

COMUNE DI SOVICO  
SPORTELLLO UNICO ATTIVITA' PRODUTTIVE

# Piano Generale Impianti Pubblicitari

---

[Approvato con delibera di Consiglio Comunale n° 29 del 21.04.2009]

**CAPO I**  
**DISPOSIZIONI GENERALI**

**Art. 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 Codice della Strada e relativo regolamento di attuazione, e dal Regolamento comunale per l'applicazione dell'imposta sulla pubblicità diritto sulle pubbliche affissioni approvato con deliberazione di CC n. 61 del 27.09.1995 e modificato con deliberazione di CC n. 11 del 11.02.2002, 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. 16, comma 2, del Regolamento comunale della pubblicità e delle affissioni.
3. 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 e da ogni altra disposizione legislativa e regolamentare vigente in materia.

**Art. 2**

**Suddivisione del territorio comunale**

1. Agli effetti del presente Piano il territorio del Comune di Sovico è suddiviso nelle seguenti zone, così individuate:  
Zona "CS": centro storico ed i nuclei di antica formazione;  
Zona "SP": tratto della S.P 6 Monza Carate corrispondente a viale Monza;  
Zona "AV": aree a particolare vocazione ambientale ad est e ovest del paese;  
Zona "TC": le restanti parti del territorio comunale;
2. La suddivisione in zone è meglio evidenziata nel documento "*Allegato 1 – suddivisione del territorio*".

## CAPO II CARATTERISTICHE DEI MEZZI PUBBLICITARI

### Art. 3

#### Definizioni

Si riportano in seguito le "Definizione dei mezzi pubblicitari" come indicate dall'art. 47. Regolamento di attuazione del vigente Codice della Strada.

1. Si definisce «**insegna di esercizio**» la scritta in caratteri alfanumerici, completata eventualmente da simboli e da marchi, realizzata e supportata con materiali di qualsiasi natura, installata nella sede dell'attività a cui si riferisce o nelle pertinenze accessorie alla stessa. Può essere luminosa sia per luce propria che per luce indiretta.
2. Si definisce «**preinsegna**» la scritta in caratteri alfanumerici, completata da freccia di orientamento, ed eventualmente da simboli e da marchi, realizzata su manufatto bifacciale e bidimensionale, utilizzabile su una sola o su entrambe le facce, supportato da una idonea struttura di sostegno, finalizzata alla pubblicizzazione direzionale della sede dove si esercita una determinata attività ed installata in modo da facilitare il reperimento della sede stessa e comunque nel raggio di 5 km. Non può essere luminosa, né per luce propria, né per luce indiretta.
3. Si definisce «**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 ed emergenze naturali.
4. Si definisce «**cartello**» un manufatto bidimensionale supportato da una idonea struttura di sostegno, con una sola o entrambe le facce finalizzate alla diffusione di messaggi pubblicitari o propagandistici sia direttamente, sia tramite sovrapposizione di altri elementi, quali manifesti, adesivi, ecc. Può essere luminoso sia per luce propria che per luce indiretta.
5. Si definisce «**striscione, locandina e stendardo**» l'elemento bidimensionale realizzato in materiale di qualsiasi natura, privo di rigidità, mancante di una superficie di appoggio o comunque non aderente alla stessa. Può essere luminoso per luce indiretta. La locandina, se posizionata sul terreno, può essere realizzata anche in materiale rigido.
6. Si definisce «**segno orizzontale reclamistico**» la riproduzione sulla superficie stradale, con pellicole adesive, di scritte in caratteri alfanumerici, di simboli e di marchi, finalizzata alla diffusione di messaggi pubblicitari o propagandistici.
7. Si definisce «**impianto pubblicitario di servizio**» qualunque manufatto avente quale scopo primario un servizio di pubblica utilità nell'ambito dell'arredo urbano e stradale (fermate autobus, pensiline, transenne parapetonali, cestini, panchine, orologi, o simili) recante uno spazio pubblicitario che può anche essere luminoso sia per luce diretta che per luce indiretta.
8. Si definisce «**impianto di pubblicità o propaganda**» qualunque manufatto finalizzato alla pubblicità o alla propaganda sia di prodotti che di attività e non individuabile secondo definizioni precedenti, né come insegna di esercizio, né come preinsegna, né come cartello, né come striscione, locandina o stendardo, né come segno orizzontale reclamistico, né come impianto pubblicitario di servizio. Può essere luminoso sia per luce propria che per luce indiretta.

### Art. 4

#### Caratteristiche generali

L'installazione dei mezzi pubblicitari su tutto il territorio Comunale deve essere eseguita nel rispetto dei parametri indicati nelle schede tecniche allegate di cui all'elaborato "*Allegato 2 - schede tecniche impianti di pubblicità*".

Per ogni tipologia di impianto è stata elaborata una scheda conoscitiva che ne definisce l'ammissibilità di zona, le caratteristiche, le dimensioni ed il posizionamento.

Qualora si intenda realizzare un manufatto pubblicitario che non rientra univocamente in una categoria disciplinata dall'allegato la richiesta sarà soggetta a parere della commissione edilizia, così pure come eventuali richieste di deroga.

1. I cartelli, le insegne di esercizio e gli altri mezzi pubblicitari devono essere realizzati con materiali non deperibili e resistenti agli agenti atmosferici.
2. Le strutture di sostegno e di fondazione devono essere calcolate per resistere alla spinta del vento, saldamente realizzate ed ancorate, sia globalmente che nei singoli elementi.
3. Qualora le suddette strutture costituiscono manufatti la cui realizzazione e posa in opera è regolamentata da specifiche norme (statiche, luminose, spinta del vento, riflettanza/abbagliamento ecc.), l'osservanza delle stesse e l'adempimento degli obblighi da queste previste deve essere documentato prima del ritiro dell'autorizzazione di cui all'articolo 23, comma 4, del codice della strada. Devono comunque essere rispettate tutte le specifiche norme in materia.
4. I cartelli, le insegne di esercizio e gli altri mezzi pubblicitari devono avere sagoma regolare, che in ogni caso non può essere quella di disco o di triangolo. L'uso del colore rosso non può comunque superare 1/5 dell'intera superficie del cartello o altro mezzo pubblicitario.
5. Tutti gli impianti pubblicitari luminosi o illuminati non possono avere luce intermittente, né di colore rosso e devono essere di intensità tale da non procurare abbagliamento.
6. Gli impianti pubblicitari posizionati a muro o su apposita struttura di sostegno devono essere muniti di telaio e cornice in materiale metallico trattato in maniera tale da evitarsi il sorgere di ruggine.
7. I diversi mezzi pubblicitari non possono contenere alcun elemento pittografico o grafico confondibile con quelli previsti dal vigente Codice della Strada.  
Si osservano comunque le disposizioni di cui agli artt. 47 48 49 e 50 del Regolamento di attuazione del vigente Codice della Strada.

#### Art. 5

##### Caratteristiche particolari

1. Per realizzare ed installare un insegna si dovrà tener conto fondamentalmente di:
  - **un aspetto semplice:** riassumere cioè in maniera pulita e schematica l'attività del prodotto venduto, con un marchio, un nome o diversi logotipi per i prodotti;
  - **linearità grafica:** ad eccezione di marchi e loghi dovrà sempre essere proposta un'uniformità del carattere tipografico con caratteri lineari e facilmente comprensibili;
  - **Dimensione:** l'insegna dovrà aver dimensioni adeguate alle caratteristiche dell'edificio, proporzionata alle vetrine e considerare le dimensioni stradali;
  - **Posizione:** L'installazione di un insegna è ammessa sulla faccia purché venga disposta negli appositi spazi;
  - **Forma e colore:** con l'obbligo di forma regolare, le insegne dovranno limitarsi all'uso del colore rosso solo ed esclusivamente alla riproduzione dei marchi depositati e previo parere della Polizia Locale. I colori dovranno comunque rispettare quanto disposto dal Regolamento di esecuzione del C.d.S.;
  - **Materiali:** dovranno essere chiaramente in sintonia con quelli dell'edificio, soprattutto rispecchiando il periodo storico di costruzione dello stesso. Dovranno inoltre non essere facilmente deperibili e resistere agli agenti atmosferici;
  - **Illuminazione:** L'illuminazione dovrà rispondere a quanto prescritto in tema di inquinamento luminoso dalla L.R. 17/2000 e s.m.i. e non avere luci intermittenti.
2. L'insegna non dovrà mai interferire coi particolari architettonici o qualsiasi elemento decorativo e in nessun caso trasformare radicalmente l'immagine della facciata;
3. L'insegna deve essere realizzata con materiali idonei e con l'aspetto architettonico con particolare attenzione verso quei materiali originari o compatibili con l'arredo esistente, tenendo presente che l'insegna deve dar valore alla facciata e non comportarne degrado.

