



COMUNE DI VENAFRO

Provincia di ISERNIA

Regione Molise

PIANO GENERALE DEGLI IMPIANTI PUBBLICITARI

NORME TECNICHE DI ATTUAZIONE

EDIZIONE DICEMBRE 2009

TITOLO I GENERALITA'

- Art. 1 Ambito di applicazione. Contenuti e finalità
- Art. 2 Quadro normativo e di riferimento
- Art. 3 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

TITOLO II PUBBLICITA' ESTERNA

- Art. 9 Definizione e prescrizioni dei mezzi pubblicitari a carattere permanente soggetti ad autorizzazione
- Art. 10 Definizione e prescrizioni dei mezzi pubblicitari a carattere temporaneo soggetti ad autorizzazione
- Art. 11 Definizione e prescrizioni dei mezzi pubblicitari soggetti a particolare regolamentazione.

TITOLO III AFFISSIONI PUBBLICHE E DIRETTE

- Art. 12 Finalità
- Art. 13 Definizione dei mezzi pubblicitari destinati alle affissioni pubbliche e dirette
- Art. 14 Criteri di individuazione degli spazi e collocazione degli impianti di affissione.
- Art. 15 Quantificazione degli impianti destinati all'affissione pubblica
- Art. 16 Quantificazione degli impianti destinati all'affissione diretta

TITOLO IV AUTORIZZAZIONI

- Art. 17 Autorizzazione Impianti pubblicitari
- Art. 18 Domanda per Autorizzazione dei mezzi pubblicitari a carattere permanente
- Art. 19 Domanda per Autorizzazione dei mezzi pubblicitari a carattere temporaneo
- Art. 20 Domanda per Autorizzazione dei mezzi pubblicitari soggetti a particolare regolamentazione
- Art. 21 Istruttoria e rilascio dell'autorizzazione
- Art. 22 Rilascio delle autorizzazioni.
- Art. 23 Interventi di sostituzione e modifica
- Art. 24 Termine di validità dell'autorizzazione
- Art. 25 Rinnovo dell'autorizzazione dei mezzi pubblicitari a carattere permanente o soggetta a particolare regolamentazione.
- Art. 26 Obblighi del titolare dell'autorizzazione
- Art. 27 Decadenza o revoca dell'autorizzazione

TITOLO V DISPOSIZIONI COMUNI E FINALI

- Art. 28 Vigilanza
- Art. 29 Sanzioni Amministrative
- Art. 30 Norme Transitorie
- Art. 31 Norme Finali
- Art. 32 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.

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.
 - L. 241/90 e smi
 - D.Lgs. n. 42 del 22/01/2004 e smi
 - D.Lgs. n. 152 del 03/04/2006
 - D.Lgs. n. 163 del 12/04/2006 e smi
 - D.Lgs. n. 81 del 09/04/2008 e smi
 - D.Lgs 196/2003
 - Regolamento per la disciplina pubblicità e affissione e per l'applicazione dell'imposta sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni (delibera di CC n. 39 del 29/06/1995)
 - Regolamento Comunale per l'applicazione del canone per l'installazione dei mezzi pubblicitari (delibera del C.C. n. 7 del 27/03/1999).
 - Regolamento per l'applicazione del canone per l'occupazione di spazi ed aree pubbliche (delibera del C.C. n. 8 del 29/02/2000)

È abrogata ogni altra norma incompatibile con il presente PGIP.

Art. 3 Zonizzazione

1. Ai fini dell'applicazione del presente PGIP il territorio comunale viene suddiviso nelle seguenti zone:
 - **zona A) ZONA DI PARTICOLARE ATTENZIONE.** Equivale alla zona A (Centro storico) del Piano Regolatore Generale vigente. In questa zona per le installazioni pubblicitarie si opererà secondo criteri di salvaguardia e tutela del contesto storico-ambientale della zona.
 - **zona B) ZONA CENTRALE A DESTINAZIONE MISTA.** Questa zona individua le aree adiacenti il centro storico, caratterizzate da una destinazione prevalentemente residenziale e da attività commerciali e di servizi locali. Tale caratteristica rende questa zona di rilevante valore sociale, commerciale e di aggregazione. In questa zona per le installazioni pubblicitarie si opererà secondo criteri di salvaguardia del decoro urbano nel contesto della zona. Tale zona corrisponde alla zona B e C del Piano Regolatore Generale Vigente.
 - **zona C) ZONA PERIFERICA INDUSTRIALE/AGRICOLA.** 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 alla zona D del Piano Regolatore Generale vigente.
 - **zona D) RESTANTE PARTE DEL TERRITORIO COMUNALE.** Sono le aree ricomprese all'esterno delle zone A;B;C. In dette aree del territorio comunale potranno essere autorizzati impianti o mezzi pubblicitari nei limiti fissati dal Nuovo Codice della Strada.

