



COMUNE DI MONOPOLI

PROVINCIA DI BARI

PIANO GENERALE
DEGLI IMPIANTI PUBBLICITARI

**NORME TECNICHE DI ATTUAZIONE PER L'INSTALLAZIONE
DI MEZZI PUBBLICITARI A CARATTERE
TEMPORANEO E PERMANENTE**

APPROVATO CON DELIBERAZIONE DI C.C. N. 30 DEL 28.04.2009

TITOLO I GENERALITA'

- Art. 1 Ambito di applicazione. Contenuti e finalità
- Art. 2 Quadro normativo e di riferimento
- Art. 3 Definizione dei centri abitati / Zonizzazione
- Art. 4 Classificazione dei mezzi e dei messaggi pubblicitari.
- Art. 5 Caratteristiche dei mezzi pubblicitari
- Art. 6 Ubicazione dei mezzi pubblicitari nelle stazioni di servizio e nelle aree di parcheggio.
- Art. 7 Pubblicità in luoghi sottoposti a tutela particolare
- Art. 8 Disciplina di installazione per zone omogenee
- Art. 9 Posizionamento di cartelli e altri mezzi pubblicitari

TITOLO II PUBBLICITA' ESTERNA

- Art. 10 Definizione e prescrizioni dei mezzi pubblicitari a carattere permanente soggetti ad autorizzazione
- Art. 11 Definizione e prescrizioni dei mezzi pubblicitari a carattere temporaneo soggetti ad autorizzazione
- Art. 12 Definizione e prescrizioni dei mezzi pubblicitari soggetti a particolare regolamentazione.

TITOLO III AUTORIZZAZIONI

- Art. 13 Autorizzazione Impianti pubblicitari
- Art. 14 Domanda per Autorizzazione dei mezzi pubblicitari a carattere permanente
- Art. 15 Domanda per Autorizzazione dei mezzi pubblicitari a carattere temporaneo
- Art. 16 Domanda per Autorizzazione dei mezzi pubblicitari soggetti a particolare regolamentazione
- Art. 17 Istruttoria e rilascio dell'autorizzazione
- Art. 18 Interventi di sostituzione e modifica
- Art. 19 Termine di validità dell'autorizzazione
- Art. 20 Rinnovo dell'autorizzazione dei mezzi pubblicitari a carattere permanente o soggetta a particolare regolamentazione.
- Art. 21 Obblighi del titolare dell'autorizzazione
- Art.22 Decadenza dell'autorizzazione

TITOLO IV DISPOSIZIONI COMUNI E FINALI

- Art.23 Sanzioni Amministrative
- Art. 24 Norme Transitorie
- Art. 25 Norme Finali
- Art. 26 Entrata in Vigore

TITOLO I GENERALITA'

Art.1 Ambito di applicazione. Contenuti e finalità

1. Il presente Piano Generale degli Impianti Pubblicitari (di seguito PGIP) disciplina l'installazione dei mezzi pubblicitari come di seguito definiti, determinandone la tipologia e la distribuzione sul territorio comunale in relazione alle esigenze di carattere economico, delle esigenze di tutela ambientale e paesaggistica, di equilibrio della localizzazione degli impianti e del rispetto delle norme di sicurezza della circolazione stradale, oltre al rispetto delle previsioni e prescrizioni urbanistiche.
2. La finalità del PGIP è quella di disciplinare i criteri e le modalità per l'installazione dei mezzi pubblicitari, al fine di contemperare la domanda del mercato con le esigenze di salvaguardia del decoro e della qualità estetica e funzionale dell'ambiente urbano.
3. La collocazione di cartelli e di altri mezzi pubblicitari è comunque subordinata ad autorizzazione amministrativa rilasciata dal Comune ai sensi del D.Lgs. n. 285/92, del relativo regolamento attuativo e del regolamento comunale vigente di Polizia Municipale;
4. L'occupazione di suolo pubblico è subordinata alla previa concessione da parte del Comune.
5. Il presente piano integra, con riferimento a tutte le forme pubblicitarie diverse dalle pubbliche affissioni, il Piano generale degli impianti affissionistici già approvato dal Consiglio Comunale.

Art.2 Quadro normativo e di riferimento

1. Le norme contenute nel presente PGIP hanno come riferimento la normativa nazionale e locale vigente, in particolare:
 - D.Lgs. 30/04/92 n. 285 "Nuovo Codice della Strada", e successive modificazioni;
 - D.P.R. 16/12/1992 n. 495 "Regolamento di esecuzione e attuazione del nuovo Codice della Strada", e successive modificazioni;
 - D.Lgs. 15/11/1993 n. 507, e successive modificazioni;
 - Regolamento Comunale per l'applicazione dell'imposta comunale sulla pubblicità;
 - Regolamento edilizio;
 - Delimitazione del centro abitato approvato con deliberazione n. 352 del 14/05/1993 con riferimento all'art. 4 del D. Lgs. 285/92 e s.m.i. oltre che con deliberazione di Giunta Comunale n. 69 del 22 aprile 2004 ad oggetto "Addensamenti insediativi in ambiti extraurbani" – art. 3, comma 1, punto 8 D.L. 285/1992, individuazione dei centri abitati".
2. È abrogata ogni altra norma comunale incompatibile con il presente PGIP.

Art. 3 Definizione dei centri abitati / Zonizzazione

1. Ai fini dell'applicazione del presente PGIP il territorio comunale viene suddiviso nelle seguenti zone:
 - **zona 1) CENTRO STORICO.** Questa zona individua le aree comprese all'interno del centro storico. In questa zona per le installazioni pubblicitarie si opererà secondo criteri di salvaguardia e tutela del contesto storico-ambientale della zona.
 - **zona 2) ZONA INDUSTRIALE.** Questa zona individua le aree caratterizzate da una

- destinazione d'uso prevalentemente industriale, artigianale, commerciale e terziaria.
- **zona 3) CENTRO ABITATO.** Sono le aree ricomprese all'interno del centro abitato caratterizzate da un tessuto edilizio composito; infatti sono presenti sia aree residenziali che attività commerciali e servizi locali. Le aree ricomprese in tale zona non presentano particolari esigenze di regolamentazione nell'inserimento di mezzi pubblicitari in ambiente stradale. La perimetrazione di tale zona corrisponde con la perimetrazione del centro abitato.
 - **zona 4) RESTANTE PARTE DEL TERRITORIO COMUNALE.** Sono le aree ricomprese all'esterno delle zone 1, 2 e 3. In questa parte del territorio comunale potranno essere autorizzati impianti o mezzi pubblicitari nei limiti fissati dal Nuovo Codice della Strada.
2. La suddivisione sopra riportata è identificata nella cartografia di zonizzazione allegata al presente PGIP.

Art. 4 Classificazione dei mezzi e dei messaggi pubblicitari.

1. I mezzi pubblicitari considerati dal PGIP sono classificati in funzione della durata del periodo di collocazione ed in funzione del messaggio esposto.
2. In funzione della durata, i mezzi pubblicitari si suddividono in:
 - *Mezzi pubblicitari a carattere permanente.* Appartengono a questa categoria i mezzi pubblicitari la cui collocazione ha durata superiore a 90 giorni consecutivi dal rilascio dell'autorizzazione;
 - *Mezzi pubblicitari a carattere temporaneo.* Appartengono a questa categoria i mezzi pubblicitari la cui esposizione è finalizzata a eventi di durata limitata, comunque non superiore a 90 giorni consecutivi dal rilascio dell'autorizzazione, quali manifestazioni, spettacoli, mostre, fiere, offerte promozionali, ecc. L'effettuazione di questa forma di pubblicità è ammessa solo ed unicamente per il periodo di svolgimento della manifestazione o dell'evento a cui si riferiscono, oltre che alla settimana precedente ed alle 24 ore successive all'evento stesso.
3. In funzione del messaggio esposto, i mezzi pubblicitari si suddividono in:
 - *Mezzi pubblicitari soggetti a particolare regolamentazione.* Appartengono a questa categoria gli impianti di pubblicità e propaganda sia di prodotti che di attività e non individuabili come mezzi pubblicitari a carattere permanente o temporaneo, la cui esposizione è variabile nel tempo.
 - *Messaggi Istituzionali / Sociali o comunque privi di rilevanza economica.* Appartengono a questa categoria i messaggi di comunicazione, informazione e diffusione di iniziative di pubblico interesse, effettuate da Enti Pubblici o di diritto pubblico, associazioni – organizzazioni e circoli senza fine di lucro.
 - *Messaggi commerciali.* Appartengono a questa categoria i messaggi pubblicitari destinati alla promozione a carattere privato di beni e/o servizi.