#### Art. 6

##### Strutture destinate all'affissione

1. Costituiscono strutture destinate all'affissione, i tabelloni e le altre strutture mono o bifacciali, 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.

#### Art. 7

##### Forme pubblicitarie temporanee

1. Il requisito della temporaneità ricorre quando la permanenza del mezzo pubblicitario ha carattere occasionale e comunque limitato nel tempo (come in occasione di singole manifestazioni ed iniziative).
2. E' considerato temporaneo il mezzo pubblicitario installato per non più di 30 giorni consecutivi. Non è ammessa nuova richiesta di installazione nei successivi 30 giorni dalla cessazione della precedente autorizzazione
3. Non è consentito, per motivi di sicurezza legati al necessario requisito del rispetto della spinta del vento, l'utilizzo di mezzi pubblicitari di tipo precario e facilmente rimovibili (quali le strutture "a piramide" o "a cavalletto", gli espositori "a busta", ecc.).
4. Sono da considerarsi mezzi di pubblicità temporanea gli striscioni, le locandine e gli standardi.
5. 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. L'esposizione di striscioni è ammessa unicamente per la promozione pubblicitaria di manifestazioni e spettacoli. L'esposizione di locandine e standardi è ammessa per la promozione pubblicitaria di manifestazioni e spettacoli, oltreché per il lancio di iniziative commerciali. L'esposizione di striscioni, locandine e standardi è limitata al periodo di svolgimento della manifestazione, dello spettacolo o dell'iniziativa cui si riferisce, oltre che alla settimana precedente ed alle ventiquattro ore successive allo stesso. Ciascuno striscione, locandina e standardo deve rispettare la distanza di metri 25 da altre installazioni pubblicitarie.
6. I suindicati impianti possono essere illuminati da luce indiretta e possono riportare, ove costituiscano forme di pubblicità relative a manifestazioni organizzate dall'amministrazione comunale o da altri enti pubblici ovvero patrocinate da essi, oltre ai messaggi relativi alla manifestazione anche messaggi relativi ad eventuali sponsor, in una misura comunque non superiori al 30 % della superficie disponibile.
9. In ogni caso le forme pubblicitarie temporanee non possono essere utilizzate per sostituire o surrogare le forme pubblicitarie di carattere permanente.

**CAPO III**  
**INSTALLAZIONE DEI MEZZI PUBBLICITARI**

**Art. 8.**

**Le priorità nel posizionamento**

1. In ordine alla posizione di collocamento degli impianti, ferma restando la garanzia assoluta riferita a semafori, apparecchiature illuminanti di controllo elettronico ed altri rispondenti a requisiti di pubblica utilità, viene data precedenza a:
  2. **SEGNALI STRADALI**
    - a) - segnali di pericolo e segnali di prescrizione
    - b) - segnali di indicazione
  3. **SEGNALI INFORMATIVI**
    - a) - segnali di nome strada e servizi d'interesse pubblico
    - b) - segnali turistici e di territorio
    - c) - segnali che forniscono informazioni utili per la guida
    - d) - segnali che indicano servizi e impianti per gli utenti della strada
    - e) - segnali industria o delle attività
  4. **MEZZI PUBBLICITARI**
    - a) - pubbliche affissioni
    - b) - preinsegne
    - c) - pubblicità fissa
5. In ogni caso e per particolari forme pubblicitarie, viene data preferenza a quella di carattere socioculturale e di informazione pubblica.

**Art. 9**

**Il posizionamento**

1. E' consentito il posizionamento di manufatti pubblicitari con esclusione dei seguenti punti:
  - a) sulle pertinenze di esercizio delle strade ad eccezione dei parcheggi;
  - b) in corrispondenza delle intersezioni;
  - c) lungo le curve e su tutta l'area compresa tra la curva stessa e la corda tracciata tra i due punti di tangenza;
  - d) sulle scarpate stradali sovrastanti la carreggiata in terreni di qualsiasi natura e pendenza;
  - e) in corrispondenza dei raccordi verticali concavi e convessi;
  - f) sui ponti e sottoponti;
  - g) sui cavalcavia e loro rampe.

**Art. 10**

**Modalità di installazione**

1. Salvo casi particolari da valutare in relazione alle specifiche circostanze, le installazioni pubblicitarie devono essere posizionate, fuori dalla carreggiata, ad una distanza pari o almeno mt. 3,00 dal margine della stessa, e con il bordo inferiore dell'impianto ad un'altezza pari a mt. 1,50 dalla quota della carreggiata stradale
2. La distanza di cui al comma precedente non viene osservata nel caso in cui l'installazione pubblicitaria venga posiziona in aderenza ai muri di fabbricati, ovvero nel caso in cui la sede stradale sia delimitata da marciapiede sul lato in cui l'installazione deve essere effettuata. In questi casi 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 uno spazio adeguato per il transito pedonale pari alla larghezza del marciapiede e comunque non inferiore a mt. 1,50.
4. 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.
5. 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 mt. 1,00 dagli stessi.
  6. I display elettronici utilizzati per la pubblicità a messaggio variabile degli esercizi commerciali devono essere contenuti all'interno del vano vetrina o del vano porta degli esercizi stessi, e devono essere in ogni caso installati in modo parallelo rispetto all'andamento della strada.

#### **Art. 11 Distanze**

1. Nell'ambito delle strade urbane di scorrimento, di quartiere e delle strade locali, come definite dall'art. 2, comma 3, lettere D), 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 mt. 30, prima o dopo di esse, calcolando la distanza intercorrente tra il punto di installazione del supporto verticale più vicino all'intersezione ed il limite dell'intersezione;
  - b) tra i diversi mezzi pubblicitari deve essere osservata una distanza minima di mt. 25 indipendentemente dalla tipologia dell'installazione (parallela o perpendicolare);
  - c) la distanza minima che deve essere osservata dai segnali stradali, prima o dopo di essi, è pari a mt. 25. Questo ultimo limite vale anche per le installazioni pubblicitarie parallele alla strada;
  - d) per i mezzi pubblicitari collocati in posizione parallela al senso di marcia dei veicoli e posti in aderenza ai fabbricati la distanza minima di cui alla lettera a) è ridotta a mt. 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 mt. 0,10 rispetto ad altri impianti posizionati parallelamente alla carreggiata. In ogni caso non possono essere autorizzati impianti posizionati parallelamente rispetto alla carreggiata in numero superiore a due affiancati, ed i successivi impianti pubblicitari paralleli alla carreggiata non potranno essere posizionati ad una distanza inferiore a mt. 25, osservando tale limite anche rispetto ad altre installazioni pubblicitarie ancorché non parallele.
2. Fatta salva la pubblicità all'interno delle aree dei distributori di carburanti, i mezzi pubblicitari non possono essere posizionati in corrispondenza degli stessi e devono distare metri 30 dagli accessi.

#### **Art. 12 Obblighi dell'installatore**

1. L'installatore ha l'obbligo di:
  - fissare saldamente all'impianto apposita targhetta identificativa in posizione; facilmente accessibile con caratteri facilmente leggibili.
  - Mantenere l'impianto in buono stato di manutenzione e conservazione;
  - Sostituire a proprio carico il mezzo pubblicitario in caso di danneggiamento da parte di terzi. I danni a cose e/o persone causati dal mezzo pubblicitario sono a carico del titolare dell'Autorizzazione;
  - effettuare tutti gli interventi necessari al mantenimento delle condizioni di sicurezza;
  - adempiere nei termini prescritti a tutte le disposizioni impartite dal Comune sia al momento dell'installazione, sia al seguito di intervenute e motivate esigenze;
  - Provvedere alla rimozione di quanto installato ed al ripristino dei luoghi in caso di scadenza, decadenza o revoca del titolo autorizzativo.
2. Qualsiasi modifica ai mezzi pubblicitari autorizzati fa decadere l'Autorizzazione rilasciata fatto salvo se la modifica interessa solo il messaggio pubblicitario e non le caratteristiche dell'impianto purché la suddetta modifica sia comunicata precedentemente al Settore

Comunale competente e accompagnata da opportuni elaborati grafici. Tale settore avrà comunque la possibilità di respingere le modifiche qualora queste risultino in contrasto con quanto previsto dal presente Regolamento. alcuna comunicazione è dovuta quando il nuovo messaggio sia rispondente alle esigenze di sicurezza della circolazione stradale.

3. Il titolare dell'autorizzazione è obbligato a procedere, a sua cura e spese, alla rimozione del mezzo pubblicitario nei casi di decadenza, revoca dell'autorizzazione, insussistenza delle condizioni di sicurezza, richiesta da parte del Comune e dell'Ente proprietario della strada.

#### **Art. 13**

##### **Impianti pubblicitari di servizio**

1. Relativamente agli impianti pubblicitari di servizio, come individuati dal comma 7 dell'art. 47 del Regolamento di attuazione del Codice della Strada, le caratteristiche dei singoli tipi di impianto e dei diversi elementi di arredo urbano, nonché le modalità di installazione degli stessi, sono stabilite da apposite convenzioni e dai relativi capitolati tecnici. Le suddette convenzioni possono stabilire, per gli impianti pubblicitari di servizio, deroghe alle distanze minime fissate dal presente Piano, a condizione che sia sempre salvaguardata l'incolumità degli utenti della strada.

#### **Art. 14**

##### **Sponsor su aree verdi, all'interno di rotonde stradali e aiuole spartitraffico**

1. Negli spazi verdi, all'interno di aiuole spartitraffico e nelle rotonde stradali di proprietà comunale, sistemate a verde a cura e spese di soggetti diversi dall'Amministrazione Comunale è ammesso il posizionamento di pubblicità esterna permanente solo alle condizioni stabilite, caso per caso, con l'Amministrazione Comunale.

#### **Art.15**

##### **Promozione di vendita all'interno dei cantieri edili**

1. Per la promozione della vendita degli immobili o di loro porzioni in fase di realizzazione (corso d'opera) è consentita a carattere temporaneo la posa di:
  - striscioni;
  - cartelli pubblicitari;
  - poster a muro.
2. Per tali impianti è concessa deroga alle limitazioni ed ai divieti indicati nelle schede tecniche di riferimento del presente regolamento salvo diverse disposizioni dell'Ufficio Tecnico, e a condizione che non venga usato il colore rosso, oltre che forme e sagome che generino confusione alla circolazione.
3. Le autorizzazioni rilasciate saranno sempre a carattere temporaneo e comunque non avranno validità superiore ai termini previsti dal Permesso di Costruire di riferimento.

#### **Art. 16**

##### **Limiti all'installazione**

1. Sugli edifici ed in genere sui muri è vietata l'affissione di manifesti privi di apposito supporto, salvo eccezionali e particolari esigenze di natura istituzionale, In ogni caso la superficie muraria non può essere occupata in misura superiore al 15%.
2. Nelle aree di parcheggio i mezzi pubblicitari non possono essere collocati per una superficie complessiva eccedente il 5% 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 l'area di parcheggio.

**CAPO IV**  
**IMPIANTI PER LE PUBBLICHE AFFISSIONI**

**Art. 17**  
**Caratteristiche degli impianti**

1. Gli impianti per le pubbliche affissioni devono rispettare le prescrizioni dettate dal presente Piano in relazione al posizionamento degli stessi.
2. I tabelloni destinati all'affissione devono avere dimensione di mt. 2,00 x 1,40 sia disposti in orizzontale che in verticale e devono essere della stessa tipologia e caratteristiche degli impianti esistenti più nuovi
3. Nell'ipotesi di sostituzione, spostamento, rimozione o mutamento di destinazione degli impianti esistenti ovvero di installazione di nuovi impianti, gli atti amministrativi conseguenti sono adottati dal Responsabile d'area competente.
4. Per le quote di ripartizione degli spazi e per quanto non previsto nel presente piano si fa riferimento al Regolamento comunale per l'applicazione dell'imposta sulla pubblicità diritto sulle pubbliche affissioni approvato con deliberazione di CC n. 61 del 27.09.1995 e modificato con deliberazione di CC n. 11 del 11.02.2002.
5. Il posizionamento degli impianti, le relative dimensioni ed il tipo di pubblicità consentito sono indicati nell'allegato documento "*Allegato 3 – impianti pubbliche affissioni*".

**CAPO V**  
**DISPOSIZIONI FINALI**

**Art. 18**

**Adeguamento al Piano**

1. Fatto salvo quanto disposto dal successivo comma 3, 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 un anno 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.
3. 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.

**Art. 19**

**Autorizzazioni in sanatoria**

1. I mezzi pubblicitari privi di titolo abilitativo, ma conformi a tutte le 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.