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. *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.
3. *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.
4. *Affissione pubblica e diretta.* Appartiene a questa categoria l'affissione compiuta mediante la sovrapposizioni di manifesti su apposite strutture atte a contenerli, effettuata dal Comune o dal concessionario del pubblico servizio, oltre che da soggetti privati diversi dal concessionario per l'effettuazione di affissioni dirette .
5. *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.
6. *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 costituiscono 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 devono 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 che il colore rosso utilizzato nei cartelli, nelle insegne di esercizio e negli altri mezzi pubblicitari costituisca sfondo di segnali stradali di pericolo, di precedenza e d'obbligo, limitandone la percettibilità. 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.

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. Nelle aree di parcheggio è ammessa, in eccedenza alle superfici pubblicitarie computate in misura percentuale, la collocazione di altri mezzi pubblicitari abbinati alla prestazione di servizi per l'utenza della strada entro il limite di 2 mq per ogni servizio prestato.

Art. 7 Divieti

1. E' vietato collocare o affiggere cartelli o altri mezzi di pubblicità sugli edifici e nelle aree tutelati come beni culturali ed in prossimità dei beni paesaggistici. Eventuali richieste potranno essere esaminate previa autorizzazione della Soprintendenza ai Beni Ambientali ed Architettonici della Regione MOLISE.
2. E' vietata la collocazione di mezzi pubblicitari che possono rendere difficile la circolazione di persone anche invalide e velocipedi.
3. E' vietato utilizzare alberi, pali adibiti ad altri usi o strutture provvisorie per l'apposizione di striscioni, stendardi, gonfaloni e bandiere e qualsiasi altro mezzo pubblicitario.

4. Sugli impianti pubblicitari è fatto divieto, ad esclusione di quelli destinati all'affissione pubblica, di utilizzare lo stemma del Comune di VENAFRO.
5. E' vietato collocare impianti pubblicitari di qualsiasi genere o affiggere spazi pubblicitari su cabine di reti tecnologiche (es. cabine Enel, Telecom, Gas, etc.).
6. Non è consentito installare messaggi pubblicitari sui lati e sul retro di veicoli speciali, lasciati in sosta per più di 48 ore sia su area pubblica che privata recante la messaggica pubblicitaria in vista di strada pubblica.

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, posizionamento, limitazioni e divieti per ogni forma pubblicitaria riconosciuta dal presente PGIP.
2. le rappresentazioni grafiche degli impianti pubblicitari contenute nell'abaco costituiscono una traccia progettuale con la quale il richiedente potrà ottenere l'autorizzazione all'installazione dei mezzi pubblicitari. I manufatti proposti dovranno conformarsi in maniera equivalente ai requisiti contenuti nell'abaco, perché rispondenti a esigenze di salvaguardia e tutela del contesto urbano di zona.

TITOLO II PUBBLICITA' ESTERNA

Art. 9 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. 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, impianti per affissioni necrologiche, cestini getta carta, orologi, ecc.) recanti uno spazio pubblicitario che può anche essere luminoso sia per luce diretta che per luce indiretta.
6. *Targa non per attività professionali.* 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. In caso di più attività presenti nella stessa struttura le targhe dovranno essere realizzate da elementi modulari del medesimo materiale e tipo di carattere. Non può essere luminosa né per luce propria, né per luce indiretta.
7. *Impianti pubblicità e propaganda.* Si definisce impianto di pubblicità e propaganda qualunque manufatto finalizzato alla pubblicità o alla propaganda sia di prodotti che di attività e non individuabile secondo definizioni precedenti, né come insegna di esercizio, né come preinsegna, né come cartello, né come striscione, locandina o stendardo, né come segno orizzontale reclamistico, né come impianto pubblicitario di servizio. Può essere luminoso sia per luce propria che per luce indiretta.

Art. 10 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 "gio" consiste nella effettuazione di attività pubblicitaria e promozionale attraverso la distribuzione di Volantini.
Equivalere alla attività di volantaggio 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 volantaggio, mediante abbandono o lancio in luoghi all'aperto del volante in assenza di persona è vietata su tutto il territorio comunale.
L'effettuazione di attività di volantaggio è ammessa unicamente per la promozione di manifestazioni di carattere politico, sportivo, culturale, sociale, religioso e simili.
L'effettuazione di attività di volantaggio è ammessa altresì per la promozione dell'apertura di una nuova attività commerciale;
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 manifestazioni di carattere politico, sportivo, culturale, sociale, religioso, di ordine pubblico e simili, 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.
 - 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. 11 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 obiettivi 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.

3. *Pubblicità sui cantieri*. 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. L'autorizzazione all'esposizione di messaggi pubblicitari su tali strutture avrà durata non superiore a quella prevista nel titolo abilitativo.

4. *Progetti particolareggiati*. Interventi finalizzati alla realizzazione di opere od attività di rilevante interesse per la collettività, che prevedono adeguata propaganda e diffusione pubblicitaria per l'attività svolta.

5. *Targa per studi professionali*. 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 dello studio professionale, avente dimensioni massime cm. 40 x 50. In caso di più studi presenti nella stessa struttura le targhe dovranno essere realizzate anche da elementi modulari del medesimo materiale e tipo di carattere. Non può essere luminosa per luce propria.

TITOLO III AFFISSIONI PUBBLICHE E DIRETTE

Art. 12 Finalità

1. Finalità del presente titolo è quella di disciplinare i criteri e le modalità di suddivisione degli impianti destinati all'affissione pubblica, e quelli da destinare all'affissione diretta, al fine di contemperare la domanda del mercato con le esigenze di salvaguardia del decoro e della qualità estetica e funzionale dell'ambiente urbano.
2. Per impianti di pubbliche affissioni si intendono tutti gli impianti di proprietà del Comune, collocati esclusivamente su aree pubbliche o immobili privati sui quali il Comune esercita il diritto di affissione.
3. Per impianti di affissione diretta si intendono la superficie degli impianti/impianti da attribuire a soggetti privati diversi dal Comune di VENAFRO o dal concessionario del pubblico servizio, collocati esclusivamente su aree pubbliche, per affissioni di manifesti e simili.

Art. 13 Definizione dei mezzi pubblicitari destinati alle affissioni pubbliche e dirette

1. *Stendardo per Affissioni.* Manufatto bidimensionale supportato da un'ideale struttura di sostegno, con una sola o entrambe le facce finalizzato esclusivamente alla sovrapposizione di Manifesti.
Può essere luminoso per luce indiretta.
2. *Tabella per affissioni.* Manufatto bidimensionale ancorato a muro, finalizzato esclusivamente alla sovrapposizione di Manifesti.
Può essere luminoso per luce indiretta.
3. *Bacheca.* Manufatto supportato da idonea struttura di sostegno o applicato a muro, finalizzato alla esposizione, tramite applicazione per sovrapposizione all'interno della bacheca, di messaggi relativi all'attività sociale o propagandistici di attività.
Non può essere luminosa né per luce propria, né per luce indiretta.
4. *Poster per affissioni.* Manufatto bidimensionale supportato da un'ideale struttura o applicato a muro, con una sola o entrambe le facce finalizzate esclusivamente alla sovrapposizione di manifesti di grande formato.
Può essere luminoso per luce indiretta.
5. *Manifesto.* Elemento bidimensionale realizzato in materiale di qualsiasi natura, privo di rigidità, finalizzato alla diffusione di messaggi pubblicitari o propagandistici.
Esso è posto in opera per sovrapposizione su idoneo impianto per affissioni.
Non può essere luminoso né per luce propria né per luce indiretta.

Art. 14 Criteri di individuazione degli spazi e collocazione degli impianti di affissione.

1. Per ogni tipologia di impianto indicato all'art.13 sono stati previsti criteri di collocazione specifici per garantire una corretta ed efficace fruizione dei messaggi. Gli elaborati relativi a tali criteri sono contenuti nell'abaco distributivo del presente PGIP.
2. Le caratteristiche e le dimensioni dei manifesti determinano i criteri di massima da seguire per la collocazione degli stessi.
 - a) **Manifesti di formato inferiore a cm 70 x 100**
Sono realizzati in questo formato locandine, manifesti funerari, avvisi di manifestazioni culturali e di offerte commerciali.
Il formato ed il contenuto determinano una fruizione molto ravvicinata e lenta.
Per i manifesti funebri, è previsto uno specifico supporto ed un formato di cm 35 x 50; gli ambiti preferibili, oltre a quelli precedentemente indicati, sono quelli vicini a chiese ed ospedali e cimiteri.
 - b) **Manifesti cm 70 x 100**
Sono realizzati in questo formato la maggior parte dei manifesti culturali, istituzionali e commerciali di ambito locale.
Il formato ed il contenuto determinano una fruizione ravvicinata e lenta.
 - c) **Manifesti cm 100 x 140**
Sono in questo formato manifesti culturali di interesse regionale, manifesti cinematografici e commerciali.
L'affissione è preferibile su tabelle a muro o su standardi.
 - d) **Manifesti cm. 140 x 200, cm. 200 x 140.**

Formato quasi esclusivamente commerciale, anche quando utilizzato per pubblicizzare attività culturale; si tratta in genere di avvenimento di tale rilevanza da assumere comunque un preminente aspetto economico e quindi non assimilabile a comunicazione di pubblica utilità.

e) Manifesti cm 600 x 300

Formato prevalentemente destinato per messaggi commerciali in affissione diretta.

Art. 15 Quantificazione degli impianti destinati all'affissione pubblica

1. in conformità a quanto dispone il III comma all'art. 18 del D.Lgs. 15.11.1993, n. 507 tenuto conto che, la popolazione del Comune di VENAFRO risulta essere all'ultimo censimento Istat dell'anno 2001 di 11.198 abitanti, la superficie degli impianti da adibire alle pubbliche affissioni è stabilita in complessivi mq700 e, comunque, non inferiore a mq 12 per ogni 1.000 abitanti.

2. la superficie complessiva degli impianti per le pubbliche affissioni, sopra determinata, è così ripartita:

affissioni di natura istituzionale, sociale privi di rilevanza economica:	03% mq. 21;
affissioni di natura commerciale:	1 9% mq. 133

Art. 16 Quantificazione degli impianti destinati all'affissione diretta

1. La superficie degli impianti da attribuire a soggetti privati per l'effettuazioni di affissioni dirette, e' pari al 78% pari a mq. 546

TITOLO IV AUTORIZZAZIONI

Art. 17 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 e le prescrizioni 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, Provincia, Regione, FF.SS., ecc.) che dovranno essere richiesti direttamente dagli interessati agli enti preposti.

Art. 18 Domanda per Autorizzazione dei mezzi pubblicitari a carattere permanente

1. La domanda, deve essere presentata, compilata sui moduli preposti, 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 della Legge 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 garantire la stabilità. Inoltre che il manufatto è realizzato con materiale non deperibile e resistente agli agenti atmosferici.
 - f) copia del nullaosta tecnico dell'ente proprietario della strada, qualora richiesto;
 - g) parere della Soprintendenza ai Beni Ambientali ed Architettonici della Regione MOLISE, qualora richiesto.
 - h) 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.
 - i) autorizzazione al trattamento dei dati personali come da D.lgs. 30/06/2003 n. 196.
2. Per il rilascio dell'autorizzazione alla collocazione di targhe indicanti strutture sanitarie, farmaceutiche e veterinarie l'interessato dovrà produrre copia conforme dell'autorizzazione all'apposizione della targa rilasciata dall'Ordine di appartenenza.

Art. 19 Domanda per Autorizzazione dei mezzi pubblicitari a carattere temporaneo

1. Per striscioni, locandine, bandiere, e segni orizzontali reclamistici, la domanda deve essere presentata almeno 15 giorni prima del previsto posizionamento, compilata sui moduli preposti, 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 della Legge 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 garantire la stabilità.
 - f) copia del nullaosta tecnico dell'ente proprietario della strada, qualora richiesto;

- g) parere della Soprintendenza ai Beni Ambientali ed Architettonici della Regione MOLISE, qualora richiesto.
 - h) 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.
 - i) autorizzazione al trattamento dei dati personali come da D.lgs. 30/06/2003 n. 196
2. Per l'effettuazione dell'attività di volantinaggio, La domanda, deve essere presentata, compilata sui moduli preposti, corredata dei seguenti documenti:
- 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, compilata sui moduli preposti, 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;
- 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;
 Nel caso di pubblicità effettuata mediante impianti di amplificazione installati su veicoli, estremi del veicolo con il quale sarà effettuata la pubblicità
 Nel caso di pubblicità effettuata in forme diverse, descrizione delle modalità di effettuazione della pubblicità.