Art. 5 Caratteristiche dei mezzi pubblicitari

1. I mezzi pubblicitari di cui al presente PGIP sono definiti "luminosi" quando, sia per luce propria sia per luce indiretta, il messaggio pubblicitario risulti visibile in forma illuminata. Le caratteristiche degli impianti luminosi sono determinate ai sensi dell'art. 50 del Regolamento di esecuzione del Codice della Strada.
2. I mezzi pubblicitari devono essere realizzati nelle loro parti strutturali con materiali non deperibili e resistenti agli agenti atmosferici.

3. Le strutture di sostegno e di fondazione devono essere calcolate per resistere alla spinta del vento, saldamente realizzate ed ancorate, sia globalmente che nei singoli elementi.
4. Qualora le suddette strutture costituiscano manufatti la cui realizzazione e posa in opera è regolamentata da specifiche norme, l'osservanza delle stesse e l'adempimento degli obblighi da queste previste deve essere documentato prima del ritiro dell'autorizzazione.
5. I mezzi pubblicitari hanno sagoma regolare, che in ogni caso non deve generare confusione con la segnaletica stradale. Particolare cautela è adottata nell'uso dei colori, specialmente del rosso, e del loro abbinamento, al fine di non generare confusione con la segnaletica stradale, specialmente in corrispondenza e in prossimità delle intersezioni. Occorre altresì evitare il colore rosso come sfondo utilizzato nei cartelli, nelle insegne di esercizio e negli altri mezzi pubblicitari. L'uso del colore rosso, deve essere limitato esclusivamente alla riproduzione di marchi depositati e non può comunque superare 1/5 dell'intera superficie del mezzo pubblicitario.
6. La collocazione dei mezzi pubblicitari deve rispettare i criteri di un corretto ed equilibrato inserimento, sia ambientale che architettonico, per tutte le tipologie previste dal Piano Generale degli Impianti.
7. I mezzi pubblicitari, in ogni caso, non possono avere forma di disco, di triangolo o di esagono.
8. Non è consentito installare messaggi pubblicitari sui lati e sul retro di veicoli speciali, lasciati in sosta per più giorni sia su area pubblica che privata, recante messaggistica pubblicitaria in vista di strada pubblica.

Art. 6 Ubicazione dei mezzi pubblicitari nelle stazioni di servizio e nelle aree di parcheggio

1. Nelle stazioni di servizio possono essere collocate insegne di esercizio e cartelli abbinati alla promozione dei servizi resi all'interno della stazione, la cui superficie complessiva non superi il 10% delle aree occupate.
2. Nelle aree di parcheggio possono essere collocate insegne di esercizio, cartelli ed impianti per l'affissione pubblica e diretta, la cui superficie non superi il 18% dell'area complessiva del parcheggio.

Art. 7 Pubblicità in luoghi sottoposti a tutela particolare

1. E' vietato collocare o affiggere cartelli o altri mezzi di pubblicità sugli edifici e nelle aree tutelati come beni culturali. Si osservano le disposizioni di cui agli artt. 49, comma 1,2 e 3, e 153 del Codice dei beni culturali e del paesaggio di cui legge n. 42/04.

Art. 8 Disciplina di installazione per zone omogenee

1. Sulla base delle zone omogenee definite all'art. 3 del PGIP, è ammessa l'installazione di impianti di pubblicità esterna nel rispetto di quanto indicato nei titoli successivi e nell'abaco di applicazione della normativa che definiscono caratteristiche, dimensioni, posizionamento, limitazioni e divieti per ogni forma pubblicitaria riconosciuta dal presente PGIP.
2. Oltre a quanto disposto all'art. 5, le strutture di sostegno dei mezzi pubblicitari devono essere realizzate in acciaio zincato ed il colore di finitura delle strutture deve essere "grigio scuro RAL 7016", nel rispetto delle caratteristiche architettoniche ed ambientali della città.
3. Il richiedente potrà proporre soluzioni diverse che ottemperano in maniera equivalente ai requisiti indicati nel presente articolo e nell'abaco. In tal caso il Comune, per esigenze di standardizzazione e di decoro urbano si riserva la potestà, in sede di autorizzazione

all'installazione, di non accettare le soluzioni proposte.

Art. 9 Posizionamento di cartelli e altri mezzi pubblicitari

1. Per il posizionamento degli impianti pubblicitari sulla base delle zone omogenee definite dall'art. 3 del presente PGIP, si osservano le disposizioni e le deroghe previste nell'abaco di applicazione della normativa.

TITOLO II PUBBLICITA' ESTERNA

Art. 10 Definizione e prescrizioni dei mezzi pubblicitari a carattere permanente soggetti ad autorizzazione

1. *Insegna di esercizio.* Scritta in caratteri alfanumerici, completata eventualmente da simboli e da marchi, realizzata e supportata con materiali di qualsiasi natura, installata nella sede dell'attività cui si riferisce o nelle pertinenze accessorie alla stessa. Può essere luminosa sia per luce propria che per luce indiretta.
2. *Preinsegna e segnaletica stradale pubblicitaria.* Scritta in caratteri alfanumerici, completata da frecce di orientamento, ed eventualmente da simboli e da marchi, realizzata su manufatto bifacciale e bidimensionale di dimensioni cm.125 x 25, utilizzabile su una sola o su entrambe le facce, supportato da un'ideale struttura di sostegno, finalizzata alla pubblicizzazione direzionale della sede dove si esercita una determinata attività ed installata in modo da facilitare il reperimento della stessa e comunque nel raggio di 5 km. Non può essere luminosa, né per luce propria, né per luce indiretta.
3. *Cartello.* Manufatto bidimensionale supportato da un'ideale 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.
4. *Impianto a messaggio variabile o a led luminosi.* Manufatto bidimensionale supportato da un'ideale struttura di sostegno, con una sola o entrambe le facce finalizzate alla diffusione di messaggi pubblicitari o propagandistici, caratterizzati dall'impiego di diodi luminosi o lampadine e similari, che mediante controllo elettromeccanico o elettronico, comunque programmato, permettano la diffusione di messaggi pubblicitari, anche in forma intermittente o variabile.
5. *Impianto pubblicitario di servizio.* Qualunque manufatto avente quale scopo primario un servizio di pubblica utilità nell'ambito dell'arredo urbano e stradale (pensiline e paline di fermata bus, transenne parapetonali, segnalatori di servizio, cestini getta carta, orologi, ecc.) recanti uno spazio pubblicitario che può anche essere luminoso sia per luce diretta che per luce indiretta.
6. *Targa.* Scritta in caratteri alfa numerici, completata eventualmente da un simbolo o da un marchio, utilizzabile solo su una facciata, integrata su supporto in metallo, pietra, legno, o materiali trasparenti, posta in opera esclusivamente in aderenza alla struttura muraria dell'ingresso della sede dell'attività svolta, avente dimensioni massime cm. 50 x 60. Non può essere luminosa per luce propria.

Art. 11 Definizione e prescrizioni dei mezzi pubblicitari a carattere temporaneo soggetti ad autorizzazione

1. *Striscione.* Elemento bidimensionale realizzato in materiale di qualsiasi natura, privo di rigidità, mancante di superficie di appoggio o comunque non aderente alla stessa, esclusivamente finalizzato alla promozione di messaggi pubblicitari. Esso è caratterizzato dalla particolare lunghezza atta a permetterne il posizionamento a scavalco della sede stradale; deve essere ancorato sia sul lato superiore che su quello inferiore. Può essere

luminoso per luce indiretta.