**Art. 20**

**Rimozione anticipata dei mezzi pubblicitari**

1. L'Amministrazione Comunale può disporre la rimozione anticipata dei mezzi pubblicitari installati in presenza di ragioni di pubblico interesse o qualora se ne dovesse ravvisare la necessità (mancanza del titolo autorizzatorio, creazione di confusione, difficoltà di comprensione o riduzione della visibilità rispetto alla segnaletica stradale ovvero arrecamento di disturbo visivo agli utenti della strada e distrazione dell'attenzione degli stessi con conseguente pericolo alla sicurezza della circolazione e dello spazio riservato alla circolazione, installazione nuova segnaletica stradale, formazione nuovi accessi ecc.).
2. La rimozione viene disposta con ordinanza motivata del Responsabile d'area competente.
3. La rimozione dovrà essere effettuata, entro la data che sarà precisata nell'ordine di rimozione, a cura e spese del titolare del mezzo, il quale dovrà rimuovere anche eventuali sostegni o supporti e provvedere al ripristino della forma preesistente della sede del manufatto o luogo di posa.
4. Qualora l'interessato non intenda ottemperare all'ordine di rimozione nei modi e termini stabiliti, il mezzo pubblicitario sarà considerato abusivo, con conseguente applicazione di quanto disposto nel presente Regolamento in ordine alla pubblicità abusiva.
5. La rimozione anticipata può avvenire anche nel caso in cui venga accertato che il mezzo pubblicitario non risponda più ai requisiti di sicurezza e buono stato di conservazione o ai caratteri ed alle esigenze estetiche e/o statiche. In questo caso l'Amministrazione Comunale può richiedere il ripristino assegnando un termine. Decorso tale termine il mezzo pubblicitario sarà considerato abusivo, con conseguente applicazione di quanto disposto nel presente Regolamento in ordine alla pubblicità abusiva.

## Art. 21

### Sanzioni

1. L'inosservanza delle disposizioni del presente Piano comporterà l'applicazione delle sanzioni previste dal D. L.vo 30 aprile 1992 n. 285 (Codice della Strada) e s.m.i., dal Regolamento Comunale e dal decreto legislativo 15 novembre 1993 n. 507, come richiamate dal capo VII del Regolamento Pubblicità.
2. In presenza di impianti abusivi il Comune, mediante verbale redatto dalla Polizia locale, accerta le violazioni con l'applicazione della sanzione pecuniaria e della sanzione accessoria di rimozione da effettuarsi entro il termine indicato nel verbale e, comunque entro 60 giorni dalla notifica del verbale.
3. Decorso tale termine il Comune può effettuare la rimozione del mezzo pubblicitario e disporre la sua custodia ponendo i relativi oneri a carico di uno dei seguenti soggetti responsabili in via solidale: l'autore della violazione, il proprietario del mezzo pubblicitario, il soggetto pubblicizzato e il proprietario o possessore del suolo privato.
4. Nel caso in cui l'installazione dei mezzi pubblicitari sia su suolo Comunale o nei casi in cui la loro ubicazione lungo le strade o fasce di pertinenza costituisca pericolo per la circolazione, il Comune può eseguire senza indugio la rimozione del mezzo pubblicitario ai sensi del comma 13 quater dell'art. 23 del Codice della Strada.
5. Il Comune chiede il rimborso delle spese di rimozione sulla base di nota spese redatta dall'ufficio tecnico comunale o di fattura emessa dall'impresa esecutrice delle opere.
6. Gli oneri relativi alla custodia sono stabiliti in 30 €/giorno dal 1° al 30° giorno ed 50 €/giorno dal 31° al 60° giorno
7. Se la custodia del materiale rimosso si protrae per oltre 60 giorni senza che il proprietario provveda al ritiro, il Comune può procedere alla distruzione del materiale medesimo richiedendo a titolo di rimborso spese per il trasporto e la rottamazione la somma di 200 €.
8. Il Comune può disporre l'applicazione, sulla pubblicità non autorizzata, di cartelli informativi recanti la dicitura "*Pubblicità Abusiva*", ponendo i relativi oneri, quantificati in 10 €/cad in caso di locandine o cartelli temporanei e 50 €/cad per cartelli o impianti fissi, a carico di uno dei seguenti soggetti responsabili in via solidale: l'autore della violazione, il proprietario del mezzo pubblicitario, il soggetto pubblicizzato e il proprietario o possessore del suolo privato.
9. La vigilanza circa il rispetto delle disposizioni previste dal presente Piano è affidata agli organi di polizia stradale di cui all'articolo 12 del vigente Codice della Strada.

## Art. 22

### Norma finale

1. La disciplina contenuta nel presente Piano integra quanto disposto dai Regolamenti Comunali già in vigore, ed ha caratteristica di specialità rispetto alle disposizioni dettate dal vigente Codice della Strada e relativo Regolamento di attuazione, che prevedono la facoltà dei Comuni di procedere a disciplinare ulteriormente la materia.
2. Per quanto non contemplato, si richiama l'applicazione delle altre fonti normative, con particolare riferimento al vigente Codice della Strada e relativo Regolamento di attuazione.