria cinquecentesca e nelle zone di carattere commerciale, effettuata anche con impianti fissi in luoghi pubblici, salve le ipotesi previste dal codice della strada e dal relativo regolamento di attuazione .
5. Per il rilascio dell'autorizzazione all'esercizio della pubblicità fonica, è sufficiente che l'interessato indichi sulla domanda i propri dati identificativi e quelli dell'automezzo oltreché i contenuti del messaggio pubblicitario da diffondere, l'esatto periodo e l'orario di svolgimento..

Art. 20

Collocazione e caratteristiche dei mezzi pubblicitari nelle stazioni di servizio e nelle aree di parcheggio

1. Nelle aree di parcheggio possono essere collocati cartelli, insegne di esercizio ed altri mezzi pubblicitari la cui superficie complessiva non superi l'8% delle aree adibite a parcheggio. In deroga alla predetta limitazione, è ammessa la collocazione di altri mezzi pubblicitari abbinati alle prestazioni di servizi per l'utente della strada entro i limiti di mq. 2 per ogni servizio prestato.
2. Lungo le corsie di accelerazione, di decelerazione, in corrispondenza degli accessi e lungo il fronte stradale delle aree di parcheggio e delle stazioni di servizio, è concessa l'installazione di un cartello o impianto fisso, con misure massime di mq. 4,50, riproducente il marchio di fabbrica e la ragione sociale relativa all'attività esercitata.
3. Nelle stazioni di servizio, fatti salvi i limiti di cui ai commi 1 e 2, i messaggi pubblicitari da esporre devono avere un contenuto limitato all'attività esercitata o ai prodotti venduti.

CAPO III

NORME COMUNI A TUTTE LE FORME DI PUBBLICITA'

Art. 21

Collocazione dei mezzi pubblicitari

1. Il posizionamento dei cartelli e degli altri mezzi pubblicitari all'interno del centro abitato potrà avvenire in deroga alle prescrizioni dell'art. 23 del D.Lgs. 30/4/92 n. 285 "nuovo codice della strada" e dell'art. 51 e seguenti del relativo "regolamento di esecuzione e attuazione" DPR 16/12/1992 n. 495.
2. Sono fatte salve le prescrizioni e disposizioni per particolari luoghi e tipologie di pubblicità, regolate dagli artt. 5 - 14 - 28 - 29 - 30 del presente regolamento.
3. Le strutture portanti il mezzo pubblicitario, pur adeguate dimensionalmente alla loro funzione di sostegno, non devono interferire o pesare visivamente sul complesso espositivo. L'altezza da terra della base dei cartelli dovrà essere di almeno mtl. 1,50, rispetto alla banchina stradale. In materia di esposizione di cartelli e simili, il Comune, rilevata la molteplicità dei casi applicativi e salvo quanto previsto all'art. 51 del D.P.R. 495/92, si riserva la facoltà di disciplinare la collocazione in considerazione della opportunità degli inserimenti, tenuto conto delle norme previste dal piano regolatore generale o da altri piani, urbanistici ed edilizi, di polizia urbana, etc.
4. Nel centro abitato le distanze previste dall'art. 51 del D.P.R. 16/12/1992 n. 495 sono ridotte, ai sensi dell'art. 23 comma 6 del D.Lgs 30.04.1992 n. 285, modificato con L. 29.7.2010 n. 120, come di seguito indicato:
 - mt. 10 dagli altri cartelli, segnali stradali e intersezioni; tale distanza non è richiesta per impianti pubblicitari posti parallelamente al senso di marcia e/o in aderenza a muri o recinzioni con esclusione delle intersezioni;³⁹
 - mt. 10 dal punto di tangenza delle curve e dagli imbocchi delle gallerie e sottopassaggi;
 - mt. 5 da altri mezzi pubblicitari se posti perpendicolarmente all'asse della carreggiata;
 - mt. 1,5 dal limite della carreggiata.⁴⁰ Tale distanza non è richiesta per gli impianti pubblicitari con superficie espositiva fino a 2 mq per facciata, già regolarmente autorizzati sul territorio comunale.⁴¹
5. Per gli impianti di pubblicità o propaganda con schermo a led la distanza minima è di m.25 dagli altri cartelli e mezzi pubblicitari, dai segnali di indicazione e dopo i segnali stradali di pericolo e di prescrizione, gli impianti semaforici e le intersezioni. La distanza minima tra impianti con schermo a led dovrà essere almeno m. 100. E' fatta salva la possibilità di introdurre ulteriori prescrizioni in considerazione delle esigenze della sicurezza stradale.⁴²

