



COMUNE DI SAN FIOR

PROVINCIA DI TREVISO

PIANO GENERALE DEGLI IMPIANTI PUBBLICITARI

(DECRETO LEGISLATIVO 15 NOVEMBRE 1993, N° 507)

NORME TECNICHE DI ATTUAZIONE

DELIBERA CONSIGLIO COMUNALE N. 11 DEL 21/04/2009

MODIFICATO CON DELIBERA CONSIGLIO COMUNALE N. 43 DEL 13.9.2011

TITOLO I GENERALITA'

- Art.1 Ambito di applicazione. Contenuti e finalità
- Art. 2 Definizione dei centri abitati / Zonizzazione
- Art. 3 Classificazione dei mezzi e dei messaggi pubblicitari.
- Art. 4 Caratteristiche dei mezzi pubblicitari
- Art. 5 Installazione 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 Interventi di sostituzione e modifica
- Art. 23 Termine di validità dell'autorizzazione
- Art. 24 Rinnovo dell'autorizzazione dei mezzi pubblicitari a carattere permanente o soggetta a particolare regolamentazione.
- Art. 25 Obblighi del titolare dell'autorizzazione
- Art. 26 Decadenza dell'autorizzazione

TITOLO V DISPOSIZIONI COMUNI E FINALI

- Art. 27 Vigilanza
- Art. 28 Sanzioni Amministrative
- Art. 29 Norme Transitorie
- Art. 30 Norme Finali
- Art. 31 Entrata in Vigore

TITOLO I GENERALITÀ

Art.1 Ambito di applicazione. Contenuti e finalità

1. Il presente Piano Generale degli Impianti Pubblicitari 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 Piano 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 di San Fior ai sensi del D.lgs. n°285/92 e del relativo regolamento attuativo.

Art. 2 Definizione dei centri abitati / Zonizzazione

1. Ai fini dell'applicazione del presente Piano il territorio comunale viene suddiviso nelle seguenti zone:

- **zona A) ZONA DI PARTICOLARE ATTENZIONE.** 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 B) ZONA PERIFERICA A PREVALENTE DESTINAZIONE INDUSTRIALE.** Sono le aree destinate agli insediamenti industriali caratterizzate da un tessuto edilizio composto prevalentemente da attività artigianali ed industriali. Le aree ricomprese in tale zona non presentano particolari esigenze di regolamentazione nell'inserimento di mezzi pubblicitari in ambiente stradale.

- **zona C) ZONA PERIFERICA A PREVALENTE DESTINAZIONE RESIDENZIALE.** Sono le aree ricomprese all'interno del centro abitato caratterizzate da un tessuto edilizio composto prevalentemente residenziale. 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.

Ricade all'interno della zona C) tutto il confine stradale della S.S.13 "Pontebbana" comprese le pertinenze e proprietà demaniali.

- **zona D) RESTANTE PARTE DEL TERRITORIO COMUNALE.** Sono le aree ricomprese all'esterno delle zone A;B;C. Nella restante parte del territorio comunale potranno essere autorizzati impianti o mezzi pubblicitari nei limiti fissati dal Nuovo Codice della Strada.

2. La suddivisione soprariportata è identificata nella cartografia di zonizzazione allegata al presente Piano.

Art. 3 Classificazione dei mezzi e dei messaggi pubblicitari. (articoli dal 47 al 52 del D.P.R. 16/12/1992 n. 495 e at. 3 del D.Lgs.507/93)

1. I mezzi pubblicitari considerati dal Piano 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. *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.

6. *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.

7. *Messaggi commerciali.* Appartengono a questa categoria i messaggi pubblicitari destinati alla promozione a carattere privato di beni e/o servizi.

Art. 4 Caratteristiche dei mezzi pubblicitari (articoli 49 e 50 del D.P.R. 16/12/1992 n. 495)

1. I mezzi pubblicitari di cui al presente Piano 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 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 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.

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 devono avere sagoma regolare, che in ogni caso non può essere quella di disco, di triangolo o di esagono.

Art. 5 Installazione dei mezzi pubblicitari.

1. Tutte le distanze indicate nell'abaco distributivo, dovranno essere rispettate e misurate dall'estremità degli impianti stessi nella direzione del senso di marcia.

2. Il posizionamento dei mezzi pubblicitari dovrà avvenire in modo tale da consentire

sempre la perfetta visibilità degli impianti semaforici; ovvero non dovranno essere collocati in modo da precludere la percezione visiva degli impianti semaforici e della segnaletica stradale.

3. Gli impianti pubblicitari, fatte salve le insegne di esercizio poste all'interno delle aree private, dovranno essere posti esclusivamente paralleli o perpendicolari all'asse della strada.