2. *Locandina*. Elemento bidimensionale realizzato in materiale di qualsiasi natura, privo di rigidità, mancante di superficie di appoggio o comunque non aderente alla stessa, esclusivamente finalizzato alla promozione di messaggi pubblicitari. Esso è caratterizzato dal particolare ancoraggio solo sul lato superiore e dalle limitate dimensioni rispetto allo striscione. Può essere luminoso per luce indiretta.
3. *Stendardo o Bandiera*. Elemento bidimensionale realizzato in materiale di qualsiasi natura, privo di rigidità, mancante di superficie di appoggio o comunque non aderente alla stessa, esclusivamente finalizzato alla promozione di messaggi pubblicitari. Esso è caratterizzato dal particolare fissaggio solo su di un lato o comunque sventolante tipo bandiera. Può essere luminoso per luce indiretta.
4. *Segno Orizzontale Reclamistico*. Consiste nella riproduzione sulla superficie stradale, o comunque calpestabile o transitabile, con pellicole adesive o altro metodo grafico, di scritte in caratteri alfanumerici, di simboli e di marchi, finalizzata alla diffusione di messaggi pubblicitari o propagandistici.
5. *Volantino*. Elemento bidimensionale realizzato in materiale di qualsiasi natura, di norma privo di rigidità, finalizzato alla diffusione di messaggi pubblicitari o propagandistici. L'attività di "Volantinaggio" consiste nella effettuazione di attività pubblicitaria e promozionale attraverso la distribuzione di volantini, così come l'apposizione dei volantini sui veicoli in sosta. Equivale alla attività di volantinaggio l'effettuazione di pubblicità mediante persone circolanti con cartelli o altri mezzi, esclusi i mezzi sonori, comunque idonei alla diffusione di messaggi pubblicitari. L'effettuazione di attività di volantinaggio, mediante l'abbandono in luoghi all'aperto del volantino in assenza di persona è vietata su tutto il territorio comunale.
6. *Pubblicità Fonica o Sonora*. Qualunque impianto tecnico idoneo ad effettuare la diffusione attraverso onde sonore di messaggi pubblicitari o propagandistici. Può essere effettuata in forma fissa o itinerante, con veicoli o senza. E' considerata pubblicità sonora anche quella effettuata a viva voce, quando per il particolare modo di effettuazione può essere assimilata alle forme di cui sopra, in tal caso con l'unica eccezione relativa alla assenza di attrezzature di amplificazione della voce. L'effettuazione di tale formula pubblicitaria può essere autorizzata e diffusa unicamente per motivi di pubblico interesse in ogni caso non aventi natura commerciale, e sono stabiliti i seguenti limiti e divieti:
 - a) sulle strade, o comunque all'aperto, è consentita nei giorni feriali dalle ore 09,00 alle ore 13,00 e dalle ore 16,30 alle ore 19,30, fatte salve particolari esigenze di ordine pubblico;
 - b) è vietato in modo permanente la pubblicità sonora nelle zone ospedaliere, case di riposo, nei pressi degli istituti scolastici limitatamente alle ore di lezione, cimiteri, luoghi di culto;
 - c) la pubblicità fonica o sonora dovrà essere effettuata nel rispetto dei limiti al rumore fissati dal Decreto del Presidente del Consiglio dei Ministri 1 marzo 1991;
 - d) la effettuazione di pubblicità fonica o sonora con veicoli deve obbligatoriamente svolgersi in forma itinerante, nel pieno rispetto delle norme del Codice della Strada, senza causare intralcio alla circolazione e con l'obbligo di sospendere la diffusione acustica nelle soste o altri casi di arresto della marcia del veicolo.

Art. 12 Definizione e prescrizioni dei mezzi pubblicitari soggetti a particolare regolamentazione.

1. *Vetrofania*. Consiste nella la riproduzione, su superfici vetrate, con pellicole adesive, di scritte in caratteri alfanumerici, di simboli e di marchi, finalizzata alla diffusione di messaggi pubblicitari e/o propagandistici dell'attività svolta all'interno di un esercizio commerciale.
Forma, decori, colori e caratteri delle riproduzioni grafiche sulle vetrine devono perseguire obbiettivi di leggerezza, trasparenza e proporzione che riducano invasività sulla facciata dell'edificio ed il resto del contesto urbano.
2. *Contenitore pubblicitario*. Manufatto supportato da idonea struttura, posato semplicemente al suolo, per la diffusione a mezzo raccolta di volantini e pubblicazioni periodiche per la promozione di beni e servizi, esposto esclusivamente in prossimità e nelle pertinenze di edicole o dove si svolge l'attività pubblicizzata. Il contenitore pubblicitario non dovrà occupare il suolo pubblico durante le ore di chiusura dell'attività commerciale.
3. *Mezzo pubblicitario pittorico*. Manufatto bidimensionale, monofacciale, finalizzato alla diffusione di messaggi pubblicitari o propagandistici, ancorato sulle strutture temporanee dei cantieri edili, quali ponteggi recinzioni o altre strutture di servizio alle costruzioni.
Su tali manufatti è ammessa la riproduzione di messaggi pubblicitari diversi dalle affissioni dirette.
La superficie del mezzo pubblicitario non può essere maggiore del 50% del ponteggio o della recinzione, tale limite non si applica nel caso in cui venga riprodotto il disegno della facciata oggetto dei lavori.
4. *Progetti particolareggiati*. Interventi finalizzati alla realizzazione di opere od attività di rilevante interesse per la collettività, e per particolari formule pubblicitarie non riconosciute dal presente PGIP, che prevedono adeguata propaganda e diffusione pubblicitaria per l'attività svolta.

TITOLO III AUTORIZZAZIONI

Art. 13 Autorizzazione Impianti pubblicitari

1. L'installazione e la diffusione di messaggistica pubblicitaria lungo le strade o in vista di esse, è soggetta ad autorizzazione ai sensi dell'art. 23, commi 4 e 5, del Codice della Strada.
2. Ai fini dell'applicazione delle norme si applicano le definizioni contenute nel presente PGIP.
3. L'autorizzazione è rilasciata facendo salvi eventuali diritti di terzi, nonché qualsiasi nullaosta o eventuale autorizzazione di competenza di altre autorità o enti (ANAS, Regione, FF.SS., ecc.) che dovranno essere richiesti direttamente dagli interessati agli enti preposti ed allegati all'istanza.

Art. 14 Domanda per Autorizzazione dei mezzi pubblicitari a carattere permanente

1. La domanda deve essere presentata all'Ufficio Protocollo Generale del Comune, compilata sui moduli preposti, e corredata dei seguenti documenti:
 - a) progetto quotato in scala adeguata dell'opera e relativa descrizione tecnica, dai quali siano individuabili gli elementi essenziali dell'opera e la sua collocazione, compreso il disegno del possibile supporto, debitamente firmato dal titolare dell'impresa esecutrice o dall'interessato.
 - b) bozzetto colorato del messaggio pubblicitario da esporre.
 - c) documentazione fotografica che illustri il punto di collocazione e dell'ambiente circostante;
 - d) planimetria ove è riportata la posizione nella quale si chiede l'autorizzazione alla installazione.
 - e) autodichiarazione redatta ai sensi del D.P.R. 445/2000, con la quale si attesta che l'impianto pubblicitario che si intende collocare è stato calcolato e realizzato e sarà posto in opera tenendo conto della natura del terreno e della spinta del vento, in modo da garantirne la stabilità. Inoltre che il manufatto è realizzato con materiale non deperibile e resistente agli agenti atmosferici.
 - f) copia dichiarazione di conformità di cui all'art. 9 della Legge 5.3.1990 n. 46 "Norme per la sicurezza degli impianti", per gli impianti pubblicitari luminosi o, in alternativa, dichiarazione di impegno della ditta costruttrice o installatrice l'impianto luminoso, accompagnata da certificato di iscrizione alla C.C.I.A.A., che produrrà la necessaria dichiarazione di conformità entro 30 gg. dall'installazione dell'impianto, come previsto dalla legge 46/90.
 - g) copia del nullaosta tecnico dell'ente proprietario della strada, qualora richiesto;
 - h) parere della Soprintendenza ai Beni Ambientali ed Architettonici della Regione Puglia, qualora richiesto.
 - i) nulla osta del proprietario o amministratore dell'immobile, o del fondo, per lo sfruttamento della superficie da adibirsi alla collocazione del mezzo pubblicitario, qualora necessario.
2. Per il rilascio dell'autorizzazione alla collocazione di targhe indicanti professioni mediche, strutture sanitarie, farmaceutiche e veterinarie l'interessato dovrà produrre copia conforme dell'autorizzazione all'apposizione della targa rilasciata dall'Ordine di appartenenza.

Art. 15 Domanda per Autorizzazione dei mezzi pubblicitari a carattere temporaneo

1. Per l'effettuazione di pubblicità temporanea per segni orizzontali reclamistici, la domanda deve essere presentata all'Ufficio Protocollo Generale del Comune, compilata sui moduli preposti, e corredata dei seguenti documenti in duplice copia:
 - a) bozzetto colorato del messaggio pubblicitario da esporre;
 - b) documentazione fotografica che illustri il punto di collocazione e dell'ambiente circostante;
 - c) planimetria ove è riportata la posizione nella quale si chiede l'autorizzazione alla installazione;
 - d) copia del nullaosta tecnico dell'ente proprietario della strada, qualora richiesto;
 - e) nulla osta del proprietario o amministratore dell'immobile, o del fondo, per lo sfruttamento della superficie da adibirsi alla collocazione del mezzo pubblicitario, qualora necessario.

2. Per l'effettuazione dell'attività di volantinaggio, la domanda deve essere presentata all'Ufficio Protocollo Generale del Comune, compilata sui moduli preposti, e corredata dei seguenti documenti in duplice copia:
 - a) generalità complete e codice fiscale del richiedente;
 - b) periodo di effettuazione del volantinaggio;
 - c) vie o località interessate al volantinaggio;
 - d) numero dei volantini che si intende distribuire;
 - e) numero di persone che effettueranno la distribuzione.Alla domanda dovrà essere allegata copia del volantino.

3. Per l'effettuazione di pubblicità fonica o sonora, la domanda deve essere presentata all'Ufficio Protocollo Generale del Comune, compilata sui moduli preposti, e corredata dei seguenti documenti in duplice copia:
 - a) generalità del richiedente, complete del codice fiscale;
 - b) indicazione della tipologia di pubblicità fonica o sonora, per la quale si richiede l'autorizzazione;
 - c) testo del messaggio pubblicitario che dovrà essere diffuso;
 - d) periodo di effettuazione della pubblicità.
 - e) nel caso di pubblicità effettuata mediante impianti di amplificazione, indicazione relativa al luogo in cui si richiede l'installazione dell'impianto, qualora non in luogo chiuso;
 - f) nel caso di pubblicità effettuata mediante impianti di amplificazione installati su veicoli, estremi del veicolo con il quale sarà effettuata la pubblicità;
 - g) nel caso di pubblicità effettuata in forme diverse, descrizione delle modalità di effettuazione della pubblicità.

Art. 16 Domanda per Autorizzazione dei mezzi pubblicitari soggetti a particolare regolamentazione

1. Per l'apposizione di vetrofanie, non è prevista una specifica autorizzazione. Deve essere fatta pervenire comunicazione scritta nella quale sono indicati:
 - a) generalità del richiedente, complete di codice fiscale, con l'indicazione dell'attività oggetto di richiesta;

- b) disegno quotato, in scala adeguata, con l'indicazione della superficie occupata dalla vetrina;
 - c) bozzetto colorato del messaggio pubblicitario da esporre;
 - d) documentazione fotografica che illustri il punto di collocazione e dell'ambiente circostante.
2. Per la posa di contenitori pubblicitari, la domanda deve essere presentata all'Ufficio Protocollo Generale del Comune, compilata sui moduli preposti, e corredata dei seguenti documenti:
- a) descrizione tecnica del manufatto che si intende collocare dove siano individuabili gli elementi essenziali dell'opera e la sua collocazione, compreso il disegno del possibile supporto;
 - b) planimetria ove è riportata la posizione nella quale si chiede l'autorizzazione alla installazione;
 - c) autodichiarazione redatta ai sensi del D.P.R. 445/2000, con la quale si attesta che il mezzo pubblicitario che si intende collocare è stato calcolato e realizzato e sarà posto in opera tenendo conto della natura del terreno e della spinta del vento, in modo da garantirne la stabilità. Inoltre che il manufatto è realizzato con materiale non deperibile e resistente agli agenti atmosferici;
 - d) nulla osta del proprietario o amministratore dell'immobile, o del fondo, per lo sfruttamento della superficie da adibirsi alla collocazione del mezzo pubblicitario, qualora necessario.
3. Per l'installazione di mezzo pubblicitario pittorico, la domanda deve essere presentata all'Ufficio Protocollo Generale del Comune, compilata sui moduli preposti, e corredata dei seguenti documenti:
- a) progetto quotato in scala adeguata dell'opera e relativa descrizione tecnica, dai quali siano individuabili gli elementi essenziali dell'opera e la sua collocazione, compreso il disegno del possibile supporto, debitamente firmato dal titolare dell'impresa esecutrice o dall'interessato;
 - b) bozzetto colorato, del messaggio pubblicitario da esporre;
 - c) documentazione fotografica che illustri il punto di collocazione e dell'ambiente circostante;
 - d) planimetria ove è riportata la posizione nella quale si chiede l'autorizzazione alla installazione;
 - e) autodichiarazione redatta ai sensi del D.P.R. 445/2000, con la quale si attesta che il mezzo pittorico che si intende collocare è stato calcolato e realizzato e sarà posto in opera tenendo conto della natura della superficie di appoggio e della spinta del vento, in modo da garantirne la stabilità. Inoltre che il manufatto è realizzato con materiale non deperibile e resistente agli agenti atmosferici;
 - f) copia dichiarazione di conformità di cui all'art. 9 della Legge 5.3.1990 n. 46 "Norme per la sicurezza degli impianti", per gli impianti pubblicitari luminosi o, in alternativa, dichiarazione di impegno della ditta costruttrice o installatrice l'impianto luminoso, accompagnata da certificato di iscrizione alla C.C.I.A.A., che produrrà la necessaria dichiarazione di conformità entro 30 gg. dall'installazione dell'impianto, come previsto dalla legge 46/90;
 - g) copia del nullaosta tecnico dell'ente proprietario della strada, qualora richiesto;
 - h) parere della Soprintendenza ai Beni Ambientali ed Architettonici della Regione Puglia, qualora richiesto;

- i) nulla osta del proprietario o amministratore dell'immobile, o del fondo, per lo sfruttamento della superficie da adibirsi alla collocazione del mezzo pubblicitario, qualora necessario.
4. Per l'effettuazione di interventi su progetto particolareggiato, la domanda deve essere presentata all'Ufficio Protocollo Generale del Comune, e corredata dei seguenti documenti:
- a) progetto quotato in scala adeguata dell'opera e relativa descrizione tecnica, dai quali siano individuabili gli elementi essenziali dell'opera e la sua collocazione, compreso il disegno del possibile supporto, debitamente firmato dal titolare dell'impresa esecutrice o dall'interessato;
 - b) bozzetto colorato, del messaggio pubblicitario da esporre;
 - c) documentazione fotografica che illustri il punto di collocazione e dell'ambiente circostante;
 - d) planimetria ove è riportata la posizione nella quale si chiede l'autorizzazione alla installazione;
 - e) autodichiarazione redatta ai sensi del D.P.R. 445/2000, con la quale si attesta che le opere contenute nel progetto particolareggiato sono state calcolate e realizzate e verranno poste in opera tenendo conto della natura della superficie di appoggio e della spinta del vento, in modo da garantirne la stabilità;
 - f) copia dichiarazione di conformità di cui all'art. 9 della Legge 5.3.1990 n. 46 "Norme per la sicurezza degli impianti", per gli impianti luminosi o, in alternativa, dichiarazione di impegno della ditta costruttrice o installatrice l'impianto luminoso, accompagnata da certificato di iscrizione alla C.C.I.A.A., che produrrà la necessaria dichiarazione di conformità entro 30 gg. dall'esecuzione delle opere, come previsto dalla legge 46/90;
 - g) copia del nullaosta tecnico dell'ente proprietario della strada, qualora richiesto;
 - h) parere della Soprintendenza ai Beni Ambientali ed Architettonici della Regione Puglia, qualora richiesto;
 - i) nulla osta del proprietario o amministratore dell'immobile, o del fondo, per lo sfruttamento della superficie da adibirsi alla collocazione del mezzo pubblicitario, qualora necessario.

Art. 17 Istruttoria e rilascio dell'autorizzazione

1. L'autorizzazione per l'effettuazione di pubblicità, è affidata all'ufficio competente individuato nell'Area organizzativa Il Servizi Finanziari e Patrimonio.
2. L'autorizzazione per l'effettuazione di pubblicità è rilasciata all'interessato nei termini previsti dal vigente regolamento comunale.
3. Qualora la richiesta non sia completa, l'unità competente, entro 10 giorni dalla ricezione, inviterà l'interessato, mediante raccomandata con avviso di ricevimento, a perfezionare la richiesta, comunicandogli che il termine del procedimento ricomincia a decorrere dalla data di ricezione della richiesta perfezionata e che trascorsi inutilmente 30 giorni dalla predetta comunicazione, il procedimento sarà archiviato.
4. Nel caso in cui l'adozione del provvedimento richieda l'acquisizione di valutazioni tecniche di organi o enti appositi, i termini verranno sospesi fino all'acquisizione delle valutazioni tecniche per un periodo massimo di 90 giorni. I termini possono essere altresì sospesi, per una sola volta, per l'acquisizione di informazioni o certificazioni relative a fatti, stati o qualità non attestati in documenti già in possesso dal Comune di Monopoli, o non direttamente acquisibili presso altre Amministrazioni o Enti.

5. Il responsabile del procedimento, prima della formale adozione di un provvedimento negativo comunica tempestivamente agli istanti i motivi che ostano all'accoglimento della domanda. Entro il termine di 10 giorni dal ricevimento della comunicazione gli istanti avranno il diritto di presentare per iscritto le loro osservazioni eventualmente corredate da documenti. La comunicazione interrompe i termini per concludere il procedimento che iniziano nuovamente a decorrere dalla data di presentazione delle osservazioni.

Art. 18 Interventi di sostituzione e modifica

1. Qualora il soggetto titolare dell'autorizzazione, fermo restando la durata della stessa, intenda variare il messaggio pubblicitario riportato su un cartello o su un altro mezzo pubblicitario a carattere permanente, deve farne domanda, allegando il bozzetto del nuovo messaggio.
2. L'autorizzazione sarà rilasciata nei termini previsti dal vigente regolamento comunale.

Art. 19 Termine di validità dell'autorizzazione

1. L'autorizzazione all'installazione di mezzi pubblicitari a carattere permanente, ha validità per un periodo massimo di anni nove.
2. L'autorizzazione all'installazione di mezzi pubblicitari a seguito di progetti particolareggiati, hanno validità massima di anni quindici e, comunque, da valutarsi in funzione dell'investimento del richiedente per la realizzazione delle opere di interesse per la collettività.
3. L'autorizzazione all'esposizione e alla posa di messaggi pubblicitari su mezzo pittorico ha durata non superiore a quella prevista per il termine dei lavori indicati nella concessione edilizia.