39 Punto n. 1 modificato con deliberazione consiliare n. 84 del 18/12/2014

40 Punto n. 4 modificato con deliberazione consiliare n. 99 del 29/11/2010

41 Punto n. 4 Il periodo modificato con deliberazione consiliare n. 84 del 18/12/2014

42 Comma 5 introdotto con deliberazione consiliare n. 84 del 18/12/2014

Art. 22
Caratteristiche tecniche e materiali degli impianti fissi per le affissioni

1. L'affissione di manifesti, avvisi e fotografie, il cui formato si sviluppa sui multipli di cm. 70x100 è effettuata negli impianti fissi per le affissioni, di cui all'art. 15 - comma 2 lettera b) del presente regolamento, la cui collocazione sarà disciplinata dal piano generale degli impianti previsto all'art. 3 del D.Lgs. 15/11/1993, n. 507, da realizzarsi secondo le seguenti tipologie:

- Gli impianti tipo "poster" sono costituiti principalmente da un pannello dalle dimensioni standard di mtl. 6x3, racchiuso da una cornice di materiale plastico o metallico, di colore e forma da determinarsi in funzione delle caratteristiche dei luoghi e dell'ambiente circostante. Il tutto dovrà essere sostenuto da uno o al massimo due montanti, con coloritura diversa dalle cornici, tale da configurarsi complessivamente, sia che si tratti di impianto monofacciale che bifacciale, come un corpo scatolare chiuso ai lati, oltre che sul lato non utilizzato. L'impianto dovrà, inoltre, essere dotato di una targhetta mono o bifacciale, indicante il concessionario o il proprietario del mezzo pubblicitario, il numero identificativo dell'impianto stesso utile in caso di informatizzazione del sistema. La collocazione dell'impianto dovrà avvenire in modo tale che la cornice inferiore sia ad una distanza minima da terra di cm. 60 o di cm. 150 se su banchina stradale. In caso di più impianti prevarrà il criterio dell'allineamento.
- Gli impianti tipo "stendardo", di dimensioni minime cm. 140x200, dovranno essere conformi alle caratteristiche per essi previste. La struttura di sostegno dovrà essere realizzata con profilato metallico preferibilmente a sezione circolare, senza discontinuità superiore, in modo da conferire all'insieme un maggior grado di stabilità laterale, opportunamente verniciata con colore adatto al luogo in cui essa viene installata. Il pannello riportante il messaggio pubblicitario delle dimensioni standard di cui all' art. 15, comma 2, lett. b), fissato saldamente alla struttura di sostegno con opportuni giunti, dovrà essere realizzato con materiale durevole e non ossidabile, sufficientemente rigido e rifinito ai bordi con cornici in profilato di alluminio non verniciato. Il tutto dovrà essere facilmente smontabile, al fine di agevolare le operazioni di manutenzione e di trasporto in loco. L'impianto dovrà, inoltre, essere dotato di una targhetta mono o bifacciale, indicante il concessionario, o il proprietario del mezzo pubblicitario, il numero identificativo dell'impianto stesso utile in caso di informatizzazione del sistema. La collocazione dell'impianto dovrà avvenire in modo tale che la cornice inferiore sia ad una distanza minima da terra di cm. 60; In caso di più impianti prevarrà il criterio dell'allineamento.
- Gli impianti di tipo " tabella" sono costituiti da un quadro monofacciale in lamiera o altro materiale, con cornice perimetrale metallica color grafite, dotata di targhetta "fregio", destinata a contenere il numero identificativo dell'impianto, la quale si svilupperà nel perimetro complessivo, nel caso di moduli multipli.

