



CITTÀ di SAVONA

**PIANO GENERALE
DEGLI IMPIANTI PUBBLICITARI**

***ADOTTATO DAL CONSIGLIO COMUNALE
CON DELIBERAZIONE N. 38 DELL'8 APRILE 2002***

***MODIFICATO DAL CONSIGLIO COMUNALE:
~ CON DELIBERAZIONE N. 1 DEL 24 GENNAIO 2003
~ CON DELIBERAZIONE N. 18 DEL 29 MARZO 2005
~ CON DELIBERAZIONE N. 3 DEL 29 GENNAIO 2015***

INDICE

CAPO I DISPOSIZIONI GENERALI				
Articolo	1	Oggetto e articolazione del Piano	pag.	4
Articolo	2	Suddivisione del territorio comunale	pag.	4
CAPO II CARATTERISTICHE DEI MEZZI PUBBLICITARI				
Articolo	3	Strutture destinate all'affissione	pag.	5
Articolo	4	Cartelli a messaggio pubblicitario diretto	pag.	5
Articolo	5	Pubblicità a messaggio variabile	pag.	5
Articolo	6	Forme pubblicitarie temporanee	pag.	6
Articolo	7	Impianti pubblicitari di servizio	pag.	6
Articolo	8	Segnaletica pubblicitaria e preinsegne	pag.	6
Articolo	9	Impianti di pubblicità o propaganda	pag.	7
Articolo	10	Caratteristiche generali	pag.	7
CAPO III INSTALLAZIONE DEI MEZZI PUBBLICITARI				
Articolo	11	Modalità di installazione	pag.	7
Articolo	12	Dimensioni	pag.	8
Articolo	13	Distanze	pag.	9
Articolo	14	Limiti all'installazione	pag.	9
Articolo	15	Beni e luoghi sottoposti a vincoli	pag.	10
Articolo	16	Centro Storico	pag.	10
Articolo	17	Collocazione di mezzi pubblicitari fuori dal centro abitato	pag.	11
CAPO IV IMPIANTI PER LE PUBBLICHE AFFISSIONI				
Articolo	18	Caratteristiche degli impianti e dei manifesti	pag.	11
Articolo	19	Ripartizione degli impianti	pag.	11
Articolo	20	Modalità di adeguamento del quadro riepilogativo degli impianti	pag.	11

**CAPO V
DISPOSIZIONI FINALI**

Articolo	21	Adeguamento al Piano	pag.	12
Articolo	22	Autorizzazioni in sanatoria	pag.	12
Articolo	23	Norma transitoria	pag.	13
Articolo	24	Norma finale	pag.	13
Allegato A (art. 14, comma 3)			pag.	14
Allegato B (art. 19, comma 2)			pag.	15

PIANO GENERALE DEGLI IMPIANTI PUBBLICITARI

CAPO I DISPOSIZIONI GENERALI

Articolo 1 Oggetto ed articolazione del Piano

1. Il presente Piano generale degli impianti pubblicitari, predisposto ai sensi del decreto legislativo 15 novembre 1993 n. 507 ed in conformità ai criteri stabiliti dal Regolamento comunale per la disciplina della pubblicità e delle affissioni, individua le modalità di effettuazione della pubblicità esterna e delle pubbliche affissioni nel territorio comunale.
2. Il Piano in particolare individua, con riferimento alle diverse zone del territorio comunale, le principali caratteristiche, i limiti dimensionali, le modalità di installazione e le località in cui è consentita la collocazione dei mezzi pubblicitari di cui all'art. 6, comma 2, del Regolamento comunale per la disciplina della pubblicità e delle affissioni.
3. Il presente Piano si compone di:
 - a) una parte normativa;
 - b) una parte tavolare, che comprende una cartografia del territorio comunale ripartito in Zone, con l'indicazione dell'ubicazione e delle caratteristiche dei mezzi pubblicitari in relazione alle diverse zone;
 - c) un quadro riepilogativo degli impianti destinati alle pubbliche affissioni, che comprende l'elenco degli impianti stessi con il numero distintivo, l'ubicazione, la destinazione e la superficie.
4. Le caratteristiche dimensionali, l'ubicazione, la natura e qualità dei materiali utilizzati, nonché i criteri tecnici di sicurezza e le modalità di installazione dei mezzi pubblicitari devono essere conformi, oltre che alle prescrizioni del presente Piano, a quanto previsto dal vigente Codice della Strada e relativo regolamento di attuazione, dal vigente Regolamento Edilizio e da ogni altra disposizione legislativa e regolamentare vigente in materia.
5. Non sono disciplinate dal presente Piano le targhe, le insegne d'esercizio e le bacheche, per le quali si applicano le prescrizioni dettate in materia dal vigente Regolamento Edilizio.