Art. 20 Rinnovo dell'autorizzazione dei mezzi pubblicitari a carattere permanente o soggetta a particolare regolamentazione

1. L'autorizzazione all'installazione dei mezzi pubblicitari a carattere permanente o soggetta a particolare regolamentazione è rinnovabile a condizione che la richiesta, da prodursi almeno novanta giorni prima della scadenza naturale, provenga dal medesimo soggetto intestatario dell'atto.
2. Nel caso in cui non siano apportate modifiche al mezzo pubblicitario la domanda di rinnovo deve essere corredata dalla sola autodichiarazione, redatta ai sensi del D.P.R. 445/2000, che attesti la persistenza degli elementi di cui alla lettera e) dell'art. 18, comma 1 e l'assenza di modifiche alla situazione in essere.
3. Il mancato rispetto delle condizioni di cui al primo comma del presente articolo, nonché l'introduzione di qualsiasi modifica, comportano il rispetto della procedura di cui all'art. 18.

Art. 21 Obblighi del titolare dell'autorizzazione

1. È fatto obbligo al titolare dell'autorizzazione di:
 - a) verificare 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;
 - c) adempiere nei tempi richiesti a tutte le prescrizioni impartite dal Comune al momento del rilascio dell'autorizzazione o anche successivamente per intervenute e motivate esigenze;
 - d) procedere alla rimozione nel caso di decadenza o revoca dell'autorizzazione o di insussistenza delle condizioni di sicurezza previste all'atto dell'installazione o di motivata richiesta da parte dell'ente competente al rilascio;
 - e) fissare saldamente su ogni mezzo pubblicitario autorizzato una targhetta non deteriorabile, posta in posizione facilmente accessibile, sulla quale sono riportati, con caratteri incisi, i seguenti dati:
 - amministrazione rilasciante;
 - soggetto titolare;
 - numero dell'autorizzazione;
 - progressiva chilometrica o sito di installazione;
 - data di scadenza.
2. La targhetta di cui sopra deve essere sostituita ad ogni rinnovo dell'autorizzazione ed ogni qualvolta intervenga una variazione di uno dei dati su di essa riportati.
 3. L'autorizzazione non esonera il titolare dall'obbligo di attenersi strettamente, sotto la propria responsabilità, alle leggi e ai regolamenti vigenti, nonché ad ogni eventuale diritto di terzi o a quanto prescritto dai regolamenti condominiali ove previsto.
 4. È fatto obbligo al titolare dell'autorizzazione, rilasciata per la posa di pubblicità a carattere temporaneo, di provvedere alla rimozione degli stessi entro le 24 ore successive alla conclusione della manifestazione pubblicizzata, ripristinando il preesistente stato dei luoghi ed il preesistente grado di aderenza delle superfici stradali.

Art. 22 Decadenza dell'autorizzazione

1. Costituiscono cause di decadenza dell'autorizzazione per la collocazione di qualsiasi mezzo pubblicitario:
 - a) la mancata osservanza delle condizioni alle quali è stata subordinata l'autorizzazione;
 - b) la mancata realizzazione dell'opera entro 180 giorni dal rilascio dell'autorizzazione;
 - c) il mancato ritiro dell'autorizzazione entro 60 giorni decorso il termine di 30 giorni previsto per il rilascio.
2. Costituiscono cause di decadenza dell'autorizzazione per la collocazione di targhe professionali, tende e insegne di esercizio, anche:
 - a) la cessazione o il trasferimento dell'attività,
 - b) l'annullamento o la revoca, l'inesistenza o l'irregolarità della autorizzazione all'esercizio dell'attività;
 - c) la non rispondenza del messaggio autorizzato alle attività cui esso si riferisce.

TITOLO IV DISPOSIZIONI COMUNI E FINALI

Art. 23 Sanzioni Amministrative

1. Le violazioni alle norme del presente PGIP che costituiscono infrazione al Codice della Strada ed al relativo PGIP di esecuzione, sono punite con le sanzioni amministrative pecuniarie ed accessorie previste dall'art. 23 del Codice della Strada, secondo le modalità di cui al Titolo VI del Codice stesso, salve le specifiche previsioni normative e sanzionatorie del Regolamento comunale vigente di Polizia Municipale.
2. Per tutte le altre violazioni alle norme del presente PGIP, come anche delle disposizioni legislative riguardanti la effettuazione della pubblicità e delle disposizioni contenute nei provvedimenti relativi alla installazione degli impianti o alla effettuazione di particolari forme di pubblicità, si applicano le sanzioni di cui all'art. 24, del D.L.vo 507/93.
3. Dell'accertamento delle violazioni di cui ai precedenti commi 1 e 2, ne sarà data comunicazione all'Ufficio competente per le funzioni di cui all'art. 11 del D.L.vo 507/93.
4. Il termine per la rimozione di cui all'art. 24, comma 2, del D.L.vo 507/93, è fissato in 15 giorni, fatti salvi i casi di immediato pericolo per la sicurezza delle persone, per i quali il termine è stabilito dall'organo di vigilanza che accerta la violazione. L'interessato può in ogni caso, entro il termine previsto per l'esecuzione della rimozione, rivolgere istanza motivata all'Amministrazione Comunale per ottenere una proroga di tale termine: l'Amministrazione Comunale decide con apposita ordinanza.

Art. 24 Norme Transitorie

1. I mezzi pubblicitari installati sulla base di autorizzazioni in essere all'entrata in vigore del presente regolamento e non rispondenti alle disposizioni dello stesso, dovranno essere adeguati alla nuova normativa entro 12 mesi dalla sua entrata in vigore a cura e spese del titolare dell'autorizzazione.
2. Alla presenza di norme di legge che dispongono termini diversi devono essere applicati questi ultimi salvo che la normativa stessa non dispone deroghe al riguardo.

Art. 25 Norme Finali

1. Per tutto quanto non previsto dal presente PGIP, si applicano le disposizioni delle normative richiamate all'art. 2 del presente PGIP.
2. Il presente PGIP è automaticamente modificato o integrato qualora le norme legislative di cui all'art. 2 sono modificate o integrate.
3. E' abrogata ogni altra norma regolamentare incompatibile con le disposizioni del presente PGIP.

Art. 26 Entrata in Vigore

1. Il presente PGIP entra in vigore decorsi 15 gg. dalla pubblicazione all'albo pretorio.

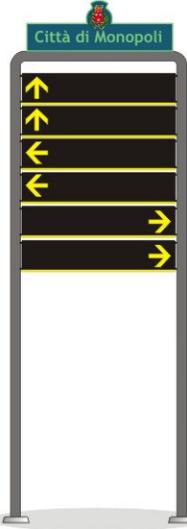
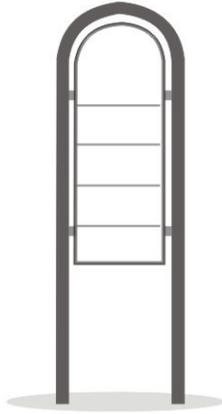


COMUNE DI MONOPOLI

PROVINCIA DI BARI

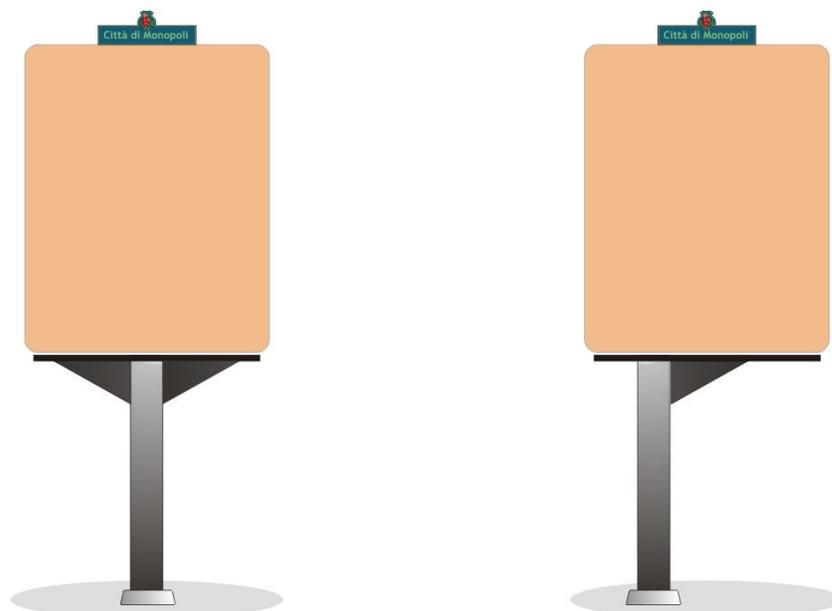
**PIANO GENERALE
DEGLI IMPIANTI PUBBLICITARI**

**ABACO E IMMAGINI DI RIFERIMENTO PER L'APPLICAZIONE
DELLE NORME TECNICHE DI ATTUAZIONE**

definizione P.G.I.P.	PREINSEGNA E SEGNALETICA STRADALE PUBBLICITARIA							
classifica P.G.I.P.	Pubblicità esterna permanente							
CARATTERISTICHE TECNICHE								
								
SEGNALETICA DI INDICAZIONE PER ZONA 2,3,4			SEGNALETICA DI INDICAZIONE PER ZONA 1					
Caratteristica	Prescrizioni				Rif. Normativo			
superficie massima ammessa	Zona 1: 0,72 mq. Zona 2, 3, 4: mq. 1,875				art.48 D.P.R. 495/92			
dimensioni singolo pannello	Zona 1: 0,6 x 0,2 mt. Zona 2, 3, 4: 1,25 x 0,25 mt				art.48 D.P.R. 495/92			
caratteristiche strutturali	materiali non deperibili, resistenza alla spinta del vento e del carico della neve				art.49 C.1e2 D.P.R. 495/92			
altre caratteristiche	la struttura deve essere dotata di base in acciaio zincato							
presenza del colore rosso	non superiore a 1/5 della superficie				art.49 C.4 D.P.R. 495/92			
altezza bordo inferiore da banchina	Zona 1: deve essere collocato a parete e non deve intralciare il passaggio pedonale. Zona 2, 3, 4: se prospetta su passaggio pedonale min. mt. 2,2; se non prospetta su passaggio pedonale min. mt.1,5				art.49 C.5 D.P.R. 495/92			
luminosità	Non ammessa				art.50 D.P.R. 495/92			
variabilità del messaggio	non ammesso				art.51 D.P.R. 495/92			
DISTANZE MINIME ESPRESSE IN METRI (art. 51 c.4 D.P.R. 495/92)								
<i>Zona Omogenea</i>	ZONA 1		ZONA 2		ZONA 3		ZONA 4	
<i>Orientamento (parallelo-perpendicolare)</i>	PAR.	PERP.	PAR.	PERP.	PAR.	PERP.	PAR.	PERP.
dal limite della carreggiata	-	-	0,5	0,5	0,5	0,5	3	3
da altri cartelli e mezzi pubblicitari	-	-	5	10	5	10	25	25
prima dei segnali di pericolo e prescrizione	-	-	5	10	5	10	50	50
dopo i segnali di pericolo e prescrizione	-	-	5	10	5	10	25	25
prima dei segnali di indicazione	-	-	5	10	5	10	25	25
dopo i segnali di indicazione	-	-	5	5	5	5	25	25
dal punto di tangenza delle curve	-	-	5	5	5	5	100	100
prima delle intersezioni	-	-	1	1	1	1	50	50
dopo le intersezioni	-	-	1	1	1	1	25	25
dagli imbocchi delle gallerie	-	-	-	-	-	-	100	100
prima degli impianti semaforici	-	-	1	1	1	1	-	-
dopo gli impianti semaforici	-	-	1	1	1	1	-	-
note	La distanza dal limite della carreggiata non è rispettata se in corrispondenza del luogo individuato per i posizionamenti esistono costruzioni fisse, muri, filari di alberi, con altezza superiore a mt. 3, purchè i mezzi pubblicitari siano installati in allineamento alle strutture esistenti							

definizione P.G.I.P.	CARTELLO
classifica P.G.I.P.	Publicità esterna permanente

CARATTERISTICHE TECNICHE



Caratteristica	Prescrizioni	Rif. Normativo
superficie massima ammessa	Zona 2, 3: massimo mq. 2,8 per facciata Zona 4: massimo 6 mq. per facciata	art.48 D.P.R. 495/92
dimensioni massime superficie espositiva	Zona 2, 3: mt. 1 x1,4 oppure mt. 1,4 x 2 oppure mt. 2x1,4 oppure mt. 1,4 x1	art.48 D.P.R. 495/92
caratteristiche strutturali	materiali non deperibili, resistenza alla spinta del vento e del carico della neve	art.49 C.1e2 D.P.R. 495/92
altre caratteristiche	la struttura deve essere dotata di base in acciaio zincato	
presenza del colore rosso	non superiore a 1/5 della superficie	art.49 C.4 D.P.R. 495/92
altezza bordo inferiore da banchina	Zona 2, 3, 4: se prospetta su passaggio pedonale min. mt. 2,2; se non prospetta su passaggio pedonale min. mt.1,5	art.49 C.5 D.P.R. 495/92
luminosità	Solo se inferiore a 150 candele	art.50 D.P.R. 495/92
variabilità del messaggio	non ammesso	art.51 D.P.R. 495/92

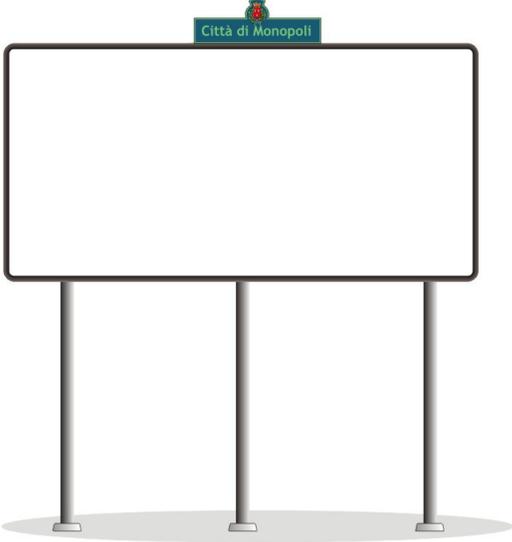
DISTANZE MINIME ESPRESSE IN METRI (art. 51 C.4 D.P.R. 495/92)

Zona Omogenea	ZONA 1		ZONA 2		ZONA 3		ZONA 4	
Orientamento (parallelo-perpendicolare)	PAR.	PERP.	PAR.	PERP.	PAR.	PERP.	PAR.	PERP.
dal limite della carreggiata	n.a.	n.a.	1	1,5	1	1,5	3	3
da altri cartelli e mezzi pubblicitari	n.a.	n.a.	5	15	5	15	25	25
prima dei segnali di pericolo e prescrizione	n.a.	n.a.	10	15	10	15	50	50
dopo i segnali di pericolo e prescrizione	n.a.	n.a.	10	15	10	15	25	25
prima dei segnali di indicazione	n.a.	n.a.	10	15	10	15	25	25
dopo i segnali di indicazione	n.a.	n.a.	10	15	10	15	25	25
dal punto di tangenza delle curve	n.a.	n.a.	15	20	15	20	100	100
prima delle intersezioni	n.a.	n.a.	10	15	10	15	50	50
dopo le intersezioni	n.a.	n.a.	10	15	10	15	25	25
dagli imbocchi delle gallerie	n.a.	n.a.	10	15	10	15	100	100
prima degli impianti semaforici	n.a.	n.a.	10	15	10	15	50	50
dopo gli impianti semaforici	n.a.	n.a.	10	15	10	15	25	25

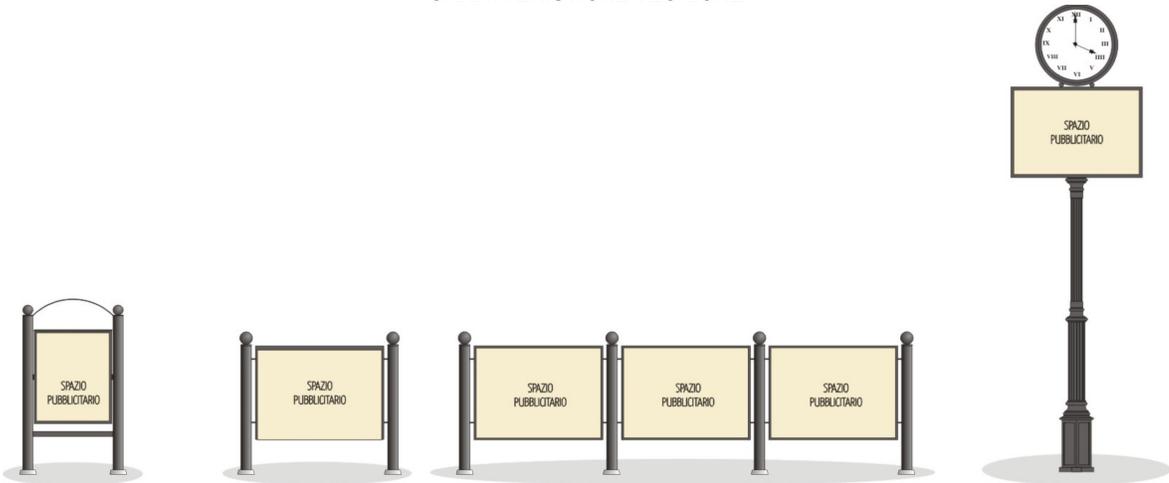
note

La distanza dal limite della carreggiata non è rispettata se in corrispondenza del luogo individuato per i posizionamenti esistono costruzioni fisse, muri, filari di alberi, con altezza superiore a mt. 3, purchè i mezzi pubblicitari siano installati in allineamento alle strutture esistenti.