- Gli impianti tipo "trespolo" dovranno essere polifacciali (tre facce o più) e la struttura portante di sostegno dovrà essere realizzata in profilato metallico con sezione a "L" o a "V", opportunamente dimensionata e rinforzata da eventuali traverse, in relazione ai carichi dinamici e statici sopportati dalla struttura medesima; l'impianto dovrà essere verniciato con colore grafite opaco. Il pannello riportante il messaggio pubblicitario delle dimensioni standard di cm. 140x100 fissato saldamente alla struttura di sostegno con opportuni giunti in alluminio per mezzo di viti dovrà essere realizzato con materiale durevole e non ossidabile, sufficientemente rigido e rifinito ai bordi con cornici in profilato di alluminio non verniciato, il tutto facilmente smontabile al fine di agevolare le operazioni di manutenzione e di trasporto in loco.
- L'impianto dovrà essere dotato inoltre di una targhetta mono o bifacciale indicante il concessionario o il proprietario del mezzo pubblicitario, il numero identificativo dell'impianto stesso utile in caso di informatizzazione del sistema. La collocazione dell'impianto dovrà avvenire in modo tale che la cornice inferiore sia ad una distanza minima da terra di cm. 60.

CAPO IV

COLLOCAZIONE DI FORME PUBBLICITARIE ALL'INTERNO DI ZONE DI INTERESSE STORICO, ARTISTICO, CULTURALE ED AMBIENTALE O ALL'INTERNO DELLE MURA CINQUECENTESCHE

Art. 23

Norme generali

1. Le norme del presente capo disciplinano la collocazione di particolari forme pubblicitarie all'interno di zone di interesse storico, artistico, culturale ed ambientale e all'interno delle mura cinquecentesche. Per tutto quanto non espressamente previsto, si rimanda alle altre disposizioni comuni.

In particolare, sono vietate:

- a) La collocazione di insegne su palina, escluse le zone con carattere prettamente pedonale.
- b) L'installazione di insegne a bandiera ad eccezione di quelle riferentesi a rivendite di generi di monopolio, uffici postali, posti telefonici pubblici, farmacie e posti di pronto soccorso, alberghi, e di quelle indicate nell'art. 5 - comma 3 -.
- c) L'installazione di insegne su terrazzi, balconi, facciate ad esclusione di quanto previsto nell'art. 5 - c. 3 e 4, comma 1, lett.e)⁴³

- d) L'installazione di locandine, standardi e bandiere. E' ammesso il solo uso di standardi e bandiere bidimensionali, in tessuto di tela, alle condizioni di cui all'art. 12 del presente regolamento.
- e) L'installazione di bacheche di qualsiasi tipo, ad eccezione di quelle destinate ai turni di apertura delle farmacie presso le stesse, delle bacheche relative alle informazioni cinematografiche, di spettacolo, delle attività commerciali esercitate da pubblici esercizi e delle bacheche di cui al successivo comma 2.
Tali bacheche potranno avere illuminazione propria.
- f) L'utilizzo di fonti luminose dirette ed indirette, quali elementi di richiamo in presenza di illuminazione pubblica.⁴⁴
1. Sono consentite le installazioni di bacheche collocate a muro o a terra su supporto proprio, destinate alla diffusione di informazioni delle attività degli enti pubblici, dei partiti politici rappresentati in Parlamento o in Consiglio Comunale, di Consigli di Quartiere e delle Associazioni riconosciute.
 2. Per l'informazione sulle attività dei teatri e dei musei e sulle mostre che si svolgono all'interno delle gallerie comunali, sono consentite le installazioni di strutture tipo "sandwich" bifacciali, posate direttamente al suolo.
 3. L'installazione di insegne sui tetti è ammessa solo per alberghi ed ostelli.

Art. 24

Altre forme pubblicitarie vietate

1. In relazione ad esigenze di pubblico interesse per questioni di viabilità, di natura estetica ed ambientale sono vietate le seguenti forme pubblicitarie:
 - Il lancio di manifestini anche tramite veicoli e aeromobili.
 - La distribuzione a mano di volantini o manifestini all'interno della cerchia delle mura cinquecentesche.
 - La pubblicità sonora con mezzi mobili all'interno della cerchia muraria cinquecentesca e nelle zone di carattere commerciale, effettuata anche con impianti fissi in luoghi pubblici, salve le ipotesi previste dal codice della strada e dal relativo regolamento di attuazione.
 - La pubblicità permanente installata su palificazione della pubblica illuminazione.
 - Le insegne o altri mezzi pubblicitari installati tra gli intercolumni dei portici o trasversalmente ad essi o su pilastri.