Articolo 2 Suddivisione del territorio comunale

1. Agli effetti del presente Piano il territorio del Comune di Savona, comprendente il centro abitato e tutte le strade comunali, è suddiviso in quattro Zone, come da cartografia costituente parte integrante del presente Piano, così individuate:
 - Zona "A": località e strade soggette a particolari vincoli ai sensi del decreto legislativo 29 ottobre 1999 n. 490;
 - Zona "B": centro storico;
 - Zona "C": restante parte del centro abitato;
 - Zona "D": territorio comunale fuori dal centro abitato.

CAPO II

CARATTERISTICHE DEI MEZZI PUBBLICITARI

Articolo 3

Strutture destinate all'affissione

1. Costituiscono strutture destinate all'affissione gli standardi, i posters, i tabelloni ed altre strutture mono, facciali o plurifacciali, supportate da idonea struttura di sostegno o di collocazione sul suolo ovvero su prospetti di edifici, muri, recinzioni e simili, destinate alla pubblica affissione o all'affissione diretta di manifesti da sostituirsi periodicamente, qualunque sia il tipo e la dimensione del manifesto o il periodo di esposizione dello stesso.
2. Sono definiti standardi i manufatti mono o bifacciali, installati su idonea struttura di sostegno realizzata con due supporti verticali e dotati di cornice in rilievo.
3. Si definiscono posters e tabelloni i manufatti mono o bifacciali, installati su idonea struttura di sostegno realizzata, salvo particolari esigenze relative ai singoli casi, con due supporti verticali ovvero posizionati a muro.
4. I posters possono essere luminosi per luce propria ovvero illuminati da luce indiretta.
5. Si definiscono vetrine i manufatti mono o bifacciali, installati su idonea struttura di sostegno, di spessore non superiore a mt. 0,10 e muniti di vetro di sicurezza o di altra protezione in materiale traslucido.

Articolo 4

Cartelli a messaggio pubblicitario diretto

1. Sono definiti cartelli a messaggio pubblicitario diretto, o cartelli pittorici, i manufatti mono o bifacciali, supportati da idonea struttura di sostegno o di collocazione sul suolo ovvero su prospetti di edifici, muri, recinzioni e simili, finalizzati alla diffusione di messaggi pubblicitari incorporati al manufatto stesso e comunque non soggetti, salvo particolari e comprovate esigenze relative ai singoli casi, a sostituzione.
2. I manufatti bifacciali possono essere utilizzati in entrambe le facciate, anche per la diffusione di messaggi pubblicitari differenti.
3. I cartelli possono essere luminosi per luce propria ovvero illuminati da luce indiretta.

Articolo 5

Pubblicità a messaggio variabile

1. Costituisce pubblicità a messaggio variabile la diffusione di messaggi pubblicitari tramite pannelli o altri manufatti idonei, installati su struttura di sostegno o superficie di appoggio, controllati elettronicamente o comunque programmati in maniera da garantire la variabilità del messaggio ovvero la sua visione in forma intermittente.
2. Il periodo di variabilità dei messaggi pubblicitari non può essere inferiore a tre minuti. Per i mezzi pubblicitari collocati in posizione trasversale al senso di marcia dei veicoli il periodo di variabilità non può essere inferiore a cinque minuti.

Articolo 6

Forme pubblicitarie temporanee

1. Il requisito della temporaneità ricorre quando:
 - a) la permanenza del mezzo pubblicitario ha carattere occasionale e comunque limitato nel tempo (come in occasione di singole manifestazioni ed iniziative);
 - b) il mezzo pubblicitario da installare non comporta la posa in opera di impianti fissi, ma strutture di tipo precario e facilmente rimovibili (quali le strutture “a piramide” o “a cavalletto”, gli espositori “a busta”, ecc.).
2. Costituiscono striscioni e locandine gli elementi bidimensionali, realizzati in materiale non rigido, mancanti di una superficie di appoggio o comunque non aderenti alla stessa. Le locandine, qualora siano posizionate sul terreno, possono essere realizzate anche in materiale rigido. Il bordo inferiore degli striscioni e dei festoni di bandierine deve essere collocato, in ogni suo punto, ad una quota non inferiore a m. 5,10 dal piano della carreggiata.
3. I suindicati impianti possono essere illuminati da luce indiretta.
4. Costituiscono segni orizzontali reclamistici le riproduzioni sulla superficie stradale, con pellicole adesive, di scritte, simboli e marchi, finalizzate alla diffusione di messaggi pubblicitari o propagandistici.
5. In ogni caso le forme pubblicitarie temporanee non possono essere utilizzate per sostituire o surrogare le forme pubblicitarie di carattere permanente.
6. Si definisce pubblicità fonica la diffusione con qualsiasi mezzo idoneo, sia da punto fisso che da veicoli, di messaggi pubblicitari di natura sonora.

Articolo 7

Impianti pubblicitari di servizio

1. Si definiscono impianti pubblicitari di servizio i mezzi pubblicitari applicati o connessi ad elementi di arredo urbano e stradale, quali le transenne parapetonali, i contenitori per la raccolta dei rifiuti, i servizi igienici automatizzati, le pensiline delle fermate dei mezzi pubblici, i supporti informativi dei servizi di trasporto pubblico, le fioriere, gli orologi, le panchine, i lampioni, e gli altri manufatti assimilabili.
2. Le caratteristiche dei singoli tipi di impianto e dei diversi elementi di arredo urbano, nonché le modalità di installazione degli stessi, sono stabilite dalle apposite convenzioni e dai relativi capitolati tecnici.
3. In ogni caso le transenne parapetonali collocate in corrispondenza di intersezioni possono essere utilizzate per l'esposizione di messaggi pubblicitari esclusivamente nella parte interna.

Articolo 8

Segnaletica pubblicitaria e preinsegne

1. Costituiscono preinsegne le scritte, completate da frecce di orientamento, ed eventualmente da simboli e da marchi, realizzate su manufatti bifacciali, utilizzabili su una sola o su entrambe le facciate, supportati da una idonea struttura di sostegno, finalizzate alla pubblicizzazione direzionale della sede di una determinata attività ed installate in modo da facilitare il reperimento della sede stessa.
2. Le strutture di sostegno delle preinsegne non possono superare l'altezza massima di m. 3,70 dal piano della carreggiata. Su ciascuna struttura di sostegno può essere collocato un numero massimo di sei preinsegne per ogni senso di marcia, a condizione che le stesse abbiano le medesime dimensioni e caratteristiche.
3. I suindicati impianti non possono essere né luminosi né illuminati.

4. I segnali stradali di indicazione di cui all'art. 39, comma 1, lettera C), del vigente Codice della strada possono essere installati nei casi e nei modi prescritti dagli artt. 124 e seguenti del Regolamento di attuazione del Codice della Strada.

Articolo 9

Impianti di pubblicità o propaganda

1. Costituiscono impianti di pubblicità o propaganda tutti i manufatti finalizzati alla pubblicità e propaganda di prodotti e di attività, non riconducibili specificatamente ad una delle forme pubblicitarie di cui ai precedenti articoli.
2. I suindicati impianti possono essere luminosi per luce propria ovvero illuminati da luce indiretta.

Articolo 10

Caratteristiche generali

1. Nel caso di impianti collocati lungo uno stesso itinerario a vista, la quota del bordo inferiore del cartello più basso rispetto al piano di calpestio deve essere identica per tutti gli impianti, in modo da garantire l'omogeneità estetica del sistema. Tale quota deve essere identica a quella dei segnali stradali eventualmente esistenti. In ogni caso l'altezza minima dal suolo dei mezzi pubblicitari che comportano la posa in opera di impianti fissi, ad eccezione degli impianti posizionati a muro, non può essere inferiore a m. 1,50.
2. Gli impianti pubblicitari posizionati a muro o su apposita struttura di sostegno devono essere muniti di telaio in materiale metallico, con cornice in ogni caso non di legno.
3. Le strutture di sostegno dei mezzi pubblicitari che comportano la posa in opera di impianti fissi devono essere realizzate con supporti verticali (paline) a sezione circolare, rettangolare od esagonale di metallo verniciato di colore adeguato al contesto di inserimento.
4. I supporti verticali delle strutture di sostegno dei mezzi pubblicitari collocati lungo uno stesso itinerario a vista devono avere le medesime caratteristiche, salvo particolari esigenze di natura tecnica da valutare in relazione alle specifiche circostanze. Tali caratteristiche devono essere identiche a quelle dei segnali stradali eventualmente esistenti.
5. I mezzi pubblicitari installati su tetti o coperture, collocati in posizioni ambientalmente ed esteticamente compatibili, devono essere il più possibile trasparenti. Nel caso di impianti visibili da più lati, gli stessi devono avere carattere tridimensionale.
6. I diversi mezzi pubblicitari non possono contenere alcun elemento pittografico o grafico confondibile con quelli previsti dal vigente Codice della Strada per la segnaletica di indicazione. Si osservano comunque le disposizioni di cui agli artt. 49 e 50 del Regolamento di attuazione del vigente Codice della Strada.

CAPO III

INSTALLAZIONE DEI MEZZI PUBBLICITARI

Articolo 11

Modalità di installazione

1. Salvo casi particolari da valutare in relazione alle specifiche circostanze, i supporti verticali delle strutture di sostegno dei mezzi pubblicitari devono essere collocati in fregio ai muri dei fabbricati ovvero sul bordo esterno dei marciapiedi, garantendo comunque uno spazio adeguato per il transito pedonale per una larghezza minima di m. 1,50 o pari alla larghezza del marciapiede qualora

inferiore a tale misura. In ogni caso il mezzo pubblicitario deve risultare, in ogni suo punto, ad una distanza dal limite della carreggiata non inferiore a m. 0,30.

2. L'installazione dei mezzi pubblicitari deve essere compiuta in osservanza dei profili architettonici come determinati dalla presenza di elementi quali ringhiere, muretti parapetto, e simili, e comunque in modo da non occultare od alterare le linee architettoniche degli edifici e le visuali del paesaggio.

3. La sistemazione degli impianti a muro deve essere eseguita nel rispetto degli allineamenti orizzontali e verticali, con perpendicolarità fra i medesimi. In presenza di elementi architettonici o decorativi gli impianti devono essere installati ad una distanza minima di m. 0,30 dagli stessi.

4. La pubblicità sui ponteggi edilizi e sulle recinzioni dei grandi cantieri può essere realizzata, per la durata dei relativi lavori, esclusivamente utilizzando teli estesi a tutta la superficie di una facciata o supporti collocati lungo tutta una recinzione.

5. I display elettronici utilizzati per la pubblicità a messaggio variabile devono essere contenuti all'interno del vano vetrina o del vano porta degli esercizi commerciali.

6. Gli striscioni ed i festoni di bandierine possono essere installati esclusivamente utilizzando gli appositi supporti già posizionati lungo le strade dall'Amministrazione comunale.

Articolo 12 Dimensioni

1. I mezzi pubblicitari, in relazione alle diverse Zone, devono essere realizzati nel rispetto delle seguenti misure:

a) Zona "A":

- standardi: m. 1,40 x 1,00 ovvero m. 1,40 x 2,00;
- posters: m. 6,00 x 3,00;
- tabelloni: m. 3,00 x 2,00;
- cartelli a messaggio diretto: m. 1,00 x 2,00 ovvero m. 1,50 x 1,50 ovvero m. 3,00 x 2,00;
- vetrine: m. 1,00 x 1,40;
- rotors, schermi e cartelli elettronici: m. 3,00 x 2,00, m. 1,00 x 1,40;
- display elettronici: m. 1,00 x 0,20;
- preinsegne: mt. 1,25 x 0,30;
- striscioni: m. 5,00 x 0,80.

b) Zona "B":

- standardi: m. 1,40 x 1,00;
- posters: m. 6,00 x 3,00;
- tabelloni: m. 3,00 x 2,00;
- vetrine: m. 1,00 x 1,40;
- preinsegne: mt. 1,00 x 0,20;
- striscioni: m. 5,00 x 0,80.