4. 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.

5. E' vietato collocare impianti pubblicitari di qualsiasi genere o affiggere spazi pubblicitari su cabine di reti tecnologiche (es. cabine Enel, Telecom, etc.).

6. Non è consentito utilizzare come supporti e basi di appoggio per la collocazione di messaggistica pubblicitaria: fioriere, panchine, cestini gettarifiuti, transenne parapetonali, marciapiedi.

7. 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 la messaggia pubblicitaria in vista di strada pubblica.

Art. 6 Ubicazione dei mezzi pubblicitari nelle stazioni di servizio e nelle aree di parcheggio. (art.52 del D.P.R. 16/12/1992 n. 495)

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 collocati 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 e paesaggistici. Si osservano le disposizioni di cui agli artt. 49, comma 1,2 e 3, e 153 del D.Lgs. n. 42/04.

Art. 8 Disciplina di installazione per zone omogenee

1. Sulla base delle zone omogenee definite all'art. 3 del Piano, 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 Piano.

TITOLO II

PUBBLICITA' ESTERNA

Art. 9 Definizione e prescrizioni dei mezzi pubblicitari a carattere permanente soggetti ad autorizzazione (art.47 del D.P.R. 16/12/1992 n. 495)

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'idonea struttura di sostegno, finalizzata alla pubblicizzazione direzionale della sede dove si esercita una determinata attività ed installata in modo da facilitare il reperimento della 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'idonea struttura di sostegno, con una sola o entrambe le facce finalizzate alla diffusione di messaggi pubblicitari o propagandistici sia direttamente, sia tramite sovrapposizione di altri elementi, quali manifesti, adesivi, ecc. Può essere luminoso sia per luce propria che per luce indiretta.

4. *Impianto a messaggio variabile o a led luminosi.* Manufatto bidimensionale supportato da un'idonea 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. 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.

Art. 10 Definizione e prescrizioni dei mezzi pubblicitari a carattere temporaneo soggetti ad autorizzazione (art.47 del D.P.R. 16/12/1992 n. 495 e D.LGS. 507/93)

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.

Su struttura dedicata all'attività i siti di posa ed installazione assentibili sono:

Via E.Fermi – via Calbassa.

Via P. Amalteo – via Borgo Gradisca.

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.

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 manifestazioni di carattere commerciale, politico, sportivo, culturale, sociale, religioso, di ordine pubblico e simili, e sono stabiliti i seguenti limiti e divieti:

a) sulle strade all'interno del centro abitato è consentita nei soli giorni feriali dalle ore 08,00 alle ore 13,00 e dalle ore 15,00 alle ore 20,00. (Art.19 del Regolamento Acustico Comunale in vigore dal 13.03.2007).

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. (art.47 del D.P.R. 16/12/1992 n. 495 e D.LGS. 507/93)

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. 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 Piano, che prevedono adeguata propaganda e diffusione pubblicitaria per l'attività svolta.

TITOLO III

AFFISSIONI PUBBLICHE E DIRETTE

(titolo costruito in applicazione degli articoli 3; 18 del D.LGS. 507/93)

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 impianti da attribuire a soggetti privati diversi dal Comune di San Fior 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 Piano.
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. Gli spazi preferiti sono le zone 1 e 2 e le zone antistanti edifici pubblici, parchi e giardini, piazze.

Per i manifesti funebri, è previsto uno specifico supporto; 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.

Gli spazi preferiti sono le zone 1 e 2 e le zone antistanti edifici pubblici, parchi e giardini, piazze.

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 del D.Lgs. 15.11.1993, n. 507 tenuto conto che, la popolazione del Comune di San Fior risulta essere all'ultimo censimento Istat dell'anno 2001 di 6.153 abitanti, la superficie degli impianti da adibire alle pubbliche affissioni è stabilita in complessivi mq 80, proporzionata al predetto numero di abitanti e, comunque, non inferiore a mq 12 per ogni 1.000 abitanti la superficie complessiva degli impianti per le pubbliche affissioni, sopra determinata, è così ripartita:

- messaggi privi di rilevanza economica / istituzionale: mq. 15
- messaggistica commerciale: mq. 65

Art. 16 Quantificazione degli impianti destinati all'affissione diretta

La superficie degli impianti da attribuire a soggetti privati per l'effettuazioni di affissioni dirette, viene determinata fino ad un massimo di 180 mq.

TITOLO IV AUTORIZZAZIONI

(Titolo costruito in virtù dell'art. 23 D.Lgs. 30/04/92 n. 285 Nuovo Codice della Strada, e art. 53 del D.P.R. 16/12/1992 n. 495 Regolamento di esecuzione e attuazione del nuovo Codice della Strada)

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. 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.