- L'installazione di insegne a cassonetto al di fuori dello spazio delimitato dagli stipiti e dall'architrave delle aperture.
- Gli striscioni attraversanti strade o piazze e gli stendardi, con eccezione di quelli concernenti mostre o manifestazioni.
- L'affissione su spazi privati provvisori (assiti, steccati..) di cui all'art. 15 del Regolamento pubblicità parte A.
- La distribuzione di materiale pubblicitario/promozionale avente finalità commerciali di qualsiasi tipo (quale, a titolo esemplificativo e non esaustivo, figurine, merendine, bevande, buoni sconto), in prossimità degli ingressi delle scuole di ogni ordine e grado.⁴⁵

Art. 25

Collocazione bacheche ed insegne di valore storico

1. L'amministrazione comunale si riserva di individuare insegne e bacheche esistenti, di valore storico-tipologico o di alta qualità progettuale, da sottoporre a tutela.

CAPO V

PROCEDURE PER IL RILASCIO DELL'AUTORIZZAZIONE

Art. 26⁴⁶

Presentazione della domanda al Comune

1. Fermo restando quanto indicato all'art. 19 del "regolamento comunale per l'applicazione dell'imposta comunale sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni", la domanda per ottenere l'autorizzazione amministrativa, da compilarsi su appositi moduli forniti dal Comune, deve essere presentata in carta resa legale all'Ufficio Protocollo, corredata dai seguenti documenti:
 - a) Progetto quotato in scala 1:20 dell'opera e relativa descrizione tecnica, dai quali siano individuabili gli elementi essenziali dell'opera e la sua eventuale collocazione sul fabbricato, compreso il disegno del possibile supporto, debitamente firmato dal titolare dell'impresa esecutrice o dall'interessato, se l'opera è realizzata in economia. La suddetta documentazione non è richiesta per targhe e vetrofanie.
 - b) Rilievo dello stato di fatto in scala 1:20 per le vetrine e le bacheche.
 - c) Bozzetto colorato del messaggio pubblicitario da esporre. Se la domanda riguarda cartelli o altri mezzi pubblicitari a messaggio variabile, devono essere allegati i bozzetti di tutti i messaggi previsti.
 - d) Documentazione fotografica che illustri il punto di collocazione nell'ambiente circostante; in caso di impianto su suolo è necessario produrre una planimetria catastale del luogo interessato.
 - e) Autodichiarazione redatta ai sensi del DPR n. 445/2000 e ss.mm., con la quale si attesta che l'opera, escluse targhe e vetrofanie, sarà realizzata rispettando le norme di disciplina della materia, che il manufatto sarà calcolato e posto in opera tenendo conto della natura del terreno e della spinta del vento, in modo da garantirne la stabilità e sarà realizzato con materiale non deperibile e resistente agli agenti atmosferici.⁴⁷
 - f) Autodichiarazione redatta ai sensi della legge di cui sopra o relativa documentazione, dalla quale emerga che l'attività oggetto di richiesta è regolarmente autorizzata, ovvero che il titolare è iscritto agli albi professionali istituiti e che la destinazione d'uso dei locali è legittima.
 - g) Nulla osta del proprietario dell'immobile o dell'amministratore condominiale o autodichiarazione di proprietà.
 - h) Parere della Soprintendenza ai Beni Ambientali ed Architettonici qualora richiesto.

⁴⁶ Art. 26, Comma 1bis, introdotto con deliberazione consiliare n. del

⁴⁷ Punto e) modificato con deliberazione consiliare n. 99 del 29/11/2010

- i) Ricevuta in originale dell'avvenuto versamento delle spese di istruttoria, qualora l'impianto insista su area pubblica.

1bis. In sede di richiesta della preventiva autorizzazione comunale per l'esposizione di qualsivoglia mezzo o impianto di cui all'articolo 1, deve essere sottoscritta apposita clausola di accettazione del Codice di autodisciplina della comunicazione commerciale, con particolare riferimento ai principi in esso espressi in materia di dignità delle persone dagli artt. 9 (che impedisce il ricorso in pubblicità ad affermazioni o rappresentazioni di violenza fisica o morale o tali che, secondo il gusto o la sensibilità dei consumatori, debbano ritenersi indecenti, volgari o ripugnanti) e 10 (secondo cui la pubblicità non deve offendere le convinzioni morali, civili e religiose dei cittadini e deve rispettare la dignità delle persone in tutte le sue forme ed espressioni evitando ogni forma di discriminazione, compresa quella di genere).

L'accettazione del Codice può operare anche in chiave preventiva consentendo, nei casi dubbi, di invitare l'inserzionista pubblicitario a sottoporre il proprio messaggio allo scrutinio preventivo del Comitato di Controllo IAP.

2. Per impianti posti fuori del centro abitato, l'interessato deve presentare istanza di autorizzazione all'Ente proprietario della strada, secondo il seguente ordine di competenza:

- per le strade e le autostrade statali, dalla Direzione Compartimentale A.N.A.S. competente per territorio o agli uffici speciali per le autostrade.
- per le autostrade in concessione, dalla Società concessionaria.
- per le strade regionali, provinciali o di proprietà di altri enti, dalle rispettive amministrazioni.
- per le strade militari, dal Comando territoriale competente.

Il rilascio dell'autorizzazione è subordinato al nulla osta dell'Amministrazione Comunale.

3. Il rilascio dell'autorizzazione è di competenza del Comune per i tratti di strade statali, regionali, provinciali o di altri organismi (vedi Consorzio Zona Industriale ZIP), correnti all'interno del centro abitato.

4. Ogni domanda deve riferirsi ad una sola attività industriale, commerciale, artigianale, artistica o professionale e potrà comprendere più impianti individuati esattamente sugli elaborati allegati alla richiesta.

5. La domanda per la installazione di mezzi pubblicitari a carattere sanitario deve essere presentata, previa autorizzazione del messaggio pubblicitario da parte dei rispettivi ordini o collegi professionali locali, nel rispetto della legge 5/2/92 n. 175 "Norme in materia di pubblicità sanitaria e di repressione dell'esercizio abusivo della professione".

6. Nel caso che i progetti delle concessioni o autorizzazioni edilizie prevedano già l'inserimento, per tipologia e dimensioni, di insegne di esercizio e di targhe professionali, il rilascio della relativa autorizzazione è condizionato al parere tecnico della sola Polizia Municipale.

7. I messaggi pubblicitari in lingua straniera devono essere tradotti in italiano. In caso di segnalazione certificata di inizio attività o richiesta di autorizzazione di mezzi pubblicitari in lingua diversa dall'italiano occorre allegare all'istanza apposita dichiarazione contenente la traduzione in italiano del messaggio contenuto nei mezzi stessi. La stessa traduzione deve essere inserita anche nei medesimi mezzi pubblicitari accanto alla scritta in lingua straniera, in modo tale che le dimensioni del testo in italiano all'interno dei mezzi stessi siano immediatamente riconoscibili per dimensioni e carattere. Non sono soggette a obbligo di traduzione le scritte relative a vocaboli ormai entrati in uso corrente nella lingua italiana. I mezzi pubblicitari non in lingua italiana ad oggi già autorizzati in caso di rinnovo dovranno essere adeguati alle suddette disposizioni.⁴⁸

Art. 27 **Casi particolari**

1. Per l'installazione di cartelli pubblicitari, striscioni, locandine, stendardi, bandiere, segni orizzontali reclamistici con caratteri di temporaneità, la documentazione può essere limitata alla presentazione degli elaborati di cui ai punti c), d), e), h), i), del precedente articolo, salvo diverse indicazioni da parte del competente ufficio.
2. Per l'esposizione di messaggi temporanei effettuata sulle vetrine e sulle porte di ingresso dei locali cui si riferisce e non superiori, nell'insieme per ciascuna vetrina o ingresso al mezzo metro quadrato, deve essere presentata comunicazione scritta, nella quale sono indicati i messaggi pubblicitari, gli elementi essenziali dell'attività a cui si riferiscono, la superficie occupata e il periodo (non superiore a quattro mesi). Copia della documentazione stessa, con riportato il timbro del protocollo, dovrà essere trattenuta dall'interessato ed esibita in caso di controllo da parte del competente Comando VV.UU.
3. Qualora le vetrofanie si riferiscano a pubblicità di esercizio e superino le dimensioni di mq. 0,50, viene rilasciata copia della comunicazione con presa d'atto da parte del competente ufficio pubblicità, previo parere del Comando VV.UU.
4. La durata delle autorizzazioni a carattere temporaneo, non può superare i 12 mesi ad esclusione dei cartelli di cantiere con messaggi pubblicitari nonché di quelli riguardanti la locazione o la compravendita di immobili che potranno avere una durata massima, anche se frazionata in più periodi, di 24 mesi. Questi ultimi dovranno essere installati esclusivamente sull'immobile o le sue pertinenze oggetto della vendita o della locazione.⁴⁹

Art. 28 **Casi particolari di affissioni dirette**

1. I manifesti e le locandine affisse direttamente dagli interessati non necessitano di autorizzazione amministrativa ma devono assolvere l'imposta di pubblicità, se dovuta, e riportare comunque il timbro del concessionario. Possono essere affissi esclusivamente all'interno delle vetrine dei negozi previo accordo con i proprietari.
2. I manifesti e le locandine riferiti a spettacoli viaggianti, manifestazioni politiche e sportive potranno essere affissi a cura degli interessati esclusivamente, previ autorizzazione amministrativa rilasciata dall'ufficio competente e pagamento dell'imposta di pubblicità, sulle posizioni individuate in apposito elenco.

⁴⁸ Comma 7 art. 26 introdotto con deliberazione consiliare n. 84 del 18/12/2014.

⁴⁹ Comma modificato con deliberazione n. 121 del 23/11/2009

3. Manifesti e locandine dovranno essere rimossi entro le 24 ore successive alla conclusione della manifestazione pubblicizzata.

Trascorso inutilmente tale termine, l'esposizione verrà considerata abusiva e quindi sanzionabile ai sensi del D.Lgs n. 507/93.

Art. 29

Interventi di sostituzione e modifica delle insegne

1. Qualora il soggetto titolare dell'autorizzazione, decorsi almeno tre mesi dal rilascio della stessa, intenda variare il messaggio pubblicitario dell'insegna, deve farne domanda allegando il bozzetto del nuovo messaggio. La nuova autorizzazione sarà rilasciata dal competente ufficio, previo il solo parere dei Vigili Urbani.

Art.30

Termine di validità dell'autorizzazione

1. L'autorizzazione all'installazione di cartelli o di altri mezzi pubblicitari ha carattere meramente precario e potrà essere revocata dall'Amministrazione Comunale con preavviso di 15 giorni, comunque non prima di un anno dalla data di rilascio della autorizzazione stessa, tranne per motivi di pubblica utilità.
2. L'autorizzazione/concessione all'installazione di impianti pubblicitari per affissioni dirette ha durata massima di cinque anni dalla data del rilascio. Almeno sei mesi prima della scadenza l'interessato potrà presentare domanda di rinnovo che l'Amministrazione valuterà, a proprio insindacabile giudizio, tenendo conto degli impedimenti dovuti a nuova o diversa viabilità, impatto ambientale, vincoli legislativi o regolamentari che saranno in quel momento in vigore.⁵⁰
3. Gli impianti autorizzati a seguito della domanda di rinnovo dovranno conformarsi alle prescrizioni dell'Ufficio Arredo urbano.⁵¹
4. Allo scopo di armonizzare l'impiantistica pubblicitaria regolarmente installata su suolo pubblico o di uso pubblico comunale, e conseguentemente migliorare il decoro urbano, è consentito ai titolari di autorizzazioni/concessioni di richiedere, attraverso la presentazione di appositi progetti, l'accorpamento e la trasformazione di più impianti pubblicitari commerciali (esclusi quelli di servizio) installati, ed aventi formato diverso, in nuovi impianti tutti del medesimo formato, prevedendone la collocazione in una o più delle posizioni già autorizzate.
La richiesta suddetta è ammessa a condizione che:
 - l'accorpamento e la trasformazione siano effettuati solo tra impianti pubblicitari commerciali esclusi quelli di servizio;
 - il numero delle autorizzazioni e/o concessioni ed i relativi metri quadri di esposizione pubblicitaria risultanti dagli accorpamenti e dalle trasformazioni siano uguali o inferiori a quelli originari e compatibilmente con le possibilità di collocazione dei medesimi offerte dal territorio comunale, previo parere favorevole dei settori tecnici e della Sovrintendenza laddove necessario.^{5 2}

50 Comma introdotto con deliberazione consiliare n. 130 del 19/12/2005

51 Comma introdotto con deliberazione consiliare n. 130 del 19/12/2005

52 Comma introdotto con deliberazione consiliare n. 84 del 18/12/2014

Art.31⁵³

Obblighi del titolare dell'autorizzazione

1. E' fatto obbligo al titolare dell'autorizzazione di:

- a) Verificare il buono stato di conservazione dei cartelli e degli altri mezzi pubblicitari e delle loro strutture di sostegno ed effettuare tutti gli interventi necessari al loro buon mantenimento e decoro.
- b) Adempiere, nei tempi richiesti, a tutte le prescrizioni impartite dal Comune al momento del rilascio dell'autorizzazione o anche successivamente per intervenute e motivate esigenze.
- c) Procedere alla rimozione in caso di decadenza o di revoca dell'autorizzazione o di insussistenza delle condizioni di sicurezza previste all'atto dell'installazione o di motivata richiesta da parte dell'ente competente al rilascio.
- d) Fissare saldamente su ogni cartello o mezzo pubblicitario autorizzato una targhetta, posta in posizione facilmente accessibile, sulle quale sono riportati, con caratteri incisi, i seguenti dati:
 - soggetto titolare
 - numero della autorizzazione comunale e anno del rilascio.

e) Sottoscrivere un'apposita clausola gli impone di accettare - e di far accettare- il Codice di Autodisciplina della comunicazione commerciale, con particolare riferimento ai principi in esso espressi in materia di dignità delle persone dagli art. 9 e 10.

A tal proposito si richiama l'art. 26, comma 1bis, del Regolamento per la disciplina degli impianti di pubblicità o propaganda e degli altri mezzi pubblicitari sulle strade e sulle areepubbliche o di uso pubblico.

L'accettazione del Codice può operare anche in chiave preventiva consentendo, nei casi dubbi, di invitare l'inserzionista pubblicitario a sottoporre il proprio messaggio allo scrutinio preventivo del Comitato di Controllo IAP.

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

3. L'autorizzazione non esonera il titolare dall'obbligo di attenersi strettamente, sotto la propria responsabilità, alle leggi e ai regolamenti vigenti, nonché ad ogni eventuale diritto di terzi o a quanto prescritto dai regolamenti condominiali.

4. E' fatto obbligo al titolare dell'autorizzazione, rilasciata per la posa di segni orizzontali reclamistici, nonché di striscioni, locandine e stendardi, di provvedere alla rimozione degli stessi entro le 24 ore successive alla conclusione della manifestazione pubblicizzata, ripristinando lo stato dei luoghi e il grado di aderenza delle superfici stradali.

53 Art. 31, comma 1 lett. e), introdotto con deliberazione consiliare n. del

Art. 32
Decadenza dell'autorizzazione

1. Costituiscono cause di decadenza dell'autorizzazione:

- a) La cessazione o il trasferimento dell'attività pubblicizzata.
- b) L'annullamento o la revoca, l'inesistenza o l'irregolarità della autorizzazione all'esercizio dell'attività.
- c) La non rispondenza del messaggio pubblicitario autorizzato alle attività cui esso inerisce.
- d) La mancata osservanza delle condizioni alle quali fu subordinata l'autorizzazione.
- e) La mancata realizzazione dell'opera entro novanta giorni dal rilascio dell'autorizzazione.
- f) Il mancato ritiro dell'autorizzazione entro trenta giorni dalla data della notifica, salvo proroga motivata richiesta dagli interessati.
- g) Lo stato di degrado del manufatto pubblicitario.
- h) la mancata utilizzazione dell'impianto pubblicitario.
- i) mancato pagamento dell'imposta per due annualità consecutive.⁵⁴

2. Le cause di decadenza sono riportate integralmente nel modulo di domanda e nel provvedimento autorizzativo o concessorio.

CAPO VI

DISPOSIZIONI FINALI E TRANSITORIE

Art. 33
Norma transitoria

1. I mezzi pubblicitari già autorizzati e gli impianti fissi per le pubbliche affissioni attualmente collocati possono essere mantenuti, anche in deroga alle disposizioni del presente Regolamento.