c) Zona "C":

- standardi: m. 1,40 x 1,00 ovvero m. 2,00 x 1,40 ovvero m. 1,40 x 2,00;
- posters: m. 6,00 x 3,00;
- tabelloni: m. 3,00 x 2,00 ovvero m. 6,00 x 2,00 ovvero m. 9,00 x 2,00;
- cartelli a messaggio diretto: m. 1,00 x 2,00 ovvero m. 2,00 x 2,00 ovvero m. 3,00 x 2,00 ovvero m. 4,00 x 3,00;
- vetrine: m. 1,00 x 1,40;
- rotors, schermi e cartelli elettronici: mt. 4,00 x 3,00 ovvero m. 3,00 x 2,00, m. 1,00 x 1,40 ovvero m. 1,00 x 2,00;
- display elettronici: m. 1,00 x 0,20 ovvero m. 1,60 x 0,30;
- preinsegne: m. 1,00 x 0,20 ovvero m. 1,25 x 0,25;
- striscioni: m. 5,00 x 0,80.

d) Zona "D":

- si osservano le disposizioni di cui all'art. 48 del Regolamento di attuazione del vigente Codice della Strada.

2. Anche in deroga a quanto disposto dal comma precedente, sui cavalcavia ferroviari i cartelli a messaggio diretto possono essere realizzati nelle misure consentite dalle dimensioni dei cavalcavia stessi.

Articolo 13

Distanze

1. Nell'ambito delle strade urbane di quartiere e delle strade locali, come definite dall'art. 2, comma 3, lettere E) e F), del vigente Codice della Strada, si devono rispettare le seguenti prescrizioni:

a) i mezzi pubblicitari non possono essere collocati nell'area delle intersezioni stradali e devono osservare una distanza minima da queste di m. 20, calcolando la distanza intercorrente tra il punto di installazione del supporto verticale più vicino all'intersezione ed il vertice tra il proseguimento ideale delle linee di cordolo dei marciapiedi o, in mancanza di questi, della base dei fabbricati o di contorno dei terreni laterali o delle banchine;

b) tra i diversi mezzi pubblicitari deve essere osservata una distanza minima di m. 15. La medesima distanza minima deve essere osservata dai segnali stradali eventualmente installati in corrispondenza o in prossimità di intersezioni, fermo restando il limite minimo di m. 20 di cui alla lettera a);

c) per i mezzi pubblicitari collocati in posizione parallela al senso di marcia dei veicoli e posti in aderenza ai fabbricati o comunque ad una distanza non inferiore a m. 2 dal limite della carreggiata, la distanza minima di cui alla lettera a) è ridotta a m. 10. Per i medesimi mezzi pubblicitari la distanza minima di cui alla lettera b) deve essere almeno pari alla larghezza massima della cornice degli impianti già in essere e comunque non può essere inferiore a m. 0,10.

2. I mezzi pubblicitari non possono essere collocati ad una distanza inferiore a m. 1,70 dallo spigolo dei fabbricati.

Articolo 14

Limiti all'installazione

1. Sugli edifici ed in genere sui muri è vietata l'affissione di manifesti privi di apposito supporto, salvo particolari esigenze di natura istituzionale, nonché l'installazione di impianti di natura temporanea. In ogni caso la superficie muraria non può essere occupata in misura superiore al 50%.

2. E' vietata l'installazione di mezzi pubblicitari e l'affissione di manifesti contro gli alberi e nelle aiuole, sulle cancellate e le recinzioni non murarie, sulle finestre, sui balconi e cornicioni, all'esterno delle vetrine degli esercizi commerciali.

3. Per l'effettuazione dell'attività di affissione diretta possono essere utilizzati esclusivamente standardi e posters, come definiti dal presente Piano. E' vietata la collocazione di tali impianti al di fuori delle strade appositamente elencate nell'allegato A del presente Piano. In ogni caso, in ciascuna Zona può essere installato dal medesimo soggetto un numero massimo di 50 standardi e di 10 posters.

4. Nelle stazioni di servizio e nelle aree di parcheggio i mezzi pubblicitari possono essere collocati per una superficie complessiva non eccedente il 15% delle aree occupate dalle stazioni di servizio ed il 10% delle aree occupate dalle aree di parcheggio, purché gli stessi non siano installati lungo il fronte stradale ed in corrispondenza degli accessi. Dal computo della superficie dei mezzi pubblicitari sono esclusi quelli attinenti ai servizi prestati presso la stazione o l'area di parcheggio.

5. Gli impianti destinati alla proiezione di messaggi pubblicitari su una qualsiasi superficie, escluse comunque le carreggiate delle strade ed i muri degli edifici sottoposti a vincoli ai sensi del decreto legislativo 490/99, possono essere utilizzati esclusivamente in occasione di singole manifestazioni

ed iniziative ovvero in presenza di particolari esigenze di carattere commerciale. Tali forme pubblicitarie non devono in alcun modo arrecare disturbo alla circolazione veicolare o pedonale.

6. In tutti i casi i mezzi pubblicitari non possono essere collocati entro lo spazio di avvistamento dei segnali stradali, nel caso creino interferenza visiva con questi.

7. I cartelli a messaggio diretto da installare sui cavalcavia ferroviari non possono in ogni caso essere collocati sulle strutture laterali dei cavalcavia medesimi, né possono in alcun punto sporgere oltre il bordo inferiore della superficie destinata ad accoglierli.

Articolo 15

Beni e luoghi sottoposti a vincoli

1. Lungo le strade site nell'ambito di beni e luoghi di interesse storico e artistico o sottoposti a vincoli a tutela di bellezze naturali e paesaggistiche, ricomprese nella Zona "A", è vietata l'installazione di qualsiasi mezzo pubblicitario, ad eccezione degli impianti per le pubbliche affissioni e dei cartelli a messaggio pubblicitario diretto, qualora entrambi i tipi di impianto siano destinati a pubblicizzare attività di natura istituzionale o culturale di enti pubblici o di associazioni senza scopo di lucro, e delle preinsegne.

2. Lungo le strade site in prossimità degli edifici e dei luoghi di interesse storico e artistico e dei beni e dei luoghi sottoposti a vincoli a tutela di bellezze naturali e paesaggistiche, ricomprese nella Zona "A", i mezzi pubblicitari devono osservare una distanza minima di m. 50 dai beni e luoghi medesimi, ferme restando le prescrizioni di cui all'art. 13 del presente Piano. In prossimità della Fortezza Priamar i mezzi pubblicitari devono osservare una distanza minima di m. 300, fatta eccezione per gli impianti per le pubbliche affissioni e per i cartelli a messaggio pubblicitario diretto, qualora entrambi i tipi di impianto siano destinati a pubblicizzare attività di natura istituzionale o culturale di enti pubblici o di associazioni senza scopo di lucro, e per le preinsegne.

3. Per la collocazione di mezzi pubblicitari sugli edifici o nell'ambito e in prossimità dei beni e dei luoghi di cui al comma 1 si osservano le disposizioni di cui agli artt. 50 e 157 del decreto legislativo 490/99.

Articolo 16

Centro storico

1. Nell'ambito della Zona "B" è vietata l'installazione di qualsiasi mezzo pubblicitario che comporti la posa in opera di impianti fissi, ad eccezione delle preinsegne e degli impianti per le pubbliche affissioni.

2. Le forme pubblicitarie temporanee da realizzare nella Zona "B" non possono avere una durata superiore a 15 giorni.

3. La pubblicità fonica nella Zona "B" è consentita dalle ore 10,00 alle ore 12,00 e dalle ore 16,30 alle ore 18,30. Nel corso della medesima giornata tale forma di pubblicità può essere effettuata da un solo soggetto.

4. Le preinsegne da installare nella Zona "B" devono essere realizzate in ferro battuto o altro materiale di pregio ed avere caratteristiche uniformi in relazione alla tipologia dell'attività segnalata.

5. In Via Paleocopa ed in Corso Italia, in considerazione del particolare valore storico e pregio estetico di tali strade, non è consentita l'installazione di alcun mezzo pubblicitario, ad eccezione delle preinsegne e degli impianti per le pubbliche affissioni. E' vietata qualsiasi forma di pubblicità fonica.

Articolo 17

Collocazione di mezzi pubblicitari fuori dal centro abitato

1. Nell'ambito della Zona "D" la collocazione dei mezzi pubblicitari è subordinata al rispetto delle disposizioni dettate in materia dal vigente Codice della Strada e dal relativo Regolamento di attuazione. Si applicano, inoltre, le prescrizioni del presente Piano, in quanto compatibili.

CAPO IV

IMPIANTI PER LE PUBBLICHE AFFISSIONI

Articolo 18

Caratteristiche degli impianti e dei manifesti

1. Salvo quanto disposto dai commi successivi, gli impianti per le pubbliche affissioni devono rispettare le prescrizioni dettate dal presente Piano in relazione ai diversi tipi di mezzi pubblicitari.
2. I tabelloni collocati lungo le vie porticate possono essere installati in fregio ai pilastri, escluso il lato esterno, e devono avere dimensioni conformi alle caratteristiche dei pilastri medesimi, eventualmente anche in deroga a quanto prescritto dall'art. 12 del presente Piano.
3. I tabelloni destinati all'affissione dei manifesti funerari possono avere anche dimensione di m. 2,00 x 1,00.
4. I manifesti funerari devono avere dimensioni pari a m. 0,42x0,30. Gli altri manifesti da affiggere sugli impianti per le pubbliche affissioni devono avere, di regola, dimensioni pari a m. 0,70x1,00 o m. 1,00x0,70 ovvero multiple o sottomultiple delle stesse.

Articolo 19

Ripartizione degli impianti

1. Gli impianti collocati lungo una medesima strada devono essere destinati, di regola, per il 70% alle affissioni di natura commerciale e per il 30% alle affissioni di natura istituzionale.
2. Lungo le strade a scarsa percorrenza pedonale, elencate nell'allegato B del presente Piano, gli impianti possono essere destinati alle sole affissioni di natura commerciale.

Articolo 20

Modalità di adeguamento del quadro riepilogativo degli impianti

1. Nell'ipotesi di sostituzione, spostamento, rimozione o mutamento di destinazione degli impianti esistenti ovvero di installazione di nuovi impianti, le necessarie variazioni al quadro riepilogativo di cui all'art. 1, comma 3, lettera c), del presente Piano sono apportate con provvedimento adottato dal Dirigente del Settore competente.

CAPO V DISPOSIZIONI FINALI

Articolo 21 Adeguamento al Piano

1. Fatto salvo quanto disposto dai successivi commi 3 e 4, i mezzi pubblicitari installati da soggetti privati sulla base di autorizzazioni o concessioni in essere alla data di esecutività del presente Piano e non rispondenti alle prescrizioni del Piano medesimo devono essere resi conformi alla nuova disciplina, a cura e spese del titolare dell'atto abilitativo, entro il termine di tre anni dalla sua entrata in vigore.
2. Nel caso di impossibilità di adeguamento del mezzo pubblicitario alla nuova disciplina, il titolare dell'atto abilitativo ed il proprietario o il possessore del suolo devono provvedere nel termine di cui al comma 1 alla sua rimozione, fatto salvo il diritto al rimborso di quanto eventualmente versato per il periodo non usufruito. Qualora non si provveda alla rimozione, il Comune, previa diffida contenente l'assegnazione di un termine congruo e comunque non inferiore a trenta giorni, procede alla rimozione d'ufficio, con addebito delle spese in via solidale a carico dei soggetti obbligati, fatta salva l'applicazione delle sanzioni previste per i mezzi pubblicitari abusivi.
3. I mezzi pubblicitari di cui al comma 1 non conformi esclusivamente alle prescrizioni di cui agli artt. 10, 12 e 13, lettera c), del presente Piano possono rimanere installati, senza necessità di adeguamento, fino alla data di scadenza del relativo atto abilitativo. Analoga disposizione si applica ai mezzi pubblicitari di cui al comma 1 collocati lungo Corso Svizzera e non conformi, oltre alle suddette disposizioni, alle prescrizioni di cui all'art. 13, lettera b), del presente Piano.
4. I mezzi pubblicitari di cui al comma 1 destinati all'affissione diretta e collocati in aree diverse da quelle consentite ai sensi del presente Piano possono rimanere installati in tali aree esclusivamente fino alla scadenza dei relativi titoli abilitativi. Fino alla medesima scadenza non opera il limite di cui all'art. 14, comma 3, del presente Piano.
5. I mezzi pubblicitari installati nella Zona "A" e non conformi alla prescrizione di cui all'art. 15, comma 1, del presente Piano devono essere obbligatoriamente rimossi entro il termine di un anno dalla data di esecutività del Piano medesimo. Per i mezzi pubblicitari installati sugli edifici o nell'ambito e in prossimità dei beni e dei luoghi di cui agli artt. 50 e 157 del decreto legislativo 490/99 il termine di rimozione è di centottanta giorni dall'entrata in vigore del presente Piano.
6. Entro lo stesso termine di tre anni dalla data di esecutività del presente Piano anche gli impianti per le pubbliche affissioni devono essere resi conformi alla disciplina dettata in merito dal Piano medesimo.