Art. 20 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, 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 della Legge 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 pubblicità di cantiere, e per interventi su progetto particolareggiato, la domanda deve essere 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) auto dichiarazione redatta ai sensi della Legge 445/2000, con la quale si attesta che il mezzo 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 37/08.
 - g) copia del nullaosta tecnico dell'ente proprietario della strada, qualora richiesto;
 - j) parere della Soprintendenza ai Beni Ambientali ed Architettonici della Regione MOLISE, qualora richiesto.
 - k) 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'installazione di targhe per studi professionali non è prevista una specifica autorizzazione. Deve essere fatta pervenire comunicazione scritta nella quale sono indicati:
- a) generalità del richiedente, completa di codice fiscale;
 - b) dichiarazione sostitutiva di atto di notorietà riguardante l'iscrizione all'albo professionale di appartenenza;
 - c) bozzetto colorato della targa da esporre;
 - d) documentazione fotografica che illustri il punto di collocazione e dell'ambiente circostante;
 - e) nulla osta del proprietario o amministratore dell'immobile per lo sfruttamento della superficie da adibirsi alla collocazione della targa, qualora necessario.

Art. 21 Istruttoria e rilascio dell'autorizzazione

1. L'autorizzazione per l'effettuazione di ogni forma pubblicitaria contemplata nel presente PGIP, è affidata alla Polizia Municipale.
2. L'autorizzazione per l'effettuazione di pubblicità a carattere permanente e soggetta a particolare regolamentazione è rilasciata all'interessato entro 60 giorni dalla data di presentazione della relativa richiesta.
3. L'autorizzazione per l'effettuazione di pubblicità a carattere permanente e soggetta a particolare regolamentazione è rilasciata all'interessato entro 60 giorni dalla data di presentazione della relativa richiesta. L'autorizzazione di progetti particolareggiati è subordinata a seguito di atto di indirizzo della Giunta Comunale. In questo caso la Giunta Comunale esamina il progetto particolareggiato sulla base della documentazione prodotta e formula il parere di indirizzo. La Giunta Comunale, per il tramite della Polizia Municipale, si riserva la facoltà richiedere integrazioni o completamenti alla procedura. In quest'ultimo caso l'interessato dovrà soddisfare le richieste entro e non oltre 30 giorni, pena l'archiviazione della pratica;
4. Per l'effettuazione di pubblicità a carattere temporaneo è rilasciata all'interessato entro 15 giorni dalla data di presentazione della relativa richiesta.
5. È in ogni caso negato il rilascio o il rinnovo della autorizzazione nel caso in cui il richiedente abbia pendenze in materia tributaria con il Comune di VENAFRO.
6. 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 infruttuosamente 30 giorni dalla predetta comunicazione, il procedimento sarà archiviato.

7. 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 VENAFRO, o non direttamente acquisibili presso altre Amministrazioni o Enti.
8. Il responsabile del procedimento, prima della formale adozione di un provvedimento negativo, comunica tempestivamente al richiedente i motivi che ostano all'accoglimento della domanda, entro il termine di 10 giorni dal ricevimento della comunicazione il richiedente avrà il diritto di presentare per iscritto le proprie 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. Dell'eventuale mancato accoglimento di tali osservazioni è data ragione nella motivazione del provvedimento finale.

Art. 22 Rilascio delle autorizzazioni.

1. Al momento del rilascio dell'autorizzazione il soggetto titolare dovrà produrre:
 - a. Marca da bollo
 - b. Attestazione del pagamento del versamento sul c/c del Comune dei diritti di segreteria e diritti dovuti per lo svolgimento delle operazioni tecnico-amministrative in conformità a quanto previsto dal Prezziario annuale del Comune.
 - c. Attestazione del pagamento del diritto sulle pubbliche affissioni o del canone comunale sulla pubblicità secondo le forme e le tariffe vigenti, direttamente al Comune.
 - d. Piano operativo della sicurezza, nel rispetto di quanto stabilito dal D.Lgs. 81/08 (Testo Unico in materia di tutela della salute e della sicurezza nei luoghi di lavoro), allegando copia del DURC e certificato di iscrizione CCIAA dell'impresa esecutrice dei lavori.