Le distanze indicate nella tabella sopra riprodotta sono applicabili fatta salva la visibilità della segnaletica stradale di pericolo, prescrizione e indicazione e delle lanterne semaforiche

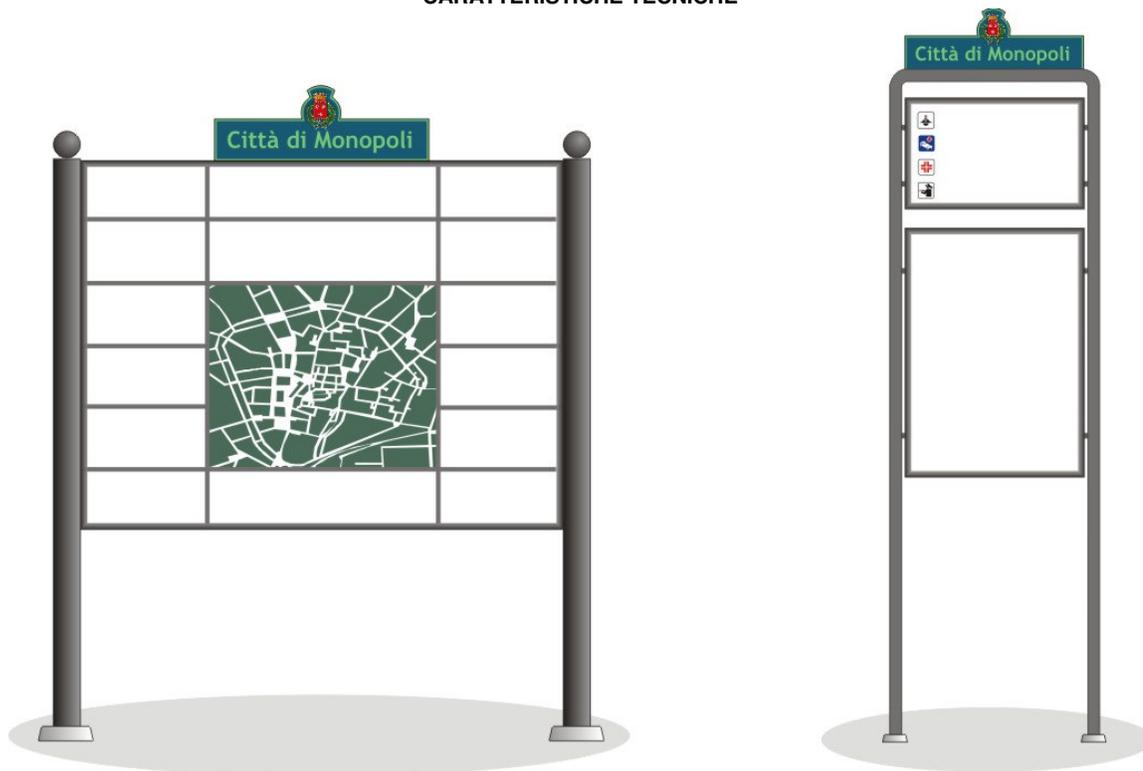
definizione P.G.I.P.	POSTER							
classifica P.G.I.P.	Pubblicità esterna permanente							
CARATTERISTICHE TECNICHE								
								
Caratteristica	Prescrizioni				Rif. Normativo			
superficie massima ammessa	Zona 2, 3: massimo mq. 18 per facciata				art.48 D.P.R. 495/92			
dimensioni massime superficie espositiva	Zona 2, 3: mt. 6 x3				art.48 D.P.R. 495/92			
caratteristiche strutturali	materiali non deperibili, resistenza alla spinta del vento e del carico della neve				art.49 C.1e2 D.P.R. 495/92			
altre caratteristiche	la struttura deve essere dotata di base in acciaio zincato							
presenza del colore rosso	non superiore a 1/5 della superficie				art.49 C.4 D.P.R. 495/92			
altezza bordo inferiore da banchina	Zona 2, 3,: se prospetta su passaggio pedonale min. mt. 2,2; se non prospetta su passaggio pedonale min. mt.1,5				art.49 C.5 D.P.R. 495/92			
luminosità	Solo se inferiore a 150 candele				art.50 D.P.R. 495/92			
variabilità del messaggio	non ammesso				art.51 D.P.R. 495/92			
DISTANZE MINIME ESPRESSE IN METRI (art. 51 C.4 D.P.R. 495/92)								
<i>Zona Omogenea</i>	ZONA 1		ZONA 2		ZONA 3		ZONA 4	
<i>Orientamento (parallelo-perpendicolare)</i>	PAR.	PERP.	PAR.	PERP.	PAR.	PERP.	PAR.	PERP.
dal limite della carreggiata	n.a.	n.a.	1	1,5	1	1,5	n.a.	n.a.
da altri cartelli e mezzi pubblicitari	n.a.	n.a.	5	15	5	15	n.a.	n.a.
prima dei segnali di pericolo e prescrizione	n.a.	n.a.	10	15	10	15	n.a.	n.a.
dopo i segnali di pericolo e prescrizione	n.a.	n.a.	10	15	10	15	n.a.	n.a.
prima dei segnali di indicazione	n.a.	n.a.	10	15	10	15	n.a.	n.a.
dopo i segnali di indicazione	n.a.	n.a.	10	15	10	15	n.a.	n.a.
dal punto di tangenza delle curve	n.a.	n.a.	15	20	15	20	n.a.	n.a.
prima delle intersezioni	n.a.	n.a.	10	15	10	15	n.a.	n.a.
dopo le intersezioni	n.a.	n.a.	10	15	10	15	n.a.	n.a.
dagli imbocchi delle gallerie	n.a.	n.a.	10	15	10	15	n.a.	n.a.
prima degli impianti semaforici	n.a.	n.a.	10	15	10	15	n.a.	n.a.
dopo gli impianti semaforici	n.a.	n.a.	10	15	10	15	n.a.	n.a.
note	<p>La distanza dal limite della carreggiata non è rispettata se in corrispondenza del luogo individuato per i posizionamenti esistono costruzioni fisse, muri, filari di alberi, con altezza superiore a mt. 3, purchè i mezzi pubblicitari siano installati in allineamento alle strutture esistenti.</p> <p>Le distanze indicate nella tabella sopra riprodotta sono applicabili fatta salva la visibilità della segnaletica stradale di pericolo, prescrizione e indicazione e delle lanterne semaforiche</p>							

definizione P.G.I.P.	IMPIANTO A MESSAGGIO VARIABILE O LED LUMINOSI							
classifica P.G.I.P.	Pubblicità esterna permanente							
CARATTERISTICHE TECNICHE								
Caratteristica	Prescrizioni				Rif. Normativo			
superficie massima ammessa	Zona 2, 3, 4: massimo mq. 6 per facciata				art.48 D.P.R. 495/92			
dimensioni massime superficie espositiva	Zona 2, 3, 4: mt. 2x1,5 oppure mt. 1,5 x 2 oppure mt. 2x3 oppure mt. 3 x 2				art.48 D.P.R. 495/92			
caratteristiche strutturali	materiali non deperibili, resistenza alla spinta del vento e del carico della neve				art.49 C.1e2 D.P.R. 495/92			
altre caratteristiche	l'eventuale base deve essere in acciaio zincato							
presenza del colore rosso	non superiore a 1/5 della superficie				art.49 C.4 D.P.R. 495/92			
altezza bordo inferiore da banchina	Zona 2, 3, 4: se prospetta su passaggio pedonale min. mt. 2,2; se non prospetta su passaggio pedonale min. mt.1,5				art.49 C.5 D.P.R. 495/92			
luminosità	Solo se inferiore a 150 candele				art.50 D.P.R. 495/92			
variabilità del messaggio	ammesso				art.51 D.P.R. 495/92			
DISTANZE MINIME ESPRESSE IN METRI (art. 51 C.4 D.P.R. 495/92)								
<i>Zona Omogenea</i>	ZONA 1		ZONA 2		ZONA 3		ZONA 4	
<i>Orientamento (parallelo-perpendicolare)</i>	PAR.	PERP.	PAR.	PERP.	PAR.	PERP.	PAR.	PERP.
dal limite della carreggiata	n.a.	n.a.	1	1,5	1,5	2	3	3
da altri cartelli e mezzi pubblicitari	n.a.	n.a.	15	20	15	20	25	25
prima dei segnali di pericolo e prescrizione	n.a.	n.a.	30	40	20	30	50	50
dopo i segnali di pericolo e prescrizione	n.a.	n.a.	15	20	15	20	25	25
prima dei segnali di indicazione	n.a.	n.a.	15	20	15	20	25	25
dopo i segnali di indicazione	n.a.	n.a.	15	20	15	20	25	25
dal punto di tangenza delle curve	n.a.	n.a.	30	30	25	25	100	100
prima delle intersezioni	n.a.	n.a.	30	40	25	35	50	50
dopo le intersezioni	n.a.	n.a.	15	20	15	20	25	25
dagli imbocchi delle gallerie	n.a.	n.a.	50	50	50	50	100	100
prima degli impianti semaforici	n.a.	n.a.	35	45	35	45	50	50
dopo gli impianti semaforici	n.a.	n.a.	15	20	10	15	25	25
note	La distanza dal limite della carreggiata non è rispettata se in corrispondenza del luogo individuato per i posizionamenti esistono costruzioni fisse, muri, filari di alberi, con altezza superiore a mt. 3, purchè i mezzi pubblicitari siano installati in allineamento alle strutture esistenti							

definizione P.G.I.P.	IMPIANTO PUBBLICITARIO DI SERVIZIO (transenna parapetonale, cestino getta carta, orologio)							
classifica P.G.I.P.	Pubblicità esterna permanente							
CARATTERISTICHE TECNICHE								
								