Art. 34
Entrata in vigore del Regolamento

- 1. Il presente regolamento dopo l'esecutività della deliberazione di approvazione, va pubblicato all'Albo Pretorio ed entra in vigore il giorno successivo all'ultimo di pubblicazione.
- 2. Per quanto non espressamente disposto o richiamato in esso, si rinvia alla normativa generale.

⁵⁴ Lettera aggiunta con deliberazione consiliare n. 121 del 23/11/2009

Allegato "A"

ZONE IN CATEGORIA SPECIALE

DI I^ FASCIA:

- Centro Storico come individuato dal vigente P. R. G., comprese le sottoelencate vie di delimitazione -

p.le della Stazione;
via della Pace;
via Tommaseo;
via Venezia;
p.le della Stanga;
via Ariosto;
via Gattamelata -tratto compreso tra via Ariosto e via Facciolati-;
via Stoppato;
via Manzoni;
via Bruno;
via Costa;
viale Cavallotti;
Ponte del Sostegno;
via Goito;
via Cernaia;
via Milazzo;
via Volturno;
p.le Savonarola;
via Bronzetti;
via Sarpi;
via Eremitano;

DI II^ FASCIA:

- Le seguenti fasce stradali, dal centro alla periferia -

via Turazza;
via Vigonovese;
via Pellizzo;
via Venezia -tratto compreso tra p.le della Stanga e via San Marco-; via San Marco;
via Friburgo;
via Grassi;
via del Plebiscito 1866;
via Maroncelli;
via Madonna della Salute;
via Cardan;
via Bajardi;
via Viotti;

via Machiavelli;
via Durer;
via Guicciardini;
via Buonarroti;
cav. Borgomagno;.31
via Aspetti;
p.le Azzurri d'Italia;
via Reni;
via Pontevigodarzere;
via Avanzo;
via Annibale da Bassano;
via Po;
cav. Camerini;
via Sacro Cuore;
via Altichiero;
via Montà;
via Bezzecca;
via Vicenza;
cav. Chiesanuova;
via Chiesanuova;
via Palestro -da incrocio Milazzo - Volturmo a fine-;
via dei Colli;
cav. Brusegana;
via Sorio;
via Savona;
via Torino;
via Siracusa;
via Isonzo -tratto compreso tra via Goito e via Siena-;
via Vittorio Veneto;
via Armistizio;
via Romana Aponense -tratto compreso tra via Armistizio e via ponte della Cagna-;
via Guizza -tratto compreso tra p.te Scaricatore e via Fogazzaro-;
via Adriatica;
via Bembo -tratto compreso tra p.te Quattro Martiri e via del Cristo-;
via Fabrici Girolamo d'Acquapendente -da incrocio Bruno - Manzoni a fine-;
via Facciolati; -da incrocio Stoppato - Gattamelata a fine-;
via Piovese;
via Vergerio;
via Forcellini;
via Sografi.

ALLEGATO “ B “

Superfici	Tipologia: edificio condominiale A	Tipologia: edificio condominiale B	Tipologia: edificio a torre	Tipologia: capannone industriale
facciata	90 m ²	150 m ²	672 m ²	800 m ²
insegna	26 m ²	26 m ²	50 m ²	50 m ²
facciata	135 m ²	225 m ²	864 m ²	1000 m ²
insegna	26 m ²	26 m ²	50 m ²	50 m ²
facciata	180 m ²	300 m ²	960 m ²	1500 m ²
insegna	26 m ²	26 m ²	50 m ²	50 m ²
facciata	225 m ²	375 m ²	1056 m ²	1800 m ²
insegna	26 m ²	26 m ²	50 m ²	50 m ²
facciata	270 m ²	450 m ²	1248 m ²	
insegna	27 m ²	26 m ²	50 m ²	
facciata	315 m ²	525 m ²	1344 m ²	
insegna	31 m ²	52 m ²	50 m ²	
facciata	360 m ²	600 m ²		
insegna	36 m ²	60 m ²		
facciata	450 m ²	750 m ²		
insegna	45 m ²	75 m ²		
facciata	765 m ²	1275 m ²		
insegna	50 m ²	50 m ²		
facciata	1035 m ²	1875 m ²		
insegna	50 m ²	50 m ²		