Art. 23 Interventi di sostituzione e modifica

1. Qualora il soggetto titolare dell'autorizzazione, decorsi almeno tre mesi dal rilascio, 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 entro i successivi 30 giorni, decorsi i quali si intende assentita.

Art. 24 Termine di validità dell'autorizzazione

1. L'autorizzazione all'installazione di mezzi pubblicitari a carattere permanente, ha validità per un periodo di anni tre.
2. L'autorizzazione all'installazione di mezzi pubblicitari a carattere temporaneo, ha validità per un periodo massimo di 90 giorni ed è prorogabile.
3. L'autorizzazione alla posa di contenitori pubblicitari ha validità per un periodo di anni uno;
4. L'autorizzazione all'esposizione e alla posa di messaggi pubblicitari di cantiere ha durata non superiore a quella prevista nel titolo abilitativo.
5. L'autorizzazione per la realizzazione di progetti particolareggiati, ha validità massima di anni cinque e comunque in funzione dell'investimento per la realizzazione delle opere oggetto del progetto.

Art. 25 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 sessanta 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 della Legge 445/2000, che attesti la persistenza degli elementi di cui alla lettera e) dell'art. 19, 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. 19.

Art. 26 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 di VENAFRO 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) su ogni mezzo pubblicitario autorizzato dovrà essere saldamente fissata 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. 27 Decadenza o revoca dell'autorizzazione

1. Costituiscono causa di decadenza dell'autorizzazione per la collocazione qualsiasi mezzo pubblicitario:
 - a) la mancata osservanza delle condizioni alle quali fu subordinata l'autorizzazione;
 - b) la mancata realizzazione dell'opera entro 90 giorni dal rilascio dell'autorizzazione;
 - c) il mancato ritiro dell'autorizzazione entro 30 giorni dal decorso del termine di 60 giorni previsto per il rilascio di essa.
2. Costituiscono causa 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.
3. Costituiscono causa di revoca dell'autorizzazione:
 - a) Il fallimento dell'attività
 - b) L'inosservanza anche di uno degli obblighi alle quali fu subordinata l'autorizzazione, a seguito di preventiva diffida del Comune di VENAFRO.
 - c) In caso di pubblica necessità dichiarata e motivata dal Comune di VENAFRO.

TITOLO V

DISPOSIZIONI COMUNI E FINALI

Art. 28 Vigilanza

1. L'Amministrazione Comunale per il tramite della polizia locale ed il concessionario per la gestione della pubblicità nell'ambito dei centri abitati e nel proprio ambito di competenza, sono tenuti a vigilare, per mezzo del loro personale competente, sulla corretta realizzazione e sull'esatto posizionamento dei cartelli e degli altri mezzi pubblicitari rispetto a quanto autorizzato. Gli stessi sono obbligati a vigilare anche sullo stato di conservazione e sulla buona manutenzione dei cartelli e degli altri mezzi pubblicitari oltre che sui termini di scadenza delle autorizzazioni.

Art. 29 Sanzioni Amministrative

1. Le violazioni alle norme del presente PGIP che costituiscono infrazione al Codice della Strada, sono punite con le sanzioni previste dall'art. 23 del Codice stesso.
2. Per tutte le altre violazioni alle norme del presente PGIP, non comminabili ai sensi del suddetto Codice, si applicano le sanzioni di cui all'art. 24 del D.L.vo 507/93.
3. Prima di procedere con le sanzioni di cui ai precedenti commi 1 e 2, al fine di favorire l'emersione dell'abusivismo pubblicitario la Giunta Comunale potrà adottare specifico Piano di Repressione che preveda, in forma bonaria, di richiedere, ai possibili proprietari di impianti pubblicitari, eventuali documentazioni che giustificano la presenza del mezzo pubblicitario installato sul territorio comunale.

Art. 30 Norme Transitorie

1. I mezzi pubblicitari installati sulla base di autorizzazioni e/o concessioni a qualunque titolo rilasciate, dall'entrata in vigore del presente regolamento, se non rispondenti alle disposizioni del presente Piano, dovranno essere adeguati alla nuova normativa entro 18 mesi dalla sua entrata in vigore a cura e spese del titolare dell'autorizzazione.

Art. 31 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. 32 Entrata in Vigore

1. Il presente PGIP, entra in vigore decorsi 10 gg. dalla pubblicazione all'albo pretorio.