Caratteristica	Prescrizioni				Rif. Normativo			
superficie massima ammessa	Transenna parapetonale, cestino, orologio: mq. 0,7				art.48 D.P.R. 495/92			
dimensioni massime superficie espositiva	Transenna parapetonale, cestino, orologio: mt. 1x0,7				art.48 D.P.R. 495/92			
caratteristiche strutturali	materiali non deperibili, resistenza alla spinta del vento e del carico della neve				art.49 C.1e2 D.P.R. 495/92			
altre caratteristiche	la base di appoggio deve essere in acciaio zincato							
presenza del colore rosso	non superiore a 1/5 della superficie				art.49 C.4 D.P.R. 495/92			
altezza bordo inferiore da banchina	minimo mt. 0,15				art.49 C.5 D.P.R. 495/92			
luminosità	solo se inferiore a 150 candele / mq				art.50 D.P.R. 495/92			
variabilità del messaggio	non ammesso				art.51 D.P.R. 495/92			
DISTANZE MINIME ESPRESSE IN METRI (art. 51 C.4, C.8 D.P.R. 495/92)								
<i>Zona Omogenea</i>	ZONA 1		ZONA 2		ZONA 3		ZONA 4	
<i>Orientamento (parallelo-perpendicolare)</i>	PAR.	PERP.	PAR.	PERP.	PAR.	PERP.	PAR.	PERP.
dal limite della carreggiata	-	-	-	-	-	-	-	-
da altri cartelli e mezzi pubblicitari	-	-	-	-	-	-	-	-
prima dei segnali di pericolo e prescrizione	-	-	-	-	-	-	-	-
dopo i segnali di pericolo e prescrizione	-	-	-	-	-	-	-	-
prima dei segnali di indicazione	-	-	-	-	-	-	-	-
dopo i segnali di indicazione	-	-	-	-	-	-	-	-
dal punto di tangenza delle curve	-	-	-	-	-	-	-	-
prima delle intersezioni	-	-	-	-	-	-	-	-
dopo le intersezioni	-	-	-	-	-	-	-	-
dagli imbocchi delle gallerie	-	-	-	-	-	-	-	-
prima degli impianti semaforici	-	-	-	-	-	-	-	-
dopo gli impianti semaforici	-	-	-	-	-	-	-	-

definizione P.G.I.P.	IMPIANTO PUBBLICITARIO DI SERVIZIO (quadri turistici, segnalatore di servizio)
classifica P.G.I.P.	Pubblicità esterna permanente

CARATTERISTICHE TECNICHE



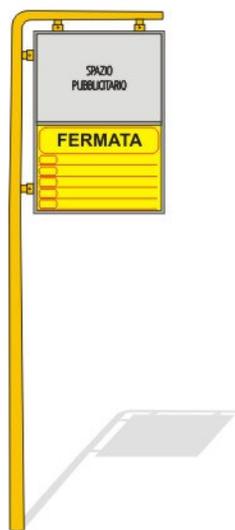
Caratteristica	Prescrizioni	Rif. Normativo
superficie massima ammessa	Segnalatore servizio, quadro turistico: mq. 4,5	art.48 D.P.R. 495/92
dimensioni massime superficie espositiva	Segnalatore servizio, :mt.1x1,4 quadro turistico:mt. 2,3 x 1,80	art.48 D.P.R. 495/92
caratteristiche strutturali	materiali non deperibili, resistenza alla spinta del vento e del carico della neve	art.49 C.1e2 D.P.R. 495/92
altre caratteristiche	la base di appoggio deve essere in acciaio zincato	
presenza del colore rosso	non superiore a 1/5 della superficie	art.49 C.4 D.P.R. 495/92
altezza bordo inferiore da banchina	Se prospetta su passaggio pedonale min. mt. 2,2; se non prospetta su passaggio pedonale min. mt.1,5	art.49 C.5 D.P.R. 495/92
luminosità	solo se inferiore a 150 candele / mq	art.50 D.P.R. 495/92
variabilità del messaggio	non ammesso	art.51 D.P.R. 495/92

DISTANZE MINIME ESPRESSE IN METRI (art. 51 C.4, C.8 D.P.R. 495/92)

Zona Omogenea	ZONA 1		ZONA 2		ZONA 3		ZONA 4	
	PAR.	PERP.	PAR.	PERP.	PAR.	PERP.	PAR.	PERP.
<i>Orientamento (parallelo-perpendicolare)</i>								
dal limite della carreggiata	-	-	-	-	-	-	-	-
da altri cartelli e mezzi pubblicitari	-	-	-	-	-	-	-	-
prima dei segnali di pericolo e prescrizione	-	-	-	-	-	-	-	-
dopo i segnali di pericolo e prescrizione	-	-	-	-	-	-	-	-
prima dei segnali di indicazione	-	-	-	-	-	-	-	-
dopo i segnali di indicazione	-	-	-	-	-	-	-	-
dal punto di tangenza delle curve	-	-	-	-	-	-	-	-
prima delle intersezioni	-	-	-	-	-	-	-	-
dopo le intersezioni	-	-	-	-	-	-	-	-
dagli imbocchi delle gallerie	-	-	-	-	-	-	-	-
prima degli impianti semaforici	-	-	-	-	-	-	-	-
dopo gli impianti semaforici	-	-	-	-	-	-	-	-

definizione P.G.I.P.	IMPIANTO PUBBLICITARIO DI SERVIZIO (palina e pensilina fermata bus)
classifica P.G.I.P.	Publicità esterna permanente

CARATTERISTICHE TECNICHE



PALINA FERMATA BUS



PENSILINA DI FERMATA BUS

	Prescrizioni	Rif. Normativo
superficie massima ammessa	Palina fermata bus: mq. 1,4 Pensilina bus: mq. 3 mt.	art.48 D.P.R. 495/92
dimensioni massime superficie espositiva	Palina fermata bus: mt. 1x1,4 Pensilina bus: mt. 1,5x2	art.48 D.P.R. 495/92
caratteristiche strutturali	materiali non deperibili, resistenza alla spinta del vento e del carico della neve	art.49 C.1e2 D.P.R. 495/92
presenza del colore rosso	non superiore a 1/5 della superficie	art.49 C.4 D.P.R. 495/92
altezza bordo inferiore da banchina	minimo mt. 0,15	art.49 C.5 D.P.R. 495/92
luminosità	solo se inferiore a 150 candele / mq	art.50 D.P.R. 495/92
variabilità del messaggio	non ammesso	art.51 D.P.R. 495/92

DISTANZE MINIME ESPRESSE IN METRI (art. 51 C.4, C.8 D.P.R. 495/92)

<i>Zona Omogenea</i>	ZONA 1		ZONA 2		ZONA 3		ZONA 4	
	PAR.	PERP.	PAR.	PERP.	PAR.	PERP.	PAR.	PERP.
<i>Orientamento (parallelo-perpendicolare)</i>								
dal limite della carreggiata	-	-	-	-	-	-	-	-
da altri cartelli e mezzi pubblicitari prima dei segnali di pericolo e prescrizione	-	-	-	-	-	-	-	-
dopo i segnali di pericolo e prescrizione prima dei segnali di indicazione	-	-	-	-	-	-	-	-
dopo i segnali di indicazione	-	-	-	-	-	-	-	-
dal punto di tangenza delle curve prima delle intersezioni	-	-	-	-	-	-	-	-
dopo le intersezioni	-	-	-	-	-	-	-	-
dagli imbocchi delle gallerie	-	-	-	-	-	-	-	-
prima degli impianti semaforici	-	-	-	-	-	-	-	-
dopo gli impianti semaforici	-	-	-	-	-	-	-	-