Articolo 22 Autorizzazioni in sanatoria

1. I mezzi pubblicitari privi di titolo abilitativo, ma conformi alle prescrizioni del presente Piano, sono oggetto di autorizzazione in sanatoria, sulla base di apposita istanza da presentarsi entro centottanta giorni dalla data di esecutività del Piano medesimo. In caso di mancata presentazione dell'istanza entro tale termine, il mezzo pubblicitario deve ritenersi abusivo.
2. Non è possibile procedere all'autorizzazione in sanatoria dei mezzi pubblicitari privi di autorizzazione alla data di esecutività del presente Piano e non conformi alle prescrizioni del Piano medesimo ovvero installati abusivamente su suolo pubblico.
- 3.

Articolo 23

Norma transitoria

1. Fermo restando quanto disposto dall'art. 6bis del vigente Regolamento comunale per la disciplina della pubblicità e delle affissioni e fatte salve le istanze già presentate alla data di entrata in vigore del presente Piano, fino alla data del 31 dicembre 2004 non possono essere presentate nuove istanze per il rilascio di autorizzazioni e concessioni per l'installazione di strutture destinate all'affissione diretta. Potranno essere prese in esame esclusivamente le istanze presentate a decorrere dal 1° gennaio 2005.

2. Nel rilascio o rinnovo degli atti relativi alle domande presentate a decorrere dal 1° gennaio 2005 verrà data priorità alle istanze dei soggetti che non risulteranno titolari di altre autorizzazioni e concessioni per l'installazione di mezzi pubblicitari.

Articolo 24

Norma finale

1. Con l'entrata in vigore del presente Piano si deve ritenere decaduta la deliberazione della Giunta Comunale 18 agosto 1999 n. 206.

2. La disciplina contenuta nel presente Piano sostituisce integralmente quanto disposto dalla deliberazione della Giunta Comunale 26 febbraio 1998 n. 50.

ALLEGATO A
(art. 14, comma 3)

I mezzi pubblicitari destinati all'affissione diretta possono essere installati nelle strade e secondo le tipologie di seguito specificate:

- Corso Colombo: solo stendardi;
- Corso Mazzini: solo stendardi;
- Corso Ricci: stendardi e posters;
- Corso Tardy e Benech: solo stendardi;
- Corso Svizzera lato monte: solo posters;
- Piazza del Popolo: solo stendardi;
- Piazza del Popolo/area parcheggio: stendardi e posters.
- Piazza Saffi: solo stendardi;
- Sottopasso Sempione: solo posters;
- Via Cilea: stendardi e posters;
- Via Crispi: stendardi e posters;
- Via Genova: solo posters;
- Via Montegrappa: solo posters;
- Via Nizza: stendardi e posters;
- Via Pirandello: stendardi e posters;
- Via Sormano: stendardi e posters;
- Via Stalingrado: stendardi e posters;
- Via Valloria: stendardi e posters;
- Via Vittime di Brescia: stendardi e posters;
- Via XX Settembre: solo stendardi.

ALLEGATO B
(art. 19, comma 2)

Possono essere destinati alle sole affissioni di natura commerciale gli impianti per le pubbliche affissioni installati nelle seguenti strade:

- Via Chiavella;
- Via Cilea;
- Via Grondona;
- Via Padova;
- Via Romagnoli;
- Via Stalingrado;
- Via Vittime di Brescia.