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

1. La domanda deve essere presentata all'Ufficio Protocollo Generale del Comune di San Fior, 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 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 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 al D.Lgs. 37/08, 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.
 - g) copia del nullaosta tecnico dell'ente proprietario della strada, qualora richiesto;
 - h) parere della Soprintendenza ai Beni Ambientali ed Architettonici della Regione Veneto, 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. 19 Domanda per Autorizzazione dei mezzi pubblicitari a carattere temporaneo

1. Per l'effettuazione di pubblicità temporanea per striscioni, locandine, bandiere, e segni orizzontali reclamistici, la domanda deve essere presentata almeno 10 giorni prima del previsto posizionamento, deve essere presentata all'Ufficio Protocollo Generale del Comune di San Fior, compilata sui moduli preposti, e corredata dei seguenti documenti in duplice:

- 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) 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 del punto di ancoraggio 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.
- e) copia del nullaosta tecnico dell'ente proprietario della strada, qualora richiesto;
- f) 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 volantaggio, la domanda deve essere presentata all'Ufficio Protocollo Generale del Comune di San Fior, 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 volantaggio;
- c) vie o località interessate al volantaggio;
- 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 di San Fior, 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;

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 all'Ufficio Protocollo Generale del Comune di San Fior, 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 mezzo pubblicitario pittorico, e per interventi su progetto particolareggiato, la domanda deve essere presentata all'Ufficio Protocollo Generale del Comune di San Fior, 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) auto dichiarazione redatta ai sensi della Legge 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 al D.Lgs. 37/08, 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.
 - g) copia del nullaosta tecnico dell'ente proprietario della strada, qualora richiesto;
 - g) parere della Soprintendenza ai Beni Ambientali ed Architettonici della Regione Veneto, 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.
4. Per l'esecuzione di interventi su progetto particolareggiato, la domanda deve essere presentata all'Ufficio Protocollo Generale del Comune di San Fior, corredata del progetto delle opere da realizzare comprensivo di descrizione tecnica, nella quale siano individuabili gli elementi essenziali delle opere da effettuare, e la descrizione delle attività utili alla collettività, ed ogni altra informazione o illustrazione utile a rendere ben comprensibile l'iniziativa proposta.

Art. 21 Istruttoria e rilascio dell'autorizzazione (legge 241/90 norme in materia di procedimento amministrativo e di diritto di accesso ai documenti amministrativi)

1. L'istruttoria per il rilascio delle autorizzazioni è affidata all'Ufficio Tecnico Comunale.
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. Per l'effettuazione di pubblicità a carattere temporaneo è rilasciata all'interessato entro 15 giorni dalla data
4. L'autorizzazione per l'esecuzione di progetti particolareggiati è affidata all'Ufficio Tecnico Comunale, secondo atto di indirizzo della Giunta Comunale.
La Giunta Comunale esamina il progetto sulla base degli atti in suo possesso e formula i propri pareri di indirizzo. La Giunta Comunale, per il tramite dell'Ufficio Tecnico, si riserva la facoltà richiedere integrazioni o completamenti della procedura. In questi casi l'interessato si farà carico di integrare l'istanza che dovrà pervenire entro e non oltre 30 giorni dalla richiesta, pena l'archiviazione della pratica.
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 San Fior.
6. Il termine rimane sospeso nel caso in cui il Comune di San Fior inviti i richiedenti, a mezzo di comunicazione scritta entro 30 giorni dalla presentazione della richiesta, a produrre ulteriore documentazione o ad integrare quella depositata, che dovrà essere prodotta entro i tempi indicati nell'invito a produrre tale documentazione. In caso di mancato ricevimento di quanto richiesto, la domanda presentata sarà archiviata e pertanto respinta.

Art. 22 Interventi di sostituzione e modifica (art.53 c. 8 del D.P.R. 16/12/1992 n. 495)

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. 23 Termine di validità dell'autorizzazione (art.26 del D.Lgs. 30/04/92, e art.53 c. 6 del D.P.R. 16/12/1992 n. 495)

1. L'autorizzazione all'installazione di mezzi pubblicitari a carattere permanente, ha validità per un periodo di anni tre.
2. L'autorizzazione all'esecuzione di progetti particolareggiati che contemplino interventi finalizzati alla realizzazione di opere od attività di rilevante interesse per la collettività, sarà rilasciata per mezzo di concessione comunale, che stabilirà la durata e le prescrizioni inerenti i criteri di installazione - gestione e manutenzione dei mezzi pubblