



COMUNE DI NOVE

PROVINCIA DI VICENZA

*Nove*  
Centro di Antica  
Tradizione Ceramica

# REGOLAMENTO COMUNALE PER LA DISCIPLINA DELLA PUBBLICITÀ E DELLE AFFISSIONI E PER L'APPLICAZIONE DELL'IMPOSTA SULLA PUBBLICITÀ E DEL DIRITTO SULLE PUBBLICHE AFFISSIONI.

Approvato con deliberazione di Consiglio Comunale n. 54 del 29/12/2020.



## INDICE

### TITOLO I° DISCIPLINA DELLA PUBBLICITA' E DELLE AFFISSIONI

#### CAPO I° DISPOSIZIONI GENERALI

- Art. 1 – Ambito di applicazione.
- Art. 2 – Riferimenti legislativi.
- Art. 2bis – Zonizzazione.
- Art. 3 – Gestione del servizio affissioni e dell'accertamento e riscossione dell'imposta e del diritto.
- Art. 4 – Controlli.
- Art. 5 – Funzionario responsabile.

#### CAPO II° DISCIPLINA DELLA PUBBLICITÀ

- Art. 6 – Definizione di pubblicità.
- Art. 7 – Definizione degli impianti pubblicitari.
- Art. 8 - Tipologia dei mezzi pubblicitari.
- Art. 9 - Insegna di esercizio.
- Art. 10 - Pre-insegna.
- Art. 11 - Cartello.
- Art. 12 - Sorgente luminosa.
- Art. 13 - Impianto pubblicitario di servizio.
- Art. 14 - Impianto di pubblicità e propaganda.
- Art. 15 - Manifesto.
- Art. 16 - Striscione, locandina, stendardo.
- Art. 17 - Segno orizzontale reclamistico.
- Art. 18 - Autorizzazioni.
- Art. 19 – Deposito cauzionale.
- Art. 20 – Obblighi del titolare dell'autorizzazione.
- Art. 21 - Rinnovo dell'autorizzazione.
- Art. 22 - Revoca dell'autorizzazione.
- Art. 23 - Effetti della Revoca.
- Art. 24 - Decadenza delle autorizzazioni.
- Art. 25 - Sospensione delle autorizzazioni.
- Art. 26 - Norme per l'esecuzione dei lavori.
- Art. 27 - Manutenzioni e spostamenti dei mezzi pubblicitari.
- Art. 28 - Determinazione visibilità degli impianti dalle strade.
- Art. 29 - Dimensioni dei mezzi pubblicitari.
- Art. 30 - Collocazione - Ubicazione – Distanze.
- Art. 30bis – Collocazione Vietata.
- Art. 31 - Caratteristiche.
- Art. 31 bis - Caratteristiche tecniche e criteri strutturali



# COMUNE DI NOVE

PROVINCIA DI VICENZA

*Nove*  
Centro di Antica  
Tradizione Ceramica

Art. 32 - Mezzi pubblicitari abbinati a servizi.

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

Art. 34 - Farmacie.

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

Art. 36 - Vigilanza.

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

Art. 38 - Anticipata rimozione.

Art. 39 - Materiale pubblicitario abusivo.

## CAPO III° PUBBLICITÀ TEMPORANEA

Art. 40 - Definizione di pubblicità temporanea.

Art. 41 - Autorizzazione per pubblicità temporanea.

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

Art. 43 - Divieto di volantinaggio.

## CAPO IV° PUBBLICITÀ FONICA

Art. 44 - Pubblicità fonica.

## CAPO V° IL PIANO GENERALE DEGLI IMPIANTI PUBBLICITARI.

Art. 44bis - Obiettivi del Piano

Art. 45 - Criteri generali.

Art. 46 - La pubblicità esterna.

Art. 47 - Gli Impianti per le pubbliche affissioni.

Art. 47 bis - Affissione manifesti istituzionali, sociali o privi di rilevanza commerciale.

Art. 47 ter - Affissione manifesti mortuari.

Art. 47 quater - Affissione manifesti commerciali.

## TITOLO II DISCIPLINA DELL'IMPOSTA SULLA PUBBLICITÀ, DEL SERVIZIO E DEL DIRITTO SULLE PUBBLICHE AFFISSIONI

### CAPO I° DISCIPLINA GENERALE



Art. 48 - Classificazione del Comune.

Art. 49 - Tariffe.

## CAPO II°

### IMPOSTA SULLA PUBBLICITA' - DISCIPLINA

Art. 50 - Presupposto dell'imposta.

Art. 51 - Soggetto passivo.

Art. 52 - Modalità di applicazione dell'imposta.

Art. 53 - Dichiarazione e pagamento dell'imposta.

Art. 54 - Rimborsi.

Art. 55 - Riduzioni dell'imposta.

Art. 56 - Esenzione dall'imposta.

## CAPO III°

### DIRITTO SULLE PUBBLICHE AFFISSIONI – DISCIPLINA

Art. 57 - Finalità.

Art. 58 - Criteri e modalità per l'espletamento del servizio.

Art. 59 - Pagamento del diritto.

Art. 60 - Riduzione del diritto.

Art. 61 - Esenzione del diritto.

Art. 62 - Spazi privati per le affissioni.

## CAPO IV°

### DISPOSIZIONI FINALI E TRANSITORIE

Art. 63 - Rettifica ed accertamento d'ufficio.

Art. 64 - Sanzioni tributarie ed interessi.

Art. 65 - Sanzioni amministrative.

Art. 66 - Ricorsi.

Art. 67 - Giurisdizione tributaria.

Art. 68 - Responsabilità del pagamento.

Art. 69 - Norme di rinvio.

Art. 70 - Entrata in vigore.

Art. 71 - Adeguamento della pubblicità e delle affissioni al regolamento.

Art. 72 - Norme abrogate.

## Capo V°

### TABELLE RIASSUNTIVE



## TITOLO I° DISCIPLINA DELLE PUBBLICITÀ E DELLE AFFISSIONI

### CAPO I° DISPOSIZIONI GENERALI

#### **Art. 1 – Ambito di applicazione.**

1. Il presente regolamento disciplina, nel territorio del Comune, l'effettuazione della pubblicità esterna e delle pubbliche affissioni e stabilisce le modalità per l'applicazione dell'imposta comunale sulla pubblicità e del diritto comunale sulle pubbliche affissioni, in conformità alle norme di legge in vigore.
2. Il Piano stabilisce le norme, le condizioni e le eventuali deroghe da osservare per il collocamento sia permanente che temporaneo degli impianti pubblicitari, siano essi pubblici o privati, all'interno dei centri abitati delimitati ai sensi dell'art. 4 del D.L.gs. 30.4.1992 n.285.

#### **Art. 2 – Riferimenti legislativi.**

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



## Art. 2bis – Zonizzazione

1. Ai fini della distribuzione delle installazioni pubblicitarie il territorio comunale viene suddiviso in zone omogenee individuate e distinte cromaticamente nell'allegata cartografia denominata "Suddivisione in zone del territorio comunale", parte integrante del presente Piano.

**Zona A1:** Evidenziata e perimetrata in colore rosso nell'allegata tavola di Zonizzazione del territorio comunale. La zona corrisponde ai centri storici definiti dal vigente P.I..

**Zona A2:** Individuata cromaticamente in colore blue nell'allegata tavola di Zonizzazione del territorio comunale; corrisponde alle zone residenziali e miste di integrazione e completamento e di nuovo impianto e o di trasformazione ed alla delimitazione del centro abitato.

**Zona A3:** Individuata cromaticamente in colore giallo nell'allegata tavola di Zonizzazione del territorio comunale; corrisponde alle zone a prevalente destinazione produttiva di completamento e di nuovo impianto

**Zona B:** Corrisponde alla parte esterna dei centri abitati (bianco).

**Zona C:** Corrispondente alle zone del territorio che ricadono in fascia di rispetto ambientale

Per le tipologie pubblicitarie ammesse e le caratteristiche di collocazione si rimanda alla consultazione delle schede distributive.

Sono fatte salve tutte le altre norme che stabiliscono modalità, limitazioni e divieti per l'effettuazione, in determinati luoghi e su particolari immobili, di forme di pubblicità. In tale zona la collocazione di cartelli e di altri mezzi pubblicitari deve avvenire, nel rispetto delle prescrizioni previste dall'art.23 del D.L.gs. 30 aprile 1992, n.285 e dal relativo Regolamento di applicazione DPR 16 dicembre 1992, n.495 e loro successive modifiche ed integrazioni.

2. Eventuali e successive modifiche alla perimetrazione del centro abitato o dei vincoli ad esso collegati sono automaticamente recepite dal Piano e dall'allegata cartografia, fatte salve le opportune verifiche e precisazioni interpretative da parte del Comune.

## Art. 3 – Gestione del servizio affissioni e dell'accertamento e riscossione dell'imposta e del diritto.

1. La gestione del servizio affissioni, dell'accertamento e della riscossione, può essere affidata a terzi, ai sensi dell'art. 52 del decreto legislativo n. 446/97, qualora il Comune lo ritenga più conveniente sotto il profilo economico e organizzativo, a condizione che non comporti oneri aggiuntivi per i contribuenti.

## Art. 4 – Controlli.



1. In caso di gestione diretta, il personale addetto alla gestione dell'imposta e del servizio pubbliche affissioni esercita anche compiti di controllo sulla esecuzione della pubblicità e delle affissioni private, oltre alla vigilanza sull'assolvimento dei relativi obblighi tributari.
2. Gli addetti di cui al precedente comma 1 sono muniti di apposito documento di riconoscimento rilasciato dal Sindaco e, nei limiti del servizio cui sono destinati, sono autorizzati ad accertare le infrazioni alle disposizioni del presente Regolamento secondo le modalità stabilite dalla legge.
3. In caso di gestione in concessione del servizio di accertamento e riscossione dell'imposta, l'Amministrazione si riserva ogni più ampio diritto di ispezione e controllo, nonché di esame della documentazione della gestione affidata, con facoltà di richiedere notizie e documentazione.

## **Art. 5 – Funzionario responsabile.**

1. Il Sindaco nomina il funzionario responsabile, ai sensi dell'art. 11 del D.Lgs. 15.11.1993 n. 507, della gestione diretta del servizio, cui sono attribuiti i poteri per l'esercizio di ogni attività organizzativa e gestionale dell'imposta sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni. Il predetto funzionario sottoscrive anche le richieste, gli avvisi, i provvedimenti relativi e dispone i rimborsi.
2. Il funzionario è individuato di norma nel Responsabile dell'Area Finanziaria.
3. Il Comune provvede a comunicare al Ministero delle Finanze – Direzione centrale per la fiscalità locale entro 60 giorni dal provvedimento di designazione o sostituzione, il nominativo del funzionario responsabile.
4. Nel caso di gestione in concessione le attribuzioni dell'art. 11 del D.Lgs. 15.11.1993 n. 507 spettano al concessionario.



## CAPO II° DISCIPLINA DELLA PUBBLICITÀ

### Art. 6 – Definizione di pubblicità.

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

### Art. 7 – Definizione degli impianti pubblicitari.

1. Ai fini dell'applicazione del presente regolamento, gli impianti pubblicitari per i quali è richiesta l'autorizzazione all'installazione anche ai sensi della normativa urbanistico – edilizia, sono:
  - a. Insegna di esercizio;
  - b. Pre-insegna;
  - c. Cartello;
  - d. Sorgente luminosa;
  - e. Striscione, locandina e stendardo;
  - f. Segno orizzontale reclamistico;
  - g. Impianto pubblicitario di servizio;
  - h. Altro impianto di pubblicità e propaganda;così come definiti dall'art. 47 del D.P.R. 495/1992.
2. Pre-insegne, striscioni, locandine e stendardi, segni orizzontali reclamistici, impianti pubblicitari di servizio e impianti di pubblicità o propaganda saranno indicati nei prossimi articoli per brevità con il termine di "altri mezzi pubblicitari".
3. Si definisce "impianto pubblicitario temporaneo" il manufatto delle diverse tipologie di impianti pubblicitari, finalizzato all'esposizione di messaggi correlati ad eventi di natura temporale limitata, quali manifestazioni, spettacoli, mostre, fiere, iniziative di tipo culturale, istituzionale o simili, della durata massima di 60 giorni.

### Art. 8 - Tipologia dei mezzi pubblicitari.

1. Le tipologie pubblicitarie oggetto del presente regolamento sono classificate in:
  - a. Pubblicità ordinaria;
  - b. Pubblicità effettuata con veicoli;
  - c. Pubblicità effettuata con pannelli luminosi e proiezioni;
  - d. Pubblicità varia.
2. La pubblicità ordinaria è effettuata mediante insegne di esercizio, pre-insegne e altri mezzi pubblicitari e con qualsiasi altro mezzo non previsto dai successivi commi. È compresa nella "pubblicità ordinaria" la pubblicità mediante affissione, anche per conto altrui, di manifesti e simili su apposite strutture adibite all'esposizione di tali mezzi.
3. La "pubblicità effettuata con veicoli" è distinta come appresso:
  - Pubblicità visiva effettuata per conto proprio od altrui all'interno e/o all'esterno di veicoli in genere, di vetture autofilotranviarie, battelli, barche e simili, di uso pubblico o privato, di seguito definita "pubblicità ordinaria con veicoli";





- Pubblicità effettuata per conto proprio su veicoli di proprietà dell'impresa o adibiti ai trasporti per suo conto, compresi i veicoli circolanti con rimorchio, di seguito definita "pubblicità con veicoli dell'impresa".

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

4. La "pubblicità con pannelli luminosi" è effettuata con insegne, pannelli od altre analoghe strutture caratterizzate dall'impiego di diodi luminosi, lampadine e simili, mediante controllo elettronico, elettromeccanico o comunque programmato in modo da garantire la variabilità del messaggio o la sua visione in forma intermittente, lampeggiante o simile. La pubblicità predetta può essere effettuata per conto altrui o per conto proprio dell'impresa.
5. È compresa fra la "pubblicità con proiezioni", la pubblicità realizzata in luoghi pubblici o aperti al pubblico attraverso diapositive, proiezioni luminose o cinematografiche effettuate su schermi o pareti riflettenti.
6. La "pubblicità varia" comprende:
  - a. La pubblicità effettuata con striscioni (inclusi ad esempio i festoni di bandierine) od altri mezzi simili, in prossimità di strade o piazze di seguito definita "pubblicità con striscioni";
  - b. La pubblicità effettuata sul territorio del Comune da aeromobili mediante scritte, striscioni, disegni fumogeni, lancio di oggetti o manifestini, ivi compresa quella eseguita su specchi d'acqua limitrofi al territorio comunale, di seguito definita "pubblicità da aeromobili";
  - c. La pubblicità eseguita con palloni frenati o simili, definita "pubblicità con palloni frenati";
  - d. La pubblicità mediante la distribuzione, anche con veicoli, di manifestini o di altro materiale pubblicitario, oppure mediante persone circolanti con cartelli o altri mezzi pubblicitari definite di seguito "pubblicità in forma ambulante";
  - e. La pubblicità effettuata a mezzo di apparecchi amplificatori acustici e simili, definita "pubblicità fonica".

## **Art. 9 - Insegna di esercizio.**

1. È da considerarsi "insegna di esercizio", ai sensi dell'art. 47 del D.P.R. 495/1992, la scritta in caratteri alfanumerici, completata eventualmente da simboli e/o da marchi, realizzata e supportata con materiali di qualsiasi natura, installata nella sede dell'attività a cui si riferisce o nelle pertinenze accessorie alla stessa. Può essere luminosa sia per luce propria che per luce indiretta.
2. Per pertinenze accessorie, di cui al comma 1, si intendono gli spazi e le aree limitrofi alla sede dell'attività, posti a servizio, anche non esclusivo, di essa.
3. In caso di utilizzo delle pertinenze per l'esercizio di più attività, è necessario servirsi di un mezzo pubblicitario unitario, ovvero di un supporto pubblicitario unico per più mezzi pubblicitari omogenei per forma, dimensioni e materiali se collocati ad una distanza dalla carreggiata superiore a 3 metri e distanziati fra loro di almeno 25 m.
4. Le insegne di esercizio si distinguono, secondo le caratteristiche del supporto, in:
  - a. Insegna a bandiera orizzontale (in oggetto da una costruzione);
  - b. Insegna a bandiera verticale (in oggetto da una costruzione);
  - c. Insegna frontale;
  - d. Insegna a tetto, o su pensilina o sulle facciate di edifici destinati ad attività produttive, del terziario o a funzioni direzionali;



- e. Insegna su palina (insegna collocata su supporto proprio);
- f. Le iscrizioni pittoriche che identificano l'attività o l'esercizio cui si riferiscono, realizzate direttamente su muro;
- g. Insegne a totem;
- h. Insegna a tenda.

## **Art. 10 - Pre-insegna.**

1. Si definisce "pre-insegna", ai sensi dell'art. 47 del D.P.R. 495/1992, la scritta in caratteri alfanumerici, completata da freccia di orientamento, ed eventualmente da simboli e da marchi, realizzata su manufatto bifacciale e bidimensionale, utilizzabile su una sola o su entrambe le facce, supportato da una idonea struttura di sostegno, finalizzata alla pubblicizzazione direzionale della sede dove si esercita una determinata attività ed installata in modo da facilitare il reperimento della sede stessa e comunque nel raggio di 5 km. Non può essere luminosa, né per luce propria, né per luce indiretta.

## **Art. 11 - Cartello.**

1. Si definisce "cartello", ai sensi dell'art. 47 del D.P.R. 495/1992, il manufatto bidimensionale, supportato da una idonea struttura di sostegno, con una sola o entrambe le facce finalizzate alla diffusione di messaggi pubblicitari o propagandistici sia direttamente, sia tramite sovrapposizione di altri elementi quali manifesti, adesivi ecc, non individuabile secondo le definizioni di insegna di esercizio e/o pre-insegna. Può essere luminoso sia per luce propria, che per luce indiretta.
2. Il cartello può essere collocato su struttura propria, oppure su supporto esistente.
3. Si definisce "cartello pubblicitario di realizzazioni edilizie" l'impianto temporaneo costituito da un pannello bidimensionale, monofacciale, avente una struttura di sostegno fissata al suolo o ancorata ad edificazioni, posto nell'area di pertinenza di un cantiere edile, finalizzato all'esposizione di messaggi pubblicitari esclusivamente riferiti all'intervento edilizio in corso di esecuzione.
4. Si definisce "cartello indicatore dei lavori edili", il cartello riportante i dati del committente, del direttore dei lavori e dell'impresa costruttrice, posto nell'area di pertinenza di un cantiere edile, le cui dimensioni non devono essere inferiori a 1,00 x 0,70 mq. e che può essere integrato al cartello pubblicitario della realizzazione edilizia in corso di esecuzione; in tal caso, la superficie non può superare gli 8 mq.

## **Art. 12 - Sorgente luminosa.**

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

## **Art. 13 - Impianto pubblicitario di servizio.**



1. È definito “impianto pubblicitario di servizio”, ai sensi dell’art. 47 del D.P.R. 495/1992, qualunque manufatto posto in essere dalla Pubblica Amministrazione o a seguito di convenzione con la stessa, avente quale scopo primario un servizio di pubblica utilità nell’ambito dell’arredo urbano e stradale (fermate autobus, pensiline, transenne parapetonali, cestini, panchine, orologi o simili, nonché impianti fissi per l’esposizione temporanea di striscioni sovrastradali) recante uno spazio pubblicitario che può anche essere luminoso sia per luce diretta che per luce indiretta.

## **Art. 14 – Altri impianti di pubblicità e propaganda.**

1. È qualificato “impianto di pubblicità o propaganda”, ai sensi dell’art. 47 del D.P.R. 495/1992, qualunque manufatto finalizzato alla pubblicità o alla propaganda sia di prodotti che di attività e non individuabile secondo definizioni precedenti, né come insegna di esercizio, né come preinsegna, né come cartello, né come striscione, locandina o stendardo, né come segno orizzontale reclamistico, né come impianto pubblicitario di servizio. Può essere luminoso sia per luce propria che per luce indiretta.
2. Sono “impianti di pubblicità o propaganda” a titolo esemplificativo e non esaustivo:
  - a. “Bandiera”: l’elemento bidimensionale, realizzato in materiale di qualsiasi natura, privo di rigidità, mancante di una superficie di appoggio o comunque non aderente alla stessa, finalizzato alla promozione pubblicitaria. L’installazione di più bandiere afferenti un’unica attività, fino ad un massimo di 3 elementi distanziati non più di 2 ml uno dall’altro, è considerata come unico impianto ai fini del presente Regolamento.
  - b. “impianto di pubblicità o propaganda a messaggio variabile”, cioè il manufatto finalizzato alla pubblicità e/o alla propaganda sia di prodotti che di attività e caratterizzato dalla variabilità del messaggio e/o delle immagini trasmesse. Può essere luminoso per luce diretta o indiretta;
  - c. “impianto di targhe coordinate”, ossia il manufatto destinato alla collocazione di una pluralità di targhe di esercizio monofacciali o bifacciali, collocato sulle pertinenze anche non esclusive delle attività reclamizzate.
  - d. “vetrofanìa”, cioè la riproduzione, sulle superfici vetrate degli edifici, di scritte in caratteri alfanumerici, di simboli e di marchi, finalizzata alla diffusione di messaggi pubblicitari e/o propagandistici;
  - e. “telo per ponteggi di cantiere”, il manufatto mobile posto in aderenza alla copertura dei ponteggi di cantiere, riportante messaggi pubblicitari;
  - f. “su veicoli” (es. carrelli appendice” e gli “autoveicoli per uso speciale” (c.d. “poster bus”, vale a dire le auto pubblicitarie e per mostre pubblicitarie di cui all’art. 203, comma 2 lettera q del D.P.R. 495/92);
  - g. “impianti di pubblicità o propaganda a totem” consistenti in manufatti a due o più facce, con una struttura indipendente vincolata al terreno e con una superficie espositiva il cui margine inferiore è appoggiato al suolo.

## **Art. 15 - Manifesto.**

1. Nell’ambito degli altri impianti di pubblicità e propaganda previsti dall’art. 7, lett. h), si considera “manifesto” l’elemento bidimensionale realizzato in materiale di qualsiasi natura, ma



prevalentemente cartaceo, privo di rigidità, finalizzato alla diffusione di messaggi pubblicitari o propagandistici, posto in opera su appositi supporti, comunque diversi dai cartelli e dagli altri mezzi pubblicitari. Non può essere luminoso né per luce propria né per luce indiretta.

## **Art. 16 - Striscione, locandina, standardo.**

1. Si considera “striscione, locandina e standardo” l’elemento bidimensionale, realizzato in materiale di qualsiasi natura, privo di rigidità, mancante di una superficie di appoggio o comunque non aderente alla stessa. Può essere luminoso per luce indiretta. La locandina, se posizionata sul terreno, può essere realizzata anche in materiale rigido.
2. L’apposizione di tali mezzi pubblicitari è disciplinata ai sensi dell’art. 51, comma 10 del D.P.R. 495/1992, ad eccezione delle distanze dagli altri cartelli e mezzi pubblicitari e dalle intersezioni che non potrà essere inferiore a 5 mt misurati per ogni direzione di marcia da cui risulta visibile l’impianto.

## **Art. 17 - Segno orizzontale reclamistico.**

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

## **Art. 18 - Autorizzazioni.**

1. Il rilascio delle autorizzazioni al posizionamento ed all’installazione di cartelli, insegne di esercizio e di altri mezzi pubblicitari fuori dai centri abitati, sulle strade ed aree pubbliche comunali ed assimilate o da esse visibili, è soggetto alle disposizioni stabilite dall’art. 53 del D.P.R. 16.12.1992 n. 495, ed è effettuato dal Comune al quale deve essere presentata la domanda per la documentazione prevista dal successivo terzo comma.
2. Il rilascio delle autorizzazioni al posizionamento ed alla installazione di insegne, targhe, cartelli ed altri mezzi pubblicitari nei centri abitati è di competenza del Comune, salvo il preventivo nulla – osta tecnico dell’ente proprietario, se la strada non è comunale, in conformità al quarto comma dell’art. 23 del D.Lgs. 30.04.1992 n. 285.
3. Il soggetto interessato al rilascio dell’autorizzazione presenta la domanda telematica allo sportello unico attività produttive (SUAP) che svolge il relativo procedimento nelle modalità e nei termini stabiliti dal DPR 160/2010. L’istanza dovrà contenere la seguente documentazione:
  - Una dichiarazione sostitutiva di atto di notorietà, redatta ai sensi dell’art. 47 del DPR 445/2000, con la quale dichiara che il mezzo pubblicitario che intende collocare ed i suoi sostegni sono calcolati, realizzati e posti in opera tenendo conto della natura del terreno e della spinta del vento, in modo da garantirne sia la stabilità sia la conformità alle norme previste a tutela della circolazione di veicoli e persone, con assunzione di ogni conseguente responsabilità;
  - Un bozzetto od una fotografia del mezzo pubblicitario con l’indicazione del messaggio, delle dimensioni, del materiale con il quale viene realizzato ed installato;



- Una planimetria con indicata la posizione nella quale s'intende collocare il mezzo;
- Il nulla-osta tecnico dell'ente proprietario della strada, se la stessa non è comunale;
- Atto di assenso da parte del proprietario del terreno o fabbricato sul quale s'intende posizionare il mezzo pubblicitario;
- Per le targhe professionali di medici, psicologi, veterinari, ecc., necessita autorizzazione deontologica (Legge 175/1992);
- (solamente per impianti illuminati da una qualsiasi sorgente luminosa) dichiarazione di conformità ai requisiti delle L.R. 17/2009 rilasciata dall'impresa installatrice in materia di contenimento dell'inquinamento luminoso.

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

4. Ove si intenda installare l'impianto su suolo pubblico dovrà essere preventivamente richiesta ed acquisita apposita concessione per l'occupazione del suolo. Se l'impianto deve essere installato su aree o bene privato, dovrà essere attestata la disponibilità di questi.
5. Il responsabile del procedimento, istruisce la richiesta, acquisendo il parere tecnico contestuale dei funzionari dei seguenti uffici interni:
  - Ufficio Edilizia Privata;
  - Ufficio Polizia Locale.

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

6. Trascorsi almeno tre mesi dal rilascio dell'autorizzazione e ferma restando la durata della stessa, qualora il richiedente intenda variare il messaggio pubblicitario deve presentare formale istanza allegando il nuovo bozzetto pubblicitario ed i versamenti dovuti. Il Comune è tenuto a rilasciare l'autorizzazione entro i successivi 15 giorni decorsi i quali s'intende rilasciata.
7. L'autorizzazione è rilasciata facendo salvi eventuali diritti di terzi.
8. Per le forme pubblicitarie rientranti nelle fattispecie di seguito elencate non è necessaria l'autorizzazione di cui al presente articolo, ad eccezione di quelle effettuate sugli edifici tutelati come beni culturali:
  - Pubblicità realizzata con le targhe fino alla dimensione di cm. 50 x 50 e poste all'ingresso dell'attività, nonché indicazioni grafiche applicate alle vetrate al fine di renderle riconoscibili per la sicurezza delle persone, o motivi ornamentali;



- Pubblicità realizzata all'interno dei locali adibiti alla vendita di beni o alla prestazione di servizi;
  - Mezzi pubblicitari, ad eccezione delle insegne di esercizio, esposti nelle vetrine e sulle porte di ingresso dei locali medesimi purché siano attinenti all'attività in essi esercitata e non superino, per ciascuna vetrina od ingresso, la superficie di 1 (uno) metro quadrato. Detta superficie deve essere riferita alla minima figura piana geometrica in cui sono ricompresi i mezzi pubblicitari;
  - Avvisi al pubblico, esposti nelle vetrine, sulle porte di ingresso dei locali o sulle tende parasole degli stessi relativi all'attività svolta che non superino, per ciascuna vetrina o ingresso o tenda parasole, la superficie di 1 (uno) metro quadrato. Detta superficie deve essere riferita alla minima figura piana geometrica in cui sono ricompresi i mezzi pubblicitari;
  - Avvisi al pubblico riguardanti la locazione o la compravendita degli immobili su cui sono affissi di superficie non superiore alla dimensione di 1 (uno) metro quadrato;
  - La pubblicità comunque effettuata all'interno, sulle facciate esterne o negli appositi spazi dei locali di pubblico spettacolo qualora si riferisca alle rappresentazioni in programmazione;
  - La pubblicità, escluse le insegne di esercizio, relativa ai giornali ed alle pubblicazioni periodiche, se esposta sulle sole facciate esterne delle edicole o nelle vetrine o sulle porte di ingresso dei negozi dove si effettua la vendita dei giornali e delle pubblicazioni suddette;
  - Cartelli indicanti i prezzi dei prodotti venduti, l'indicazione degli orari di apertura e tutte le informazioni al pubblico imposte dalle normative vigenti purché non contengano alcun messaggio pubblicitario;
  - Cartelli, menù, listini – previsti dagli artt. 25 e 30 della Legge Regionale n. 29/2007 – esposti in vetrina od a parete all'esterno dei locali, purché nelle pertinenze dei locali stessi, di superficie complessiva inferiore al mezzo metro quadrato a condizione che non contengano alcun messaggio pubblicitario ad esclusione del logo e/o la denominazione sociale;
  - Pubblicità dei monopoli dello Stato "VALORI BOLLATI, SALI E TABACCHI ecc..."; enti, società e associazioni di interesse pubblico;
  - Pubblicità installata su "impianto pubblicitario di servizio" come definito all'art. 13 fino a 6,00 mq;
9. L'autorizzazione ha validità per tre anni, ai sensi dell'art. 53, comma 6 del D.P.R. 495/1992, ed è rinnovabile a richiesta, salvo rinuncia dell'interessato o revoca ai sensi dell'art. 27 del D.Lgs. 285/1992. In prossimità della scadenza l'interessato può chiedere il rinnovo dell'autorizzazione ovvero disinstallare il mezzo pubblicitario alla scadenza di validità dell'Autorizzazione. In caso di richiesta di rinnovo dovranno essere allegati all'istanza la dichiarazione di conferma delle caratteristiche dell'impianto documentate e dichiarate al momento della prima autorizzazione.
10. Il rilascio dell'autorizzazione è subordinato all'avvenuto versamento dei relativi diritti di segreteria.

## **Art. 19 – Deposito cauzionale.**

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



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

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

## **Art. 20 – Obblighi del titolare dell'autorizzazione.**

1. Il titolare dell'autorizzazione ha l'obbligo di:
  - a. Verificare periodicamente il buono stato di conservazione dei cartelli, delle insegne di esercizio e degli altri mezzi pubblicitari e delle loro strutture di sostegno;
  - b. Effettuare tutti gli interventi necessari al loro buon mantenimento e delle condizioni di sicurezza;
  - c. Adempiere nei tempi prescritti a tutte le disposizioni impartite dal Comune, sia al momento del rilascio dell'autorizzazione, sia successivamente per intervenute e motivate esigenze;
  - d. Provvedere alla rimozione in caso di scadenza, decadenza o revoca dell'autorizzazione o del venir meno delle condizioni di sicurezza previste all'atto dell'installazione o di motivata richiesta del Comune, provvedendo altresì alla rimessione in pristino dei luoghi.
2. In ogni impianto pubblicitario autorizzato deve essere applicata la targhetta prescritta dall'art. 55 del D.P.R. n. 495/1992. Per i mezzi pubblicitari per i quali risulta difficoltosa l'applicazione di targhette (come ad esempio insegne di esercizio, targhe e vetrofanie) è ammesso che i suddetti dati siano riportati con scritte a carattere indelebile. La targhetta o la scritta devono essere sostituite ad ogni rinnovo dell'autorizzazione ed ogni qualvolta intervenga una variazione di uno dei dati su di esse riportati.
3. Il titolare dell'autorizzazione per la pubblicità di manifestazioni o spettacoli ha l'obbligo di provvedere alla rimozione della stessa entro i tre giorni successivi alla conclusione della manifestazione per il cui svolgimento sono stati autorizzati, ripristinando il preesistente stato dei luoghi e delle superfici stradali. Il termine per la rimozione è ridotto a 24 ore nel caso di segni orizzontali reclamistici, striscioni, locandine e stendardi collocati ai sensi dell'art. 51, comma 9 del DPR 495/1992.

## **Art. 21 - Rinnovo dell'autorizzazione.**

1. Coloro che hanno ottenuto l'autorizzazione al posizionamento ed all'installazione di cartelli ed altri mezzi pubblicitari, ai sensi dell'art. 18 del presente regolamento, possono richiederne la proroga ovvero il rinnovo motivando la richiesta.
2. Tale richiesta deve essere redatta con la stessa modalità per il rilascio prevista dal precedente art. 18, senza presentazione di alcun allegato se non sono intervenute variazioni.
3. La domanda deve essere prodotta almeno trenta giorni prima della scadenza e deve contenere copia dell'autorizzazione originaria e copia delle ricevute di pagamento della tassa.
4. Il mancato pagamento della tassa per l'autorizzazione già in essere costituisce motivo di diniego al rinnovo.

## **Art. 22 - Revoca dell'autorizzazione.**



1. Sono cause di revoca dell'autorizzazione:
  - a. Qualora per mutate circostanze, l'interesse pubblico esiga che il bene concesso per l'insediamento del mezzo pubblicitario ritorni alla sua primitiva destinazione, ovvero debba essere adibito ad altra funzione indilazionabile e necessaria per la soddisfazione dei pubblici bisogni;
  - b. L'installazione di mezzi pubblicitari in edifici privati preceduti dal rilascio di un titolo edilizio abilitativo, alla quale siano applicati i provvedimenti di cui agli artt. 31, 34 o 37 del D.P.R. 380 del 2001;
  - c. Il mancato adeguamento alle norme di legge ed a quelle previste dai regolamenti comunali;
  - d. Qualora non venga esercitata direttamente dal titolare della stessa e ne venga cambiata la destinazione senza l'autorizzazione del Comune.
2. Il provvedimento di revoca deve essere preceduto dalla previa contestazione all'interessato ai sensi dell'art. 7 della Legge 241/90 con assegnazione di un termine per le relative osservazioni.

## **Art. 23 - Effetti della Revoca.**

1. Il provvedimento di revoca dà diritto all'utente alla restituzione della tassa pagata per il periodo non usufruito, senza alcuna corresponsione di interessi o quant'altro, da effettuarsi con le modalità di cui all'art. 54 del presente regolamento.
2. La revoca è disposta dal Responsabile del servizio con apposita ordinanza di rimozione e di riduzione in pristino del bene oggetto di installazione, preceduta, se del caso, da una perizia tecnica.
3. Nell'ordinanza di revoca da notificare, è assegnato al titolare un congruo termine per l'esecuzione dei lavori.
4. Qualora il destinatario dell'ordinanza non esegua l'ordine impartito, provvederà il Comune previa diffida ad adempiere nell'ulteriore termine di giorni 10, decorso il quale si provvederà d'ufficio con rivalsa delle spese a carico dell'inadempiente, da prelevarsi eventualmente dal deposito cauzionale costituito in sede di rilascio dell'atto di concessione, ed applicazione delle sanzioni amministrative, fatti salvi i maggiori oneri.
5. Il provvedimento di revoca per necessità dei pubblici servizi, o per la soddisfazione di altri pubblici bisogni, è insindacabile da parte del titolare e per effetto di esso lo stesso è obbligato a ripristinare il bene, evitando danni al Comune ed a terzi.

## **Art. 24 - Decadenza delle autorizzazioni.**

1. Il Concessionario incorre nella decadenza dell'autorizzazione:
  - a. Qualora non adempia alle condizioni imposte nell'atto di autorizzazione, nonché per le reiterate violazioni, da parte del titolare o di altri soggetti in sua vece, delle condizioni previste nell'atto rilasciato;
  - b. Per l'uso improprio del diritto di pubblicità o il suo esercizio in contrasto con le norme ed i regolamenti vigenti e, comunque, di quanto prescritto nell'atto rilasciato;
  - c. Allorché non si sia avvalso, senza giustificato motivo, del diritto di installazione nei sei mesi dal rilascio dell'atto;
  - d. L'omesso pagamento della relativa tassa comunale.





2. Il provvedimento di decadenza deve essere preceduto dalla previa contestazione all'interessato ai sensi dell'art. 7 della legge 241/90 con assegnazione di un termine per le relative osservazioni.
3. Per la decadenza sarà seguita la stessa procedura prevista dai precedenti articoli per la revoca.

## **Art. 25 - Sospensione delle autorizzazioni.**

1. È in facoltà del Comune, in occasioni straordinarie o per ragioni di utilità o di ordine pubblico da enunciare e porre a base della motivazione del relativo provvedimento, prescrivere la sospensione delle autorizzazioni, individuando altresì la relativa durata, senza diritto d'indennizzo alcuno ai titolari.
2. Qualora il periodo di sospensione si protragga consecutivamente oltre i 15 (quindici) giorni, si darà luogo al rimborso dei tributi in quota proporzionale per la parte eccedente detto limite con le modalità dell'art. 54 in materia di rimborsi d'imposta.
3. I titolari saranno obbligati ad ottemperare all'ordine emanato, né il concessionario, in caso di gestione in concessione, potrà sollevare eccezioni od opposizioni di sorta.
4. Parimenti non potrà, il concessionario, opporsi o richiedere indennizzi per qualunque ordine o provvedimento che il Comune disponga in applicazione del presente regolamento.

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

1. Tutti i lavori necessari per l'installazione su suolo pubblico di cartelli o altri mezzi pubblicitari, dovranno essere eseguiti a cura e spese del titolare, a perfetta regola d'arte.
2. Durante l'esecuzione dei lavori il titolare, oltre alle norme tecniche e pratiche di edilizia previste dalle leggi e regolamenti in vigore, deve osservare le seguenti prescrizioni generali oltre a quelle particolari che gli possono essere imposte all'atto di autorizzazione:
  - a. non arrecare disturbo o molestia al pubblico, ad altri concessionari, o intralci alla circolazione;
  - b. evitare scarichi o depositi di materiali sull'area pubblica;
  - c. evitare scarichi di acque sull'area pubblica o, in caso di assoluta necessità, provvedere alla loro canalizzazione, rispettando le norme igieniche richieste dalla situazione dei luoghi o imposte dal Comune o da altre autorità;
  - d. collocare adatti ripari per evitare spargimenti di materiale sui suoli adiacenti pubblici e privati e predisporre mezzi necessari atti ad evitare sinistri e danni ai passanti, per i quali il Comune non assume alcuna responsabilità, che viene a ricadere interamente sul concessionario.
3. L'autorizzazione obbliga il titolare a non abusare dei beni concessi eseguendo lavori, scavi e demolizioni non previsti nell'atto stesso.

## **Art. 27 - Manutenzioni e spostamenti dei mezzi pubblicitari.**

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



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

## **Art. 28 - Determinazione visibilità degli impianti dalle strade.**

1. Ai fini dell'applicazione delle presenti norme, un impianto di pubblicità si definisce collocato "sulla strada", quando l'installazione dello stesso è effettuata entro i limiti della sede stradale e delle fasce di rispetto della stessa.
2. Si definisce in "vista della strada" quando, pur essendo collocato fuori dalle zone precedentemente indicate, l'impianto pubblicitario risulta visibile dalla strada, in base alla distanza di leggibilità per gli alfabeti normali di cui alla tabella II.16, del DPR 495/1992; tale determinazione è effettuata in riferimento al carattere alfanumerico, simbolo o immagine, di maggior dimensioni contenuto nel messaggio pubblicitario.
3. Il criterio di visibilità di cui al comma precedente si applica invece in riferimento alla dimensione dell'impianto stesso, nei seguenti casi:
  - a. Impianti la cui particolare forma costituisca di per se messaggio pubblicitario;
  - b. Impianti luminosi;
  - c. Cartelli o altri impianti in cui l'estensione dell'immagine risulti prevalente e caratterizzante l'intero messaggio pubblicitario.

## **Art. 29 - Dimensioni dei mezzi pubblicitari.**

1. I cartelli, le insegne di esercizio, le pre-insegne e gli altri mezzi pubblicitari, come definiti dal Codice della strada e dal presente Regolamento, se installati fuori dai centri abitati devono rispettare i limiti dimensionali stabiliti dall'art. 48 del D.P.R. 495/1992.
2. I cartelli, le insegne di esercizio e gli altri mezzi pubblicitari collocati nel centro abitato devono rispettare le dimensioni massime stabilite nel presente Regolamento. (tabella 2-3)
3. Le pre-insegne devono avere forma rettangolare e dimensioni contenute entro i limiti inferiori di 1 m x 0,20 m e superiori di 1,50 m x 0,30 m. E' ammesso sulla stessa struttura di sostegno di un numero massimo di sei pre-insegne per ogni senso di marcia a condizione che le stesse abbiano le stesse dimensioni e costituiscono oggetto di un'unica autorizzazione (art. 48, c. 3 del D.P.R. 495/1992).

## **Art. 30 - Collocazione - Ubicazione – Distanze.**

1. All'interno del Centro Abitato l'installazione di "cartelli" di cui all'art. 11 comma 1, di "impianti di pubblicità e propaganda a messaggio variabile" di cui all'art. 14 comma 2 lettera b. ed "impianti di pubblicità e propaganda a totem" di cui all'art. 14 comma 2 lettera g., deve rispettare le seguenti distanze minime:
  - a. Mt. 50 prima dei segnali stradali di pericolo e di prescrizione;
  - b. Mt. 30 dopo i segnali stradali di pericolo e di prescrizione;



# COMUNE DI NOVE

PROVINCIA DI VICENZA

*Nove*  
Centro di Antica  
Tradizione Ceramica

- c. Mt. 30 prima dei segnali di indicazioni;
  - d. Mt. 30 dopo i segnali di indicazioni;
  - e. Mt. 50 prima delle intersezioni (incroci);
  - f. Mt. 30 dopo le intersezioni (incroci);
  - g. Mt. 50 dal punto di tangenza delle curve orizzontali;
  - h. Mt. 50 dal vertice dei raccordi verticali concavi e convessi (cunette o dossi);
  - i. Mt. 100 dagli altri impianti pubblicitari nel senso di marcia dei veicoli per cui risulta visibile l'impianto (lato dx e sx) ad esclusione dagli "impianti pubblicitari di servizio" che espongono messaggi pubblicitari inferiori a 6 mq.;
  - j. Mt. 50 prima delle intersezioni regolate da semaforo (incroci);
  - k. Mt. 50 dopo le intersezioni regolate da semaforo (incroci).
2. All'interno del centro abitato, il posizionamento di impianti diversi da quelli al comma precedente, è consentito, in deroga al comma 4 dell'art. 51 del DPR 495/1992, purchè:
- a. Collocati perpendicolarmente al senso di marcia dei veicoli, secondo le disposizioni di cui all'art. 51 del DPR 495/1992, nonché a distanza non inferiore a mt. 1,50 dal limite della carreggiata e comunque al di fuori del marciapiede, o della pista ciclo-pedonale;
  - b. Collocati parallelamente al senso di marcia dei veicoli nonché a distanza non inferiore a mt. 1,50 dal limite della carreggiata e comunque al di fuori del marciapiede, o della pista ciclo-pedonale;
  - c. Vengano osservate le seguenti distanze minime:
    - i. Mt. 15 prima dei segnali stradali di pericolo e di prescrizione;
    - ii. Mt. 10 dopo i segnali stradali di pericolo e di prescrizione;
    - iii. Mt. 10 prima dei segnali di indicazioni;
    - iv. Mt. 10 dopo i segnali di indicazioni;
    - v. Mt. 15 prima delle intersezioni (incroci);
    - vi. Mt. 10 dopo le intersezioni (incroci);
    - vii. Mt. 15 dal punto di tangenza delle curve orizzontali;
    - viii. Mt. 10 dagli imbocchi delle gallerie o sottopassi stradali o ferroviari;
    - ix. Mt. 20 dal vertice dei raccordi verticali concavi e convessi (cunette o dossi);
    - x. Mt. 15 dagli impianti semaforici;
    - xi. Mt. 6 dagli altri impianti pubblicitari nel senso di marcia dei veicoli per cui risulta visibile l'impianto (lato dx e sx) con esclusione degli impianti pubblicitari di servizio che espongono messaggi pubblicitari inferiore a 6 mq;
    - xii. Mt. 30 prima delle intersezioni regolate da semaforo (incroci);
    - xiii. Mt. 25 dopo le intersezioni regolate da semaforo (incroci);
3. Le distanze di cui sopra non si applicano agli impianti installati parallelamente ed in aderenza ai fabbricati nonché agli "impianti pubblicitari di servizio" che espongono messaggi pubblicitari inferiori a 6 mq.
4. Le distanze di cui sopra non si applicano altresì agli impianti installati ad una distanza dal margine della carreggiata misurata perpendicolarmente all'asse della carreggiata superiore a 10,00 mt.
5. Ai sensi dell'art. 23, comma 6, del D.Lgs. 285/1992, nell'interno dei centri abitati, per ragioni di interesse generale o di ordine tecnico, possono essere concesse deroghe alle presenti norme sempreché:
- a. Siano garantite le esigenze di sicurezza della circolazione;



- b. L'impianto sia finalizzato all'accorpamento di più messaggi pubblicitari, anche di attività diverse, compresi gli impianti di pubblicità e propaganda a messaggio variabile.  
In tale caso le deroghe possono essere concesse previo nulla osta vincolante dell'Ufficio Tecnico comunale e della Polizia Locale, per le rispettive competenze.
6. All'interno del Centro Storico, se la sede dell'attività è ubicata ai piani superiori dell'edificio, è consentito installare insegna di esercizio sotto forma di targa posta accanto all'ingresso dell'edificio e vetrofanie all'interno dei fori finestra. Altre forme saranno valutate singolarmente.
7. Su tutto il territorio comunale è vietata l'installazione di qualsiasi impianto pubblicitario ricadente su proprietà comunale ad eccezione di insegne di esercizio e pre-insegne.
8. Al di fuori del centro abitato, il posizionamento di impianti ed altri mezzi pubblicitari è consentito nel rispetto dell'art. 51 del DPR 495/1992.

## **Art. 30 bis - Collocazione vietata**

1. Il posizionamento dei cartelli e degli altri mezzi pubblicitari è vietato, fuori e dentro i centri abitati, nei seguenti punti:
- lungo ed in vista degli itinerari internazionali, e delle strade extraurbane principali e relativi accessi;
  - sulle corsie esterne alle carreggiate;
  - sulle cunette;
  - sulle pertinenze di esercizio delle strade che risultano comprese fra due carreggiate contigue. In deroga a tale divieto, internamente ai centri abitati nelle pertinenze di esercizio delle strade che risultano comprese tra due carreggiate contigue che abbiano una larghezza superiore a quattro metri (4 m.), è consentita l'installazione di impianti pubblicitari in base all'ammissibilità per zona;
  - in corrispondenza delle intersezioni e delle rotatorie;
  - lungo le curve nell'area della corda interna tracciata tra i due punti di tangenza;
  - in corrispondenza dei raccordi verticali concavi e convessi;
  - sui cavalcavia e loro rampe;
  - sui parapetti stradali, sulle barriere di sicurezza e sugli altri dispositivi laterali di protezione e di segnalazione;
  - sui bordi dei marciapiedi e dei cigli stradali;
  - su statue, monumenti, fontane monumentali, nonché sulle recinzioni e mura di cinta dei cimiteri.
2. Sulle isole di traffico delle intersezioni canalizzate è vietata la posa di qualunque installazione diversa dalla prescritta segnaletica.
3. Il posizionamento dei cartelli e degli altri mezzi pubblicitari deve comunque avvenire in modo da non occultare targhe toponomastiche e quant'altro destinato alla pubblica visibilità.
4. E' sempre vietato utilizzare alberi e i supporti della segnaletica stradale per l'apposizione di supporti pubblicitari.
5. Il posizionamento dei mezzi pubblicitari in genere deve avvenire in modo tale da non pregiudicare la sicurezza della circolazione veicolare e pedonale e consentire sempre una



perfetta visibilità o l'efficacia (nel senso delle singole direttrici di marcia) di semafori, incroci, segnali stradali di pericolo e di indicazione, gli attraversamenti pedonali.

6. Il posizionamento dei cartelli e degli altri impianti pubblicitari dovranno comunque sempre garantire un passaggio libero conforme alle normative sull'abbattimento delle barriere architettoniche negli spazi pubblici DPR 24.7.1996 n. 503.
7. Non è consentita l'apposizione di manifesti al di fuori dei supporti appositamente previsti per tale uso e non contemplati dal Piano.
8. Rientrano nel divieto di cui al punto precedente qualunque manifesto, foglio, locandina che per la loro grafica e o apposizione alterino il decoro urbano.

### **Art. 30 ter - Collocazione di cartelli e mezzi pubblicitari in prossimità di aree e manufatti di interesse storico, artistico, culturale ed ambientale.**

1. Sono fatte salve le prescrizioni e divieti per particolare luoghi e tipologie di impianti regolamentate dal vigente P.I..
2. Sulle facciate degli immobili di interesse storico artistico soggetti alle disposizioni del D.Lgs n. 42 del 2004 non è ammessa nessuna forma di pubblicità ad eccezione dell'installazione di targhe indicanti professioni ed attività in genere esercitate nell'immobile stesso. L'autorizzazione è condizionata al nulla osta rilasciato dalla Soprintendenza ai beni Ambientali ed Architettonici, quando dovuto, e in ogni caso alla normativa urbanistico – edilizia comunale vigente.

### **Art. 31 - Caratteristiche.**

1. Gli impianti pubblicitari debbono essere realizzati secondo quanto prescritto dagli 49 e 50 del DPR 495/1992 e per forma, colori e disegno non debbono ingenerare confusione con la segnaletica stradale ovvero arrecare disturbo visivo agli utenti della strada, né costituire ostacolo o impedimento alla circolazione delle persone.
2. Sono vietati gli impianti pubblicitari rifrangenti o luminosi che abbiano intensità luminosa superiore a 150 candele per mq. o che comunque possano produrre abbagliamento e non sono consentite sagome irregolari o aventi forma di disco e triangolo.
3. Per le sorgenti luminose, i cartelli, le insegne di esercizio e gli altri mezzi pubblicitari luminosi è vietata l'intermittenza o l'alternanza di luci o colori e sono vietati messaggi pubblicitari che abbiano un contenuto, significato o fine in contrasto con norme di legge o di regolamento.
4. L'illuminazione degli impianti pubblicitari, sia dotati di illuminazione propria che non dotati di illuminazione propria, dovranno essere conformi a quanto previsto dalla legge regionale 7 agosto 2009, n. 17 in materia di contenimento dell'inquinamento luminoso;
5. Per gli impianti pubblicitari ricadenti all'interno dei centri storici, o in ambiti tutelati dal punto di vista ambientale, paesaggistico, artistico, dovranno essere rispettate le prescrizioni dettate dalle norme urbanistiche, nonché l'eventuale specifica normativa di riferimento.



## **Art. 31 bis - Caratteristiche tecniche e criteri strutturali**

1. Tutti gli impianti pubblicitari da installare in modo permanente devono rispondere ad un unico criterio progettuale che tenga conto delle seguenti caratteristiche costruttive ed estetiche.
2. Le parti di impianto destinate ad accogliere le affissioni devono essere dotate di una cornice metallica e costituite da una plancia in lamiera zincata destinata all'affissione.
3. I manufatti destinati alla pubblicità temporanea, quali ad esempio gli striscioni, devono essere realizzati in materiale resistente agli agenti atmosferici oltre che saldamente ancorati alle strutture escludendo lacci o corde informali; inoltre devono essere installati su strutture appositamente destinate. Gli impianti devono rispondere, nella struttura e nel loro insieme, alla capacità di resistenza ai sovraccarichi, agli urti ed in generale ai fenomeni dinamici in tutte le prevedibili condizioni di esercizio, senza deformazioni incompatibili.
4. Tutte le strutture di sostegno e di fondazione devono essere calcolate per resistere alla spinta del vento ed al carico della neve; devono essere di materiale indeformabile, saldamente realizzate ed ancorate al terreno sia nel loro complesso sia nei singoli elementi.
5. Qualora le suddette strutture costituiscano manufatti la cui realizzazione e posa in opera sia regolamentata da specifiche norme (opere in ferro, in c.a. etc.), l'osservanza di dette norme e l'adempimento degli obblighi da queste previsti deve essere documentato prima del ritiro dell'autorizzazione.
6. La struttura e gli elementi che la costituiscono deve rispondere alle caratteristiche di resistenza al fuoco nel rispetto delle prescrizioni tecniche vigenti in materia.
7. I cartelli e gli altri mezzi pubblicitari, devono essere realizzati in materiale avente le caratteristiche di consistenza, durevolezza, sicurezza e resistenza agli agenti atmosferici. I materiali degli elementi che lo compongono, devono conservare le proprie caratteristiche chimico-fisiche, sotto l'azione delle sollecitazioni termiche degli agenti fisici normalmente operanti e prevedibili nell'ambiente in cui si trovano, conservando inalterate le proprie caratteristiche. Tale requisito deve essere soddisfatto sotto l'azione degli agenti chimici e biologici presenti normalmente nell'ambiente (aria, acqua, ecc.), nonché sotto l'azione degli usuali prodotti per la pulizia delle superfici.
8. Tutti gli elementi che compongono l'impianto non devono presentare porosità o cavità superficiali che non siano facilmente pulibili ed ispezionabili, e devono evitare il ristagno di acqua e l'accumulo di sporco.
9. L'insieme degli elementi che compongono un manufatto deve avere caratteristiche atte a dissuadere, impedire e resistere agli atti di vandalismo, come pure consentire che vi si possa facilmente porre rimedio. Tutti i manufatti devono possedere l'attitudine a non sporcarsi troppo facilmente sotto l'azione di sostanze imbrattanti di uso corrente e permettere una facile operazione di pulizia senza deterioramenti permanenti; devono inoltre possedere l'attitudine a consentire, in modo agevole, il ripristino dell'integrità, della funzionalità e dell'efficienza costituenti l'impianto pubblicitario stesso.
10. Gli impianti elettrici utilizzati devono essere concepiti e realizzati in modo tale da garantire il massimo grado di sicurezza per il rischio elettrico e per quello delle scariche accidentali;



nonché rispondere alle norme in materia ed essere conformi alle disposizioni espresse dal DM 37 22.01.08 per la realizzazione degli impianti e l'impiego dei materiali secondo regola d'arte.

11. Il sistema di illuminazione deve essere realizzato in conformità a quanto previsto della Legge Regionale 07 agosto 2009, n°17. Per quanto non espressamente disciplinato si fa riferimento al DM 37/08.
12. Non è ammesso l'utilizzo di luce intermittente ad esclusione delle farmacie.
13. Non sono consentite esposizione di raggi laser o di altri tipi di raggi luminosi emessi da proiettori rivolti anche verso l'orizzonte celeste.

#### **Art. 32 - Mezzi pubblicitari abbinati a servizi.**

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

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

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

#### **Art. 34 - Farmacie.**

1. Per effetto dell'art. 8, comma 2, della L.R. n. 64/94, in deroga alle norme del presente Regolamento, sulle pareti o nelle pertinenze di esercizio delle Farmacie, è consentita l'installazione del solo manufatto a forma di "croce" nella via in cui ha sede l'attività. Qualora l'attività si trovi ubicata ad angolo di due vie, è consentita l'installazione su ciascuna delle due vie.
2. È altresì derogabile il rispetto delle distanze minime previste dall'art. 30 del presente Regolamento.

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

1. L'Amministrazione Comunale si riserva la facoltà insindacabile di negare l'autorizzazione ad esporre, collocare od effettuare qualsiasi forma di pubblicità in relazione ad esigenze di pubblico interesse di natura estetica, panoramica, ambientale, storica ed artistica, in accordo con le finalità espresse nel presente Regolamento oltre che nel D.Lgs. 285/1992 e nel D.P.R. 495/1992, anche nel caso risultino rispettate tutte le norme qui contenute.
2. È proibita l'esposizione stabile o temporanea, di ogni tipo di segnaletica pubblicitaria, mobile e/o provvisoria, su spazi pubblici non diversamente normata dal presente Regolamento.



3. È proibita altresì la posa di orologi o altri misuratori, da impiegarsi quale supporto per pubblicità, lungo tutte le strade di scorrimento veicolare, nonché entro un raggio di 50 metri dagli incroci stradali.
4. È proibita l'installazione di supporti per le pubblicità fisse recanti immagini di planimetrie e/o elaborazioni grafiche del territorio comunale e/o comprensoriale, al di fuori di quanto operato per iniziativa comunale.
5. Su tutto il territorio comunale è vietata, per ragioni di igiene e di decoro, la pubblicità mediante il lancio di manifestini, volantini od oggetti e di qualsiasi altro materiale pubblicitario. Ulteriori limitazioni e deroghe potranno essere consentite con apposito motivato provvedimento per motivi di interesse pubblico.
6. Nelle aree di cantiere, temporaneamente e per un periodo massimo equivalente alla durata del cantiere, a condizione che siano adottate soluzioni idonee per l'integrale schermatura visiva dei ponteggi, sono ammesse gigantografie pubblicitarie, alle seguenti condizioni:
  - la richiesta di autorizzazione potrà essere avanzata e valutata solo successivamente alla presentazione della pratica edilizia relativa al fabbricato;
  - l'impianto deve contenere un unico messaggio pubblicitario.
7. Nei cantieri non è consentita l'affissione direttamente sulle recinzioni siano esse realizzate con steccati o lamiera ondulata o reti; l'affissione è consentita esclusivamente su plance realizzate in lamiera dotate di cornice e poste in opera in sicurezza.
8. I cartelli e gli altri mezzi pubblicitari non devono in ogni caso ostacolare la visibilità dei segnali stradali entro lo spazio di avvistamento.
9. Entro la fascia di rispetto dei cimiteri, come individuata dalla vigente pianificazione urbanistica, non sono ammesse forme di pubblicità commerciale.
10. Sono consentiti i segnali di valorizzazione e promozione del territorio indicanti siti d'interesse turistico e culturale e cartelli indicanti servizi di pubblico interesse.

## **Art. 36 - Vigilanza.**

1. Gli Enti proprietari delle strade sono tenuti a vigilare, a mezzo del proprio personale competente in materia di viabilità, sulla corretta realizzazione e sull'esatto posizionamento dei cartelli, delle insegne di esercizio e degli altri mezzi pubblicitari rispetto a quanto autorizzato nonché sullo stato di conservazione e sulla buona manutenzione dei cartelli, delle insegne di esercizio e degli altri mezzi pubblicitari oltreché sui termini di scadenza delle autorizzazioni concesse.
2. Qualunque inadempienza venga rilevata da parte del personale incaricato della vigilanza, dovrà essere contestata a mezzo di specifico verbale al soggetto titolare dell'autorizzazione che dovrà provvedere entro il termine fissato. Decorso tale termine l'Ente proprietario, valutate le osservazioni avanzate entro 10 giorni dal soggetto, provvede d'ufficio rivalendosi per le spese sul soggetto titolare dell'autorizzazione.
3. La vigilanza può essere, inoltre, svolta da tutto il personale di cui all'art. 12 del D.Lgs. 285/1992, il quale trasmette le proprie segnalazioni all'ente proprietario della strada per i provvedimenti di competenza.





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

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

## **Art. 38 - Anticipata rimozione.**

1. Nel caso di rimozione del mezzo pubblicitario, ordinata dall'Amministrazione ai sensi dell'art. 27, comma 2 del presente regolamento, prima della scadenza del termine stabilito nell'atto di autorizzazione, il titolare avrà diritto unicamente al rimborso della quota di imposta corrispondente al periodo di mancato godimento, escluso ogni altro rimborso o indennizzo.
2. Nel caso che lo spostamento riguardi impianti attribuiti a soggetti che effettuano affissioni dirette, convenzionate con il Comune per utilizzazioni ancora in corso al momento dello spostamento, gli stessi possono accettare di continuare l'utilizzazione dell'impianto nella nuova sede oppure rinunciare alla stessa, ottenendo dal Comune il rimborso del diritto già corrisposto per il periodo per il quale l'impianto non viene usufruito.
3. Spetta all'interessato provvedere a rimuovere la pubblicità entro la data che sarà precisata nell'ordine di rimozione.
4. La rimozione dovrà riguardare anche gli eventuali sostegni o supporti e comprendere il ripristino alla forma preesistente della sede del manufatto.
5. Ove l'interessato non ottemperi all'ordine di rimozione della pubblicità nei termini stabiliti, l'impianto verrà considerato abusivo ad ogni effetto e saranno adottati i provvedimenti di cui all'art. 39 del presente regolamento, nonché le sanzioni previste dai successivi artt. 64 e 65.

## **Art. 39 - Materiale pubblicitario abusivo.**

1. Sono considerate abusive le varie forme di pubblicità esposte senza la prescritta autorizzazione preventiva ovvero risultanti non conformi alle condizioni stabilite dall'autorizzazione sia per forma, contenuto, dimensioni, sistemazione ed ubicazione, nonché le affissioni eseguite fuori dai luoghi a ciò destinati ed approvati dal Comune.
2. Sono altresì considerate abusive le pubblicità e le affissioni per le quali siano state omesse le prescritte dichiarazioni ed i dovuti pagamenti.
3. La pubblicità e le affissioni abusive, fatta salva la facoltà di cui al successivo comma 5, sono eliminate o rimosse a cura dei responsabili, che dovranno provvedervi entro il termine massimo di 15 giorni; in caso di inadempienza, vi provvede il Comune con addebito ai responsabili stessi, previa contestazione delle relative infrazioni e delle spese sostenute per la rimozione.
4. Per esigenze di interesse pubblico e qualora ciò non contrasti con le norme del D.Lgs. 285/1992 e del D.P.R. 495/1992 o con norme di ordine pubblico, il Comune può consentire che la pubblicità abusiva, sempreché siano stati pagati il tributo e le conseguenti penalità, possa continuare a restare esposta per il periodo stabilito.



5. Nel caso di esposizione di materiale pubblicitario abusivo di cui al presente articolo, si applicano, oltre alle sanzioni amministrative (art. 65), anche quelle tributarie (art. 64). Ciò vale anche nel caso in cui alla regolare denuncia di cessazione non consegua l'effettiva rimozione del mezzo pubblicitario entro il termine prescritto.

## CAPO III° PUBBLICITÀ TEMPORANEA

### **Art. 40 - Definizione di pubblicità temporanea.**

1. È definita "Pubblicità Temporanea" la pubblicità effettuata per un periodo determinato fino a un massimo di 90 (novanta) giorni e con un numero massimo di 20 mezzi pubblicitari. Qualora si tratti di pubblicità relativa ad eventi patrocinati dall'Amministrazione comunale non si applica il limite massimo al numero di mezzi pubblicitari autorizzabili.
2. La pubblicità temporanea può essere effettuata con i seguenti mezzi pubblicitari:
  - a. Striscione;
  - b. Locandina o manifesto;
  - c. Stendardo o bandiera;
  - d. Segno orizzontale reclamistico.
3. Si applicano le disposizioni di cui all'art. 16 comma 2 del presente regolamento.

### **Art. 41 - Autorizzazione per pubblicità temporanea.**

1. La richiesta di autorizzazione dell'interessato, da presentarsi almeno 15 (quindici) giorni prima del previsto posizionamento, deve essere corredata da:
  - a. Planimetria con indicazione del sito;
  - b. Relazione con breve descrizione dei materiali, colori, forme, ecc...;
  - c. Bozzetto con dimensioni;
  - d. Autodichiarazione per la stabilità, ove necessaria, per il tipo di mezzo pubblicitario utilizzato.
2. Al titolare dell'autorizzazione rilasciata ai sensi del presente articolo è fatto obbligo di provvedere alla rimozione del materiale e dei segnali entro le 24 ore successive alla scadenza del periodo autorizzativo, ai sensi dell'art. 54, comma 2, del D.P.R. 495/1992.

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

1. Ai sensi dell'art. 3, comma 2, del D.Lgs. 507/93, sono stabiliti i seguenti limiti e divieti:
  - a. La pubblicità effettuata mediante striscioni è consentita quando non arreca danno al decoro o alla sicurezza stradale;
  - b. Gli striscioni potranno essere fissati solo ad appositi ancoraggi a ciò predisposti. È vietato in ogni caso l'ancoraggio degli striscioni a supporti come pali della luce, semafori, impianti di arredo urbano e stradale, altri impianti di pubblicità, monumenti ecc..

### **Art. 43 - Divieto di volantinaggio**



# COMUNE DI NOVE

PROVINCIA DI VICENZA

*Nove*  
Centro di Antica  
Tradizione Ceramica

1. In tutti i luoghi pubblici o assimilabili è vietata qualsiasi forma pubblicitaria commerciale effettuata mediante il lancio di volantini e di oggettistica varia da automezzi in movimento e da aeromobili.
2. Sono vietati la distribuzione a mano sulle aree riservate alla circolazione dei veicoli ed il collocamento del materiale suddetto sui veicoli in sosta.
3. È consentita la distribuzione a mano di volantini pubblicitari "ad personam" (fatta esclusione per l'area mercato e davanti alle scuole in occasione dell'entrata / uscita degli studenti) o nelle cassette delle lettere.
4. Le violazioni di cui ai commi precedenti comportano una sanzione amministrativa pecuniaria da irrogarsi al soggetto incaricato della distribuzione (persona fisica o giuridica), nonché al committente del messaggio pubblicitario.



## CAPO IV° PUBBLICITÀ FONICA

### **Art. 44 - Pubblicità fonica.**

1. Ai sensi dell'art. 59 del D.P.R. 495/1992 si stabilisce quanto segue:
  - a. La pubblicità fonica fuori dai centri abitati è consentita dalle ore 9.00 alle ore 13.00 e dalle ore 16.30 alle ore 19.30 ed è autorizzata dall'Ente proprietario della strada;
  - b. La pubblicità fonica entro i centri abitati è consentita dalle ore 10.00 alle ore 12.00 e dalle ore 16.00 alle ore 18.30 ed è soggetta a preventiva autorizzazione.
  - c. Per la pubblicità elettorale si applicano le disposizioni dell'articolo 7 della legge 24 aprile 1975, n. 130. La pubblicità elettorale è autorizzata dal Sindaco; nel caso in cui la stessa si svolga sul territorio di più comuni, l'autorizzazione è rilasciata dal Prefetto della provincia in cui ricadono i comuni stessi.
  - d. In tutti i casi, la pubblicità fonica non deve superare i limiti massimi di esposizione al rumore fissati dalle vigenti norme.



## CAPO V°

### IL PIANO GENERALE DEGLI IMPIANTI PUBBLICITARI.

#### Art. 44bis - Obiettivi del Piano

1. Obiettivo principale del Piano generale degli impianti pubblicitari è regolamentare la distribuzione degli impianti pubblicitari al fine di razionalizzare il posizionamento dei manufatti sul territorio, nel rispetto delle prescrizioni e dei vincoli imposti dai vigenti strumenti urbanistici e dalle norme generali in materia di installazioni pubblicitarie.
2. Le presenti norme riguardano i cartelli e gli altri mezzi pubblicitari, come di seguito definiti, collocati nel territorio comunale lungo le strade o in vista di esse, su aree pubbliche o di uso pubblico, sulla base delle disposizioni contenute nel presente Piano, nel Codice della Strada e nel relativo Regolamento di esecuzione e di attuazione, nonché nel Decreto Legislativo del 15.11.1993 n. 507 e delle loro successive modifiche ed integrazioni.
3. Oltre a disciplinare la comunicazione pubblicitaria, il presente Piano si prefigge anche lo scopo, con riferimento all'impiantistica pubblicitaria, di tutelare i valori storico-architettonici e paesaggistici, presenti nel territorio comunale.

#### Art. 45 - Criteri generali.

1. La pubblicità esterna e le pubbliche affissioni sono effettuate nel territorio di questo Comune in conformità al piano generale degli impianti pubblicitari previsto dall'art. 3, comma 3, del D.Lgs. 15.11.1993, n. 507 e del presente regolamento.
2. Il piano degli impianti pubblicitari è articolato in due parti. La prima parte determina gli ambiti del territorio comunale nei quali sono localizzati i mezzi di pubblicità esterna, compresi nelle tipologie di cui all'art. 8, commi 2, 4 e 6 del presente regolamento. La seconda parte definisce la localizzazione nel territorio comunale degli impianti per le pubbliche affissioni di cui al successivo art. 47.
3. Il piano generale degli impianti pubblicitari è approvato dalla Giunta Comunale. Tale piano dovrà essere realizzato tenendo conto del rispetto dei seguenti criteri:
  - a. Rispetto e tutela dei beni di interesse storico, artistico e paesaggistico;
  - b. Salvaguardia delle esigenze della circolazione stradale;
  - c. Rispetto del decoro degli spazi e degli edifici secondo le norme edilizie regolamentari;
  - d. Analisi delle esigenze effettive degli operatori commerciali sulla scorta del pregresso andamento della richiesta di pubblicità e pubbliche affissioni e sulla base del prevedibile incremento della domanda;
  - e. Individuazione della quantità di superficie da destinare alle pubbliche affissioni in maniera proporzionale al numero degli abitanti di quell'area (o delimitazione di sezione elettorale) e delle zone ove collocare gli impianti, le quali dovranno essere particolarmente idonee al fine di assicurare ai cittadini la conoscenza di tutte le informazioni relative all'attività del Comune, per realizzare la loro partecipazione consapevole all'amministrazione dell'Ente e per provvedere tempestivamente all'esercizio dei loro diritti;
  - f. Individuazione dell'allocazione di ciascun impianto pubblicitario fatta in planimetria di scala adeguata, indicando con opportuna simbologia;



- gli impianti da collocare destinati alle affissioni non commerciali;
- gli impianti da collocare destinati alle affissioni commerciali;
- gli impianti da collocare destinati all'attribuzione per affissioni dirette;

Tale simbologia deve essere tale da evidenziare sempre il tipo, le dimensioni e la destinazione degli impianti di cui trattasi.

- g. Verifica per l'eventuale adeguamento delle dotazioni degli impianti pubblicitari del centro abitato in rapporto all'intervenuto incremento residenziale, nel caso di allargamento del centro abitato per il realizzo di piani particolareggiati o lottizzazioni convenzionate;
  - h. Il piano deve essere corredato da una realizzazione illustrativa, dotato del preventivo delle spese e dei tempi di realizzo;
  - i. Prevede le deroghe da applicare nell'ambito del centro abitato così come previste dal Codice della strada, dando anche le indicazioni tecniche in merito al posizionamento, alle dimensioni ed alle caratteristiche dei mezzi luminosi e non.
2. Qualsiasi decisione inerente la formazione del piano viene demandata alla Giunta Comunale. Il piano è soggetto a preventiva pubblicazione per la presentazione di osservazioni.
  3. Il piano generale degli impianti può essere adeguato o modificato ogni anno, con decorrenza dall'anno successivo, per effetto delle variazioni intervenute nella consistenza demografica del Comune, dell'espansione dei centri abitati, dello sviluppo della viabilità e di ogni altra causa rilevante che viene illustrata nella motivazione del provvedimento di modifica.
  4. Il piano dovrà essere predisposto ed approvato dalla Giunta comunale entro 1 (uno) anno dall'entrata in vigore del presente regolamento.
  5. La Giunta Comunale nell'approvare il piano può vincolare al finanziamento delle spese necessarie per la sua realizzazione, una percentuale del gettito normale dei proventi dei diritti sulle pubbliche affissioni, in aggiunta dei proventi delle sanzioni amministrative vincolati per legge ai sensi dell'art. 24, comma 5 del D.Lgs. n. 507/1993.

## **Art. 46 - La pubblicità esterna.**

1. La prima parte del piano comprende i mezzi destinati alla pubblicità esterna ed indica le posizioni nelle quali è consentita la loro installazione nel territorio comunale, nonché le localizzazioni vietate per leggi e/o regolamenti.
2. Per l'installazione dei mezzi pubblicitari fuori dai centri abitati, lungo le strade comunali ed in vista di esse il piano, individua le località e le posizioni nelle quali, per motivate esigenze di pubblico interesse, determinate dalla natura e dalla situazione dei luoghi, il collocamento è soggetto a particolari condizioni od a limitazioni delle dimensioni dei mezzi.
3. Per l'installazione di mezzi pubblicitari all'interno dei centri abitati, lungo le strade comunali, provinciali, regionali, statali o in vista di esse, il piano disciplina, oltre all'autorizzazione del Comune previo nulla-osta tecnico dell'Ente proprietario:
  - a) Le caratteristiche delle zone nelle quali, su aree pubbliche o private, concesse dal soggetto proprietario, può essere autorizzata l'installazione di mezzi pubblicitari e le dimensioni per gli stessi consentite nell'ambito di quelle massime stabilite dal D.Lgs. 285/1992 e dal D.P.R. 495/1992. Per quanto possibile individua le zone utilizzabili per le predette installazioni pubblicitarie;
  - b) Le caratteristiche degli edifici sui quali può essere autorizzata l'installazione di cartelli ed altri mezzi pubblicitari e le dimensioni per gli stessi consentite;



- c) Le tipologie generali e le dimensioni massime delle insegne, dei segnali di direzione per attività ricettive, di ristorazione, artigianali e/o industriali, targhe ed altri mezzi pubblicitari, compresi quelli luminosi, illuminati o costituiti da pannelli luminosi, correlate a quelle sia degli edifici sui quali devono essere installati, sia delle caratteristiche delle zone ove questi sono situati. Il piano comprende:
- La definizione degli edifici, impianti (ex ascensori), opere pubbliche, strutture ed aree attrezzate ed altri luoghi di proprietà o in disponibilità del Comune, pubblici od aperti al pubblico nei quali può essere autorizzata l'installazione di mezzi per la diffusione di messaggi pubblicitari effettuata attraverso forme di comunicazione visiva od acustica percepibili nell'interno o dall'esterno;
  - La definizione dei luoghi pubblici od aperti al pubblico, di proprietà o gestione privata, nei quali si effettuano le attività pubblicitarie di cui al precedente punto;
  - I criteri per la localizzazione e le modalità tecniche per la collocazione, in condizioni di sicurezza per i terzi, di striscioni, locandine, stendardi, festoni di bandierine e simili;
  - Le caratteristiche e i criteri per l'installazione dei cartelli e mezzi pubblicitari luminosi e non, entro i centri abitati.

#### **Art. 47 - Gli Impianti per le pubbliche affissioni.**

1. La seconda parte del piano degli impianti pubblicitari è costituita dagli impianti da adibire alle pubbliche affissioni.
2. In conformità a quanto dispone l'art. 18, comma 3, del D.Lgs. 507/1993, tenuto conto che la popolazione del Comune di Nove al 31.12.2015 era costituita da 5038 abitanti, la superficie degli impianti da adibire alle pubbliche affissioni, proporzionata al predetto numero di abitanti e comunque non inferiore a 12 mq per ogni mille abitanti, è stabilita in complessivi mq 65,10, pari a n. 93 fogli cm. 70 x 100.
3. La superficie complessiva degli impianti delle pubbliche affissioni, sopra determinata è ripartita come segue:
  - a) n. 19 fogli, pari al 20% è destinata alle affissioni di natura istituzionale, sociale o comunque priva di rilevanza economica, effettuata dal servizio comunale;
  - b) n. 55 fogli, pari al 60% è destinata alle affissioni di natura commerciale effettuata dal servizio comunale;
  - c) n. 19 fogli, pari al 20% è destinata alle affissioni di natura commerciale effettuata direttamente da soggetti privati, comunque diversi dal concessionario del servizio, ove lo stesso sia appaltato.
4. Gli impianti per le pubbliche affissioni possono essere costituiti da:
  - Vetrine per l'esposizione di manifesti;
  - Stendardi porta manifesti;
  - Posters per l'affissione di manifesti;
  - Tabelloni ed altre strutture mono, bifacciali o plurifacciali, realizzate in materiali idonei per l'affissione di manifesti;
  - Superfici adeguatamente predisposte e delimitate, ricavate da muri di recinzione, di sostegno, da strutture appositamente predisposte per questo servizio;



- Da armature, steccati, ponteggi, schermature di carattere provvisorio prospicienti il suolo pubblico, per qualunque motivo costruiti;
  - Da altri spazi ritenuti idonei dal responsabile del servizio, tenuto conto dei divieti e limitazioni stabilite dal presente regolamento.
5. Tutti gli impianti hanno di regola, dimensioni pari o multiple di cm. 70 x 100 e sono collocati in posizioni che consentono la libera e totale visione e percezione del messaggio pubblicitario da spazi pubblici per tutti i lati che vengono utilizzati per l'affissione.
6. Ciascun impianto deve recare, in alto, una targhetta con l'indicazione:
- COMUNE DI NOVE  
SERVIZIO PUBBLICHE AFFISSIONI
7. Gli impianti non possono essere collocati nei luoghi nei quali è vietata l'installazione di mezzi pubblicitari.
8. Il piano degli impianti per le pubbliche affissioni, indica per ciascun di essi:
- a) La destinazione dell'impianto secondo quanto previsto dal comma 3;
  - b) L'ubicazione;
  - c) La tipologia secondo quanto previsto dal comma 4;
  - d) La dimensione ed il numero di fogli cm. 70x100 che l'impianto contiene;
  - e) La numerazione dell'impianto ai fini della sua individuazione;
9. Il piano degli impianti per le pubbliche affissioni è corredato da un quadro di riepilogo comprendente l'elenco degli impianti con il numero distinto, l'ubicazione, la destinazione e la superficie.
10. La ripartizione degli spazi di cui al 3° comma, può essere rideterminata ogni due anni qualora nel periodo trascorso si siano verificate ricorrenti eccedenze od insufficienze di spazi in una o più categorie, rendendo necessario il riequilibrio delle superfici alle stesse assegnate in relazione alle effettive necessità accertate.

#### **Art. 47 bis - Affissione manifesti istituzionali, sociali o privi di rilevanza commerciale.**

Rientrano nella fattispecie le affissioni di natura culturale, sportiva, sociale o comunque prive di natura commerciale, effettuate dal Servizio Affissioni per comunicazioni ritenute dall'Amministrazione comunale di pubblico interesse, su richiesta di altri soggetti pubblici, ovvero su istanza di soggetti privati secondo le modalità indicate.

#### **Art. 47 ter - Affissione manifesti mortuari.**

L'affissione è consentita esclusivamente negli appositi impianti predisposti dal Comune, denominati "affissioni necrologiche". Su tali impianti sono affissi annunci, ringraziamenti ed anniversari relativi ad eventi luttuosi, effettuati, su istanza di privati, dal Servizio Affissioni o eseguita dalle aziende del settore sugli spazi assegnati.

#### **Art. 47 quater - Affissione manifesti commerciali.**

Rientrano nella fattispecie le affissioni di natura commerciale o comunque aventi rilevanza economica, effettuate dal servizio Affissioni su istanza di soggetti privati secondo le modalità





# COMUNE DI NOVE

PROVINCIA DI VICENZA

*Nove*  
Centro di Antica  
Tradizione Ceramica

indicate nel regolamento comunale per la disciplina della pubblicità e delle affissioni e per l'applicazione del canone ai mezzi d'installazione pubblicitaria.



## TITOLO II DISCIPLINA DELL'IMPOSTA SULLA PUBBLICITA', DEL SERVIZIO E DEL DIRITTO SULLE PUBBLICHE AFFISSIONI

### CAPO I° DISCIPLINA GENERALE

#### **Art. 48 - Classificazione del Comune.**

1. Il Comune di Nove, agli effetti dell'applicazione della tassa come previsto dall'art. 2 del D.Lgs. 507/1993, appartiene alla classe V°, in base alla popolazione residente.
2. Verificandosi variazioni della consistenza della popolazione, determinate con riferimento a quanto stabilito nel precedente comma, che comportino la modifica della classe di appartenenza del Comune, la Giunta Comunale ne prende atto con deliberazione da adottarsi entro il 31 ottobre e, contestualmente, dispone l'adeguamento delle tariffe per l'anno successivo.

#### **Art. 49 - Tariffe.**

1. Ai sensi dell'art. 3, comma 5 del D.Lgs. 507/1993, le tariffe dell'imposta di pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni sono deliberate dalla Giunta Comunale entro il 31 marzo di ogni anno e si applicano a decorrere dal 1° gennaio del medesimo anno. In caso di mancata adozione della deliberazione, si intendono prorogate di anno in anno.



## CAPO II° IMPOSTA SULLA PUBBLICITA' - DISCIPLINA

### **Art. 50 - Presupposto dell'imposta.**

1. È soggetta all'imposta comunale sulla pubblicità la diffusione di ogni messaggio pubblicitario, effettuata con qualsiasi forma di comunicazione visiva od acustica – diversa da quelle assoggettate al diritto sulle pubbliche affissioni – in luoghi pubblici o aperti al pubblico o che sia da tali luoghi percepibile.
2. La predetta imposta si applica altresì agli impianti affissionistici recanti pubblicità effettuata mediante affissioni dirette, anche per conto altrui, di manifesti e simili di cui all'art. 12, comma 3 del D.Lgs. 507/1993.
3. Per luoghi pubblici si intendono le vie, le piazze, i giardini e le aree comunque aperte al pubblico passaggio o a chiunque può accedere in ogni momento senza limitazioni o condizioni.
4. Si considerano luoghi aperti al pubblico i locali e le aree che siano destinati a spettacoli pubblici, a pubblici esercizi, ad attività commerciali e ai quali chiunque può accedere senza necessità di particolari autorizzazioni.
5. Ai fini dell'imposizione si considerano rilevanti i messaggi diffusi nell'esercizio di un'attività economica allo scopo di promuovere la domanda e la diffusione di beni e servizi di qualsiasi natura ovvero finalizzati a migliorare l'immagine del soggetto pubblicizzato oppure i mezzi e le forme atte a indicare il luogo nel quale viene esercitata tale attività.

### **Art. 51 - Soggetto passivo.**

1. Soggetto passivo dell'imposta sulla pubblicità, tenuto al pagamento in via principale, è colui che dispone a qualsiasi titolo del mezzo attraverso il quale il messaggio pubblicitario viene diffuso.
2. È solidalmente obbligato al pagamento dell'imposta colui che produce o vende la merce o fornisce i servizi oggetto della pubblicità.

### **Art. 52 - Modalità di applicazione dell'imposta.**

1. Le modalità di applicazione dell'imposta di pubblicità sono quelle indicate in particolare dall'art. 7 del D.Lgs. n. 507/1993.

### **Art. 53 - Dichiarazione e pagamento dell'imposta.**

1. I soggetti passivi di cui all'art. 51, ottenuta l'autorizzazione prevista dall'art. 18, prima di iniziare la pubblicità, sono tenuti a presentare al Comune idonea dichiarazione anche cumulativa, redatta su apposito modulo, con le modalità previste dall'art. 8 del D.Lgs. 507/1993, nella quale devono essere indicati tutti gli elementi base per l'imposizione e cioè oltre alle generalità del soggetto passivo, il tipo e le caratteristiche complete dei mezzi pubblicitari, nonché le diciture, le dimensioni, la durata della pubblicità e l'ubicazione dei mezzi pubblicitari utilizzati.
2. La dichiarazione deve essere presentata anche nei casi di variazione della pubblicità, che comportino la modificazione della superficie esposta o del tipo di pubblicità effettuata, con



conseguente nuova imposizione; il Comune procede al conguaglio fra l'importo dovuto in seguito alla nuova dichiarazione e quello pagato per lo stesso periodo.

3. La dichiarazione ha effetto anche per gli anni successivi, purchè non si verificano modificazioni degli elementi dichiarati cui consegua un diverso ammontare dell'imposta dovuta; tale pubblicità si intende prorogata con il pagamento della relativa imposta effettuato entro il 31 gennaio dell'anno di riferimento, sempre che non venga presentata denuncia di cessazione entro il medesimo termine.
4. La dichiarazione è esente dall'imposta di bollo ai sensi della Tabella B, art. 5, del D.P.R. 642/1972.
5. Il pagamento dell'imposta di pubblicità è effettuato con versamento sul conto corrente postale intestato al Comune, o in caso di affidamento in concessione al concessionario, con arrotondamento all'euro per difetto se la frazione non è superiore a 50 centesimi o per eccesso se è superiore. L'attestazione dell'avvenuto pagamento deve essere allegata alla dichiarazione di cui al 1° comma.
6. Per la pubblicità relativa a periodi inferiori all'anno solare l'imposta deve essere corrisposta in un'unica soluzione; per la pubblicità annuale l'imposta può essere corrisposta in rate trimestrali anticipate qualora sia di importo superiore a € 1.500,00.
7. La riscossione coattiva dell'imposta si effettua con l'iscrizione a ruolo ai sensi del D.P.R. 602/1973, che deve essere formato e reso coattivo entro il 31 dicembre del secondo anno successivo a quello in cui l'avviso di accertamento o di rettifica è stato notificato ovvero, in caso di sospensione della riscossione entro il 31 dicembre dell'anno successivo a quello di scadenza del periodo di sospensione. Trova applicazione l'art. 2752 comma 4 del codice civile. È ammessa tuttavia anche la riscossione a mezzo di ingiunzione fiscale di cui al R.D. 639/1910.

## **Art. 54 - Rimborsi.**

1. Entro il termine di due anni decorrente dal giorno nel quale è stato effettuato il pagamento dell'imposta sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni, oppure da quello in cui è stato definitivamente accertato il diritto di rimborso, il contribuente può chiedere la restituzione di somme versate e non dovute mediante istanza in carta libera indirizzata al Comune. Il Comune o il Concessionario, è tenuto a provvedere nel termine di centottanta giorni.

## **Art. 55 - Riduzioni dell'imposta.**

1. La tariffa dell'imposta è ridotta alla metà:
  - a) Per la pubblicità effettuata da comitati, associazioni, fondazioni ed ogni altro ente che non abbia scopo di lucro;
  - b) Per la pubblicità relativa a manifestazioni politiche, sindacali e di categoria, culturali, sportive, filantropiche e religiose, da chiunque realizzate, con il patrocinio o la partecipazione degli enti pubblici territoriali;
  - c) Per la pubblicità relativa a festeggiamenti patriottici, religiosi, a spettacoli viaggianti di beneficenza.



2. Ai fini di verificare la mancanza di “scopo di lucro” di cui alla lettera a) del predetto articolo, il funzionario responsabile dell'imposta potrà richiedere al comitato, associazione, fondazione o altro ente l'esibizione dello statuto od altro documento, comprovante lo scopo sociale.

## **Art. 56 - Esenzione dall'imposta.**

### 1. Sono esenti dall'imposta:

- a) La pubblicità realizzata all'interno dei locali adibiti alla vendita di beni o alla prestazione di servizi quando si riferisca all'attività negli stessi esercitata, nonché i mezzi pubblicitari ad eccezione delle insegne, esposti nelle vetrine o sulle porte d'ingresso dei locali medesimi purchè siano attinenti all'attività in essi esercitata e non superino, nel loro insieme la superficie complessiva di mezzo metro quadrato per ciascuna vetrina o ingresso;
- b) Gli avvisi al pubblico esposti nelle vetrine o sulle porte di ingresso dei locali, o in mancanza nelle immediate adiacenze del punto di vendita, relativi all'attività svolta, nonché quelli riguardanti la localizzazione e l'utilizzazione dei servizi di pubblica utilità, che non superino la superficie di mezzo metro quadrato e quelli riguardanti la locazione o la compravendita degli immobili sui quali sono affissi, di superficie non superiore ad un quarto di metro quadrato;
- c) La pubblicità comunque effettuata all'interno, sulle facciate esterne o sulle recinzioni dei locali di pubblico spettacolo qualora si riferisca alle rappresentazioni in programmazione;
- d) La pubblicità, escluse le insegne, relativa ai giornali ed alle pubblicazioni periodiche, se esposta sulle sole facciate esterne delle edicole o nelle vetrine o sulle porte di ingresso dei negozi ove si effettua la vendita;
- e) La pubblicità esposta all'interno delle stazioni dei servizi di trasporto pubblico di ogni genere inerente l'attività esercitata dall'impresa di trasporto, nonché le tabelle esposte all'esterno delle stazioni stesse o lungo l'itinerario di viaggio, per la parte in cui contengano informazioni relative alle modalità di effettuazione del servizio;
- f) La pubblicità comunque effettuata in via esclusiva dallo Stato e dagli enti pubblici territoriali;
- g) Le insegne, le targhe e simili apposte per l'individuazione delle sedi di comitati, associazioni, fondazioni ed ogni altro ente che non persegua scopo di lucro;
- h) Le insegne, le targhe e simili la cui esposizione sia obbligatoria per disposizione di legge o di regolamento sempre che le dimensioni del mezzo usato, qualora non espressamente stabilito, non superino il mezzo metro quadrato di superficie;
- i) le insegne di esercizio di attività commerciali e di produzione di beni o servizi che contraddistinguono la sede ove si svolge l'attività cui si riferiscono, di superficie complessiva fino a 5 metri quadrati.

2. A chiarimento del predetto articolo non rientrano nel concetto di pubblicità i cartelli che, seppur esposti al pubblico, non presentano alcun contenuto o richiamo pubblicitario diretto o indiretto, ma si limitano a mere comunicazioni, quali gli avvisi di fermata degli autobus di linea, i cartelli Telecom, quelli per lavori stradali ed edili, quelli di singoli privati per indicare divieti di accesso o di circolazione e similari.



## CAPO III°

### DIRITTO SULLE PUBBLICHE AFFISSIONI – DISCIPLINA

#### **Art. 57 - Finalità.**

1. Il Comune a mezzo del servizio delle pubbliche affissioni, svolto anche a mezzo concessionario, assicura l'affissione negli appositi impianti a ciò destinati, di manifesti costituiti da qualunque materiale idoneo, contenenti comunicazioni aventi finalità istituzionali, sociali o prive di rilevanza economica, nonché di messaggi diffusi nell'esercizio di attività commerciali.
2. I manifesti aventi finalità istituzionali, sociali o comunque privi di finalità economiche sono quelli pubblicati dal Comune e, di norma, quelli per i quali l'affissione è richiesta dai soggetti e per le finalità di cui agli articoli 60 e 61 del presente regolamento.
3. I manifesti che diffondono messaggi relativi all'esercizio di un'attività economica sono quelli che hanno lo scopo di promuovere la domanda di beni e servizi o che risultano finalizzati a migliorare l'immagine del soggetto pubblicizzato.
4. I manifesti di natura commerciale la cui affissione viene richiesta direttamente al Comune sono dallo stesso collocati negli spazi di cui all'art. 47, comma 3, lettera b) del presente regolamento, nei limiti della capienza degli stessi.
5. I manifesti di natura commerciale da affiggere negli spazi da attribuire a soggetti privati per l'effettuazione di affissioni dirette nei limiti di cui all'art. 47, comma 3, lettera c) del regolamento sono classificati, ai fini tributari, come pubblicità ordinaria in conformità a quanto dispone l'art. 12, comma 3 del D.Lgs. 507/1993, con applicazione dell'imposta in base alla superficie di ciascun impianto, nella misura e con le modalità di cui all'art. 49.

#### **Art. 58 - Criteri e modalità per l'espletamento del servizio.**

1. L'affissione si intende prenotata dal momento in cui la commissione, accompagnata dall'attestazione dell'avvenuto pagamento del diritto, perviene all'ufficio preposto al servizio.
2. Le commissioni sono iscritte nell'apposito registro, contenente tutte le notizie alle stesse relative, tenuto in ordine cronologico di prenotazione e costantemente aggiornato.
3. I manifesti devono essere fatti pervenire all'ufficio, nell'orario di apertura, a cura del committente, almeno due giorni prima di quello dal quale l'affissione deve avere inizio.
4. I manifesti devono essere accompagnati da una distinta nella quale è indicato l'oggetto del messaggio pubblicitario e:
  - a) Per quelli costituiti da un solo foglio, la quantità ed il formato;
  - b) Per quelli costituiti da più fogli, la quantità dei manifesti, il numero dei fogli dai quali ciascuno è costituito, lo schema di composizione del manifesto con riferimenti numerici progressivi ai singoli fogli di uno di essi, evidenziato con apposito richiamo.
5. Oltre alle copie da affiggere dovrà essere inviata all'ufficio una copia, da conservare per documentazione del servizio.
6. Le affissioni devono essere effettuate secondo l'ordine di precedenza relativo al ricevimento della commissione, risultante dal registro cronologico.
7. La durata della affissione decorre dal giorno in cui è stata effettuata al completo. Nello stesso giorno, su richiesta del committente, l'ufficio comunale mette a sua disposizione l'elenco delle posizioni utilizzate con l'indicazione dei quantitativi affissi.



8. Su ogni manifesto affisso viene impresso il timbro dell'ufficio comunale, ovvero del concessionario del servizio, recante: COMUNE DI NOVE – SERVIZIO PUBBLICHE AFFISSIONI - e la data di scadenza prestabilita.
9. Il ritardo nell'effettuazione delle affissioni originato da cause di forza maggiore nel caso in cui sia superiore a dieci giorni dalla data richiesta, deve essere comunicato per iscritto dal Comune al committente. Si considera causa di forza maggiore anche l'avversa condizione atmosferica.
10. La mancanza di spazi disponibili sarà comunicata al committente per iscritto entro dieci giorni dalla richiesta di affissione.
11. Nei casi di cui ai precedenti commi 9 e 10 del presente articolo, il committente può annullare la commissione con avviso da inviarsi all'ufficio comunale entro 10 giorni dal ricevimento delle comunicazioni negli stessi previste. L'annullamento della commissione non comporta oneri a carico del committente al quale l'ufficio comunale provvede a rimborsare integralmente la somma entro novanta giorni dal ricevimento dell'avviso di annullamento. I manifesti restano a disposizione del committente presso l'ufficio per 30 giorni e, per disposizione di questo, possono essere allo stesso restituiti od inviati ad altra destinazione dallo stesso indicata, con il recupero delle sole spese postali, il cui importo verrà detratto dal rimborso del diritto. Scaduto tale termine il materiale viene inviato al macero.
12. Il committente ha facoltà di annullare la richiesta di affissione prima che venga eseguita, con l'obbligo di corrispondere in ogni caso la metà del diritto dovuto.
13. Il Comune provvederà a sostituire gratuitamente i manifesti strappati o comunque deteriorati e, qualora non disponga di altri esemplari dei manifesti da sostituire, provvederà a dare tempestivamente comunicazione al richiedente mantenendo, nel frattempo, a sua disposizione i relativi spazi.
14. Nel caso in cui la disponibilità degli impianti consenta di provvedere all'affissione di un numero di manifesti inferiore a quelli pervenuti o per una durata inferiore a quella richiesta, l'ufficio comunale provvede ad avvertire il committente per iscritto. Se entro cinque giorni da tale comunicazione la commissione viene annullata, l'ufficio comunale provvede all'affissione nei termini e per le quantità rese note all'utente e dispone entro 30 giorni il rimborso al committente dei diritti eccedenti quelli dovuti. I manifesti non affissi restano a disposizione dell'utente presso l'ufficio per 30 giorni, scaduti i quali saranno inviati al macero, salvo che ne venga richiesta la restituzione che avverrà, nei termini e modi previsti dal precedente comma.
15. I manifesti pervenuti per l'affissione senza la relativa commissione formale e l'attestazione dell'avvenuto pagamento del diritto, se non ritirati dal committente entro 30 giorni da quando sono pervenuti, saranno inviati al macero senz'altro avviso.
16. Nell'ufficio del servizio delle pubbliche affissioni sono esposti, per la pubblica consultazione di chiunque ne faccia richiesta:
  - a) Le tariffe del servizio;
  - b) L'elenco degli spazi destinati alle pubbliche affissioni con l'indicazione delle categorie alle quali detti spazi appartengono;
  - c) Il registro cronologico delle commissioni.
17. Per quanto non espressamente previsto dal presente articolo in materia di modalità, si applicano le disposizioni di cui all'art. 22 del D.Lgs. n. 507/1993.
18. Le disposizioni previste dal D.Lgs. 507/1993 e dal presente regolamento per l'imposta sulla pubblicità si applicano, per quanto compatibili e per quanto non previsto nel presente capo anche al diritto sulle pubbliche affissioni.



## **Art. 59 - Pagamento del diritto.**

1. Il diritto sulle pubbliche affissioni è dovuto al Comune che provvede alla loro effettuazione, in solido da chi richiede il servizio e da colui nell'interesse del quale esso viene effettuato, in conformità a quanto previsto dall'art. 19 del D.Lgs. n. 507/1993.
2. Il diritto è comprensivo dell'imposta sulla pubblicità relativamente ai manifesti ed agli altri mezzi affissi e per i quali il diritto viene corrisposto.
3. Il pagamento del diritto deve essere effettuato contestualmente alla richiesta del servizio con le modalità previste dall'art. 9 del D.Lgs. n. 507/1993.
4. In deroga a quanto previsto dal precedente comma, è consentito il pagamento diretto del diritto relativo ad affissioni non aventi carattere commerciale.
5. Il materiale pubblicitario esposto in difformità alle modalità previste dal presente articolo, sarà considerato abusivo e come tale soggetto alle sanzioni di cui agli artt. 64 e 65 del presente regolamento.

## **Art. 60 - Riduzione del diritto.**

1. La tariffa per il servizio delle pubbliche affissioni è ridotta alla metà:
  - a) Per i manifesti riguardanti in via esclusiva lo Stato e gli enti pubblici territoriali e che non rientrano nei casi per i quali è prevista l'esenzione ai sensi dell'art. 61;
  - b) Per i manifesti di comitati, associazioni, fondazioni ed ogni altro ente che non abbia scopo di lucro;
  - c) Per i manifesti relativi ad attività politiche, sindacali e di categoria, culturali, sportive, filantropiche e religiose, da chiunque realizzate, con il patrocinio o la partecipazione degli enti pubblici territoriali;
  - d) Per i manifesti relativi a festeggiamenti patriottici, religiosi, a spettacoli viaggianti e di beneficenza;
  - e) Per gli annunci mortuari.
2. I requisiti previsti dalla lettera b), c) e d) sono accertati con le modalità previste dall'art. 55 del presente regolamento.
3. Le riduzioni non sono cumulabili. Non si applicano alla misura minima del diritto stabilito per ogni commissione da effettuarsi d'urgenza.

## **Art. 61 - Esenzione del diritto.**

1. Sono esenti dal diritto sulle pubbliche affissioni:
  - a) I manifesti riguardanti le attività istituzionali del Comune da esso svolte in via esclusiva, esposti nell'ambito del proprio territorio;
  - b) I manifesti delle autorità militari alle iscrizioni nelle liste di leva, alla chiamata ed a richiami alle armi;
  - c) I manifesti dello Stato, delle regioni e delle province in materia di tributi;
  - d) I manifesti delle autorità di polizia in materia di pubblica sicurezza;
  - e) I manifesti relativi ad adempimenti di legge in materia di referendum, elezioni politiche, per il parlamento europeo, regionali, amministrative;





- f) Ogni altro manifesto la cui affissione sia obbligatoria per legge;
  - g) I manifesti concernenti corsi scolastici e professionali gratuiti regolarmente autorizzati.
2. Per i manifesti di cui alla lettera a), si fa riferimento alle attività e funzioni che il Comune esercita secondo le leggi statali e regionali, le norme statutarie, le disposizioni regolamentari e quelle che hanno per finalità la cura degli interessi e la promozione dello sviluppo della comunità, ai sensi del D.Lgs. n. 267 del 18.08.2000.
  3. Per i manifesti di cui alla lettera f), il soggetto che richiede l'affissione gratuita è tenuto a precisare, in tale richiesta, la disposizione di legge per effetto della quale l'affissione sia obbligatoria.
  4. Per l'affissione gratuita dei manifesti di cui alla lettera g), il soggetto richiedente deve allegare alla richiesta copia dei documenti dai quali risulta che i corsi sono gratuiti e regolarmente autorizzati dall'autorità competente.

## **Art. 62 - Spazi privati per le affissioni.**

1. Nel rispetto della tipologia e della quantità degli impianti pubblicitari individuati dall'art. 47, comma 3, lettera c) del presente regolamento, nonché della distribuzione risultante dal piano di cui all'art. 46, la Giunta Comunale può concedere a privati, mediante svolgimento di specifica gara, la possibilità di collocare sul territorio comunale impianti pubblicitari per l'affissioni diretta di manifesti e simili.
2. Gli spazi sono assegnati dalla Giunta Comunale che approva anche la relativa convenzione, nella quale dovranno essere precisati il numero e l'ubicazione degli impianti da installare, la durata della concessione, che non potrà essere superiore a cinque anni ed il relativo canone annuo dovuto al Comune, nonché tutte le altre condizioni necessarie per un corretto rapporto (es. spese, modalità e tempi di installazione, manutenzione, responsabilità per eventuali danni, rinnovo e revoca della concessione, e simili).
3. L'istanza della ditta o società (diversa dal concessionario del servizio di accertamento e riscossione dell'imposta sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni) viene istruita e proposta in conformità alle linee generali del piano di cui all'art. 46 del presente regolamento.
4. In ogni caso lo stesso soggetto privato non potrà possedere più del 50% degli spazi privati destinati alle affissioni.



## CAPO IV° DISPOSIZIONI FINALI E TRANSITORIE

### **Art. 63 - Rettifica ed accertamento d'ufficio.**

1. Il Comune e/o il Concessionario procede alla rettifica delle dichiarazioni incomplete o infedeli o dei parziali o ritardati versamenti, nonché all'accertamento d'ufficio delle omesse dichiarazioni o degli omessi versamenti, notificando al contribuente, anche a mezzo posta con raccomandata con avviso di ricevimento o PEC, un apposito avviso motivato.
2. Gli avvisi di accertamento in rettifica e d'ufficio devono essere notificati, a pena di decadenza, entro il 31 dicembre del quinto anno successivo a quello in cui la dichiarazione o il versamento sono stati o avrebbero dovuto essere effettuati. Entro gli stessi termini devono essere contestate o irrogate le sanzioni amministrative tributarie a norma degli articoli 16, 16 bis e 17 del D.Lgs. n. 472/1997.

### **Art. 64 - Sanzioni tributarie ed interessi.**

1. Per l'omessa presentazione della denuncia si applica la sanzione amministrativa dal cento al duecento per cento della tassa dovuta, con un minimo di € 51,65.
2. Per la denuncia infedele si applica la sanzione dal cinquanta al cento per cento della maggiore tassa dovuta. Se l'errore o l'omissione attengono ad elementi non incidenti sulla determinazione di questa, si applica la sanzione da € 51,65 a € 258,23.
3. È sempre ammessa la definizione agevolata con il pagamento di un importo pari ad un terzo della sanzione irrogata e comunque non inferiore ad un terzo dei minimi edittali previsti per le violazioni più gravi relative a ciascun tributo, entro il termine previsto per la proposizione del ricorso, qualora intervenga adesione del contribuente con il pagamento della tassa.
4. Per il tardivo versamento è dovuta una sovrattassa pari al 30% dell'ammontare della tassa o della maggiore tassa dovuta.
5. Sulle somme dovute a titolo di tassa e sovrattassa si applicano gli interessi moratori in ragione del 3 % in più rispetto al tasso di interesse legale.

### **Art. 65 - Sanzioni amministrative.**

1. Il Comune è tenuto, a mezzo della Polizia Locale, a vigilare sulla corretta osservanza delle disposizioni legislative e regolamentari riguardanti l'effettuazione della pubblicità e delle affissioni dirette alla stessa assimilate, richiamate o stabilite dal presente regolamento. Alle violazioni di dette disposizioni conseguono sanzioni amministrative per la cui applicazione si osservano le norme contenute nelle sezioni I e II del capo I della Legge 24.11.1981 n. 689 ss.mm.ii., salvo quanto previsto nei successivi commi.
2. Fatta salva l'applicazione delle sanzioni tributarie ed interessi di cui al precedente articolo 64, le violazioni alle norme del presente regolamento, nonché a quelle contenute nei provvedimenti relativi all'installazione degli impianti, sono sanzionate in conformità dall'art. 24 del D.Lgs 507/1993, con la somma da € 103,29 a € 1.32,91, con notificazione agli interessati, entro centocinquanta giorni dall'accertamento, degli estremi delle violazioni riportati in apposito verbale. Il Comune dispone altresì la rimozione degli impianti pubblicitari abusivi facendone



menzione nel suddetto verbale; in caso di inottemperanza all'ordine di rimozione entro il termine stabilito, il Comune provvede d'ufficio, addebitando ai responsabili le spese sostenute.

3. Il Comune, o il concessionario del servizio, può effettuare, indipendentemente dalla procedura di rimozione degli impianti e dall'applicazione delle sanzioni di cui al comma 2, l'immediata copertura della pubblicità abusiva, in modo che sia privata di efficacia pubblicitaria, ovvero la rimozione delle affissioni abusive, con successiva notifica di apposito avviso motivato, anche a mezzo posta mediante raccomandata con avviso di ricevimento.
4. I mezzi pubblicitari esposti abusivamente possono, con ordinanza del Sindaco, essere sequestrati a garanzia del pagamento delle spese di rimozione e di custodia, nonché dell'imposta e dell'ammontare delle relative soprattasse ed interessi; nella medesima ordinanza deve essere stabilito un termine entro il quale gli interessati possono chiedere la restituzione del materiale sequestrato previo versamento di una congrua cauzione stabilita nell'ordinanza stessa; in caso contrario, i beni eventualmente confiscati resteranno di proprietà del Comune che potrà disporre la demolizione e l'avviamento alle discariche.
5. Le sanzioni per omessa, tardiva o infedele dichiarazione; per omesso o tardivo pagamento; le soprattasse e gli interessi di mora riguardano l'aspetto fiscale della pubblicità e delle Pubbliche Affissioni, pertanto sono da computarsi in aggiunta alle sanzioni amministrative stabilite nei precedenti commi.
6. Nei casi di contravvenzione ai divieti e alle norme contenute negli articoli del presente regolamento, inoltre in caso di difformità o variazioni rispetto all'autorizzazione amministrativa emessa, devono essere valutate anche le infrazioni al codice della strada, per cui vale il disposto dell'articolo 56, commi 2, 3, 4, 5, 6 del D.P.R. n. 495/1992.

## **Art. 66 - Responsabilità del pagamento.**

1. Al pagamento delle sanzioni, imposte, diritti, soprattasse, ammende ecc. previsti dai precedenti articoli, sono obbligati in solido i materiali esecutori nonché i committenti delle affissioni o pubblicità delle affissioni o pubblicità per cui incarico o interesse siano state eseguiti le affissioni o la pubblicità, separatamente, ciascun soggetto versando l'intero ammontare in solido di quanto dovuto.

## **Art. 67 - Norme di rinvio.**

1. Per quanto non espressamente previsto o disciplinato dal presente regolamento si fa riferimento alle norme contenute nel D.Lgs. 15 novembre 1993 n. 507, nonché a tutte le altre norme attinenti alla Pubblicità e alle Pubbliche Affissioni, in particolare: istruzioni; circolari e risoluzioni del Ministero delle Finanze.
2. Si fa riferimento inoltre alle norme del D.Lgs. 30 aprile 1992 n. 285 "Nuovo Codice della Strada" e successive modificazioni ed integrazioni, nonché relativo D.P.R. 16.12.1992 n. 495 "Regolamento di esecuzione ed attuazione del nuovo Codice della Strada" e successive modificazioni ed integrazioni.
3. Per l'affidamento in concessione del servizio si rinvia a quanto previsto in materia dagli art. 52 e 53 del D.Lgs n. 446 del 15 dicembre 1997.

## **Art. 68 - Entrata in vigore.**



1. Il presente Regolamento entrerà in vigore il 1° gennaio 2017.

## **Art. 69 - Adeguamento della pubblicità e delle affissioni al regolamento.**

1. Tutte le forme e gli impianti pubblicitari di fatto esistenti sul territorio comunale di Nove al momento dell'entrata in vigore del presente Regolamento, per le quali sia stata rilasciata o meno un'autorizzazione amministrativa, che risultano parzialmente o totalmente in contrasto con le norme del presente Regolamento, devono essere rimosse a cura e a spese del soggetto titolare dell'apparato pubblicitario, entro e non oltre il termine di mesi 12 (dodici) dalla data di entrata in vigore del Regolamento stesso.
2. Nel caso in cui non si provveda alla rimozione degli apparati pubblicitari non regolamentari da parte dei soggetti competenti, l'Amministrazione disporrà la rimozione coattiva con addebito ai soggetti competenti dei costi sostenuti e irrogazione delle sanzioni amministrative previste.

## **Art. 70 - Norme abrogate.**

1. Il presente Regolamento comunale abroga e sostituisce quello precedentemente in vigore approvato con delibera di consiglio comunale n. 49 del 29/12/2016 e ogni altra disposizione ad esso contraria riportata su altri regolamenti comunali vigenti inerenti questioni di pubblicità e pubbliche affissioni.



## Capo V° TABELLE RIASSUNTIVE

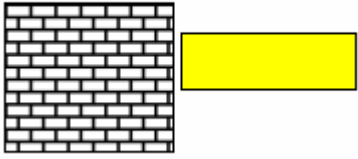
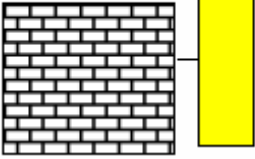





Tabella 1	Definizione		
<b>Insegna di esercizio</b>	E' da considerarsi "insegna di esercizio" la scritta in caratteri alfanumerici, completata eventualmente da simboli o da marchi, realizzata e supportata con materiali di qualsiasi natura, installata nella sede dell'attività a cui si riferisce o nelle pertinenza accessorie alla stessa. Può essere luminosa sia per luce propria che per luce indiretta.		
	A bandiera orizzontale	A bandiera verticale	Frontale
			
	A tetto	Pensilina	Insegna su palina
			
	A muro	A totem	A tenda
			




Tabella 1	Definizione
<b>Preinsegna</b>	<p>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 non superiore a 5 km. Non può essere luminosa, né per luce propria, né per luce indiretta.</p> 
<b>Cartello</b>	<p>Si definisce "cartello" il manufatto bidimensionale, supportato da una idonea struttura di sostegno, con una sola o entrambe le facce finalizzate alla diffusione di messaggi pubblicitari o propagandistici sia direttamente, sia tramite sovrapposizione di altri elementi quali manifesti, adesivi ecc. Può essere luminoso sia per luce propria, che per luce indiretta.</p> 
<b>Sorgente luminosa</b>	<p>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 ed emergenze naturali, nel rispetto della legge regionale 07 agosto 2009, nr. 17 e successive modifiche e integrazioni.</p>
<b>Impianto pubblicitario di servizio</b>	<p>E' definito "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.</p>
<b>Impianto di pubblicità e propaganda</b>	<p>E' qualificato "impianto di pubblicità o propaganda" qualunque manufatto o struttura fissa o mobile utilizzato per la pubblicità o per la propaganda sia di prodotti che di attività e non individuabile, secondo le rispettive definizioni, come insegna di esercizio, preinsegna, cartello, manifesto, striscione, locandina, stendardo, bandiera, segno orizzontale reclamistico e impianto pubblicitario di servizio, che sia collocato su aree pubbliche o private, purchè il messaggio pubblicitario sia percepibile da un luogo pubblico o aperto al pubblico. Può essere luminoso sia per luce propria che per luce indiretta.</p>




Tabella 1	Definizione	
	<i>Bandiera</i>	<p>Elemento bidimensionale, realizzato in materiale di qualsiasi natura, privo di rigidità, mancante di una superficie di appoggio o comunque non aderente alla stessa, finalizzato alla promozione pubblicitaria. L'installazione di più bandiere afferenti un'unica attività, fino ad un massimo di 3 elementi distanziati non più di 2 ml uno dall'altro, è considerata come unico impianto ai fini del presente Regolamento.</p> 
	<i>Impianto di pubblicità o propaganda a messaggio variabile</i>	Manufatto finalizzato alla pubblicità e/o alla propaganda sia di prodotti che di attività e caratterizzato dalla variabilità del messaggio e/o delle immagini trasmesse. Può essere luminoso per luce diretta o indiretta;
	<i>Impianto o targhe coordinate</i>	Manufatto destinato alla collocazione di una pluralità di insegne o targhe di esercizio monofacciali o bifacciali
	<i>Vetrofania</i>	Riproduzione, su superfici vetrate, di scritte in caratteri alfanumerici, di simboli e di marchi, finalizzata alla diffusione di messaggi pubblicitari e/o propagandistici
	<i>Telo ponteggi di cantiere</i>	Manufatto mobile posto in aderenza alla copertura dei ponteggi di cantiere, riportante messaggi pubblicitari;
	<i>Su veicoli</i>	(es. carrelli appendice) e gli "autoveicoli per uso speciale" (c.d. "posterbus", vale a dire le auto pubblicitarie e per mostre pubblicitarie di cui all'art. 203, comma 2 lettera q del D.P.R. 495/92)
<b>Manifesto</b>	Si considera "manifesto" l'elemento bidimensionale realizzato in materiale di qualsiasi natura, ma prevalentemente cartaceo, privo di rigidità, finalizzato alla diffusione di messaggi pubblicitari o propagandistici, posto in opera su appositi supporti, comunque diversi dai cartelli e dagli altri mezzi pubblicitari. Non può essere luminoso né per luce propria né per luce indiretta	



Tabella 1	Definizione
<b>Striscione, locandina, stendardo</b>	<p>Si considera "striscione, locandina, stendardo e bandiera" l'elemento bidimensionale, realizzato in materiale di qualsiasi natura, privo di rigidità, mancante di una superficie di appoggio o comunque non aderente alla stessa, finalizzato alla promozione pubblicitaria di manifestazioni o spettacoli. Può essere luminoso per luce indiretta. La locandina, se posizionata sul terreno, può essere realizzata anche in materiale rigido.</p> <p>Oltre al titolo, al luogo ed al periodo di svolgimento dello spettacolo o della manifestazione, è consentito apporre su tale mezzo il marchio o la denominazione di enti, associazioni, ditte o sponsor in generale.</p>
<b>Segno orizzontale reclamistico</b>	<p>E' da considerare "segno orizzontale reclamistico" la riproduzione sulla superficie stradale, con pellicole adesive, di scritte in caratteri alfanumerici, di simboli e di marchi, finalizzata alla diffusione di messaggi pubblicitari o propagandistici</p>
<b>Impianto pubblicitario temporaneo</b>	<p>E' definita "Pubblicità Temporanea" la pubblicità effettuata con gli impianti pubblicitari, come definiti dall'art. 47 commi 5 e 6 del D.P.R. 16.12.1992 n. 495 e successive modifiche ed integrazioni - Regolamento di esecuzione del Codice della Strada, di seguito indicati:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>a) Striscione;</li><li>b) Locandina;</li><li>c) Stendardo o Bandiera;</li><li>d) Segno orizzontale Reclamistico.</li></ul>

Tabella 2	Dimensioni delle insegne <sup>Nota 1)</sup>	
Insegna d'esercizio	Centro abitato	Fuori centro abitato
Bandiera	4 mq	*
Frontale o Pittoriche	10 mq con limite 10% Spf (1)	*
Tetto o pensilina	10 mq con limite 10% Spf (1)	*
Palina	4 mq	*
Impianti di insegne	6 mq	*
Totem	Larghezza base non sup. a mt. 2 altezza dal suolo margine sup.; non sup. a mt. 4. Sup. max per faccia mq 2	*
Insegna a tenda	mt 4,00	
Pre-insegna	Min mt 1 x mt 0,20 Max mt 1,5 x mt 0,30 (3)	





# COMUNE DI NOVE

PROVINCIA DI VICENZA

*Nove*  
Centro di Antica  
Tradizione Ceramica

(1)	Qualora la superficie di ciascuna facciata dell'edificio ove ha sede l'attività sia superiore a 100 mq, è possibile incrementare la superficie dell'insegna di esercizio nella misura del 10 % della superficie di facciata eccedente 100 mq, fino al limite di 50 mq
(1)	Superficie massima di ogni insegna di esercizio, nel rispetto del limite percentuale massima della superficie utilizzabile per la collocazione dei mezzi pubblicitari Smp rispetto alla superficie del prospetto del fabbricato Spf pari a: Smp = 10% Spf
(2)	Superficie massima dell'insegna/e di esercizio (Smp) da collocare su prospetto in funzione della superficie del medesimo pari a: Smp = 10 % Spf
(3)	Sono ammesse massimo 6 insegne per palina.

Nota:

(1) Le dimensioni delle insegne di esercizio da installare nei Centri Storici saranno verificate e definite di volta in volta dalla Commissione Ambientale in rapporto al contesto insediativo;

<b>Tabella 3</b>	<b>Dimensioni degli altri mezzi pubblicitari</b>	
Mezzi pubblicitari	Centro abitato	Fuori centro abitato
a) Cartello	4 mq	*
b) Manifesto	Dimensioni UNI mq 0,70 x 1,00	*
c) Targhe di esercizio	cm 40 x 25	*
d) Impianti messaggio variabile	mq. 9,00	*
e) Striscione	cm (LS*100) L.S. =Larghezza strada	*
f) Stendardo/Bandiera	Mq. 10,00	*
g) Vetrofania	Mq. 4,00	*
h)Tenda	Mq. 4,00	*
i) Totem	Base non superiore a 1 mt. Altezza non superiore a 3,5 mt	*
l) Cartello pubblicitario di realizzazione edilizie	Non sup. a mq. 6,00 (mq. 8,00 se integrato con indicaz. Lavori edili)	*
m) Cartello indicatore di lavori edili	Non inferiore a 0,70 x 1,00 mt. Non superiore a mq. 6,00	*
n) Segno orizzontale reclamistico	Non superiore a mq 5	
o) Pubblicità luminosa	Non superiore a cm 100 x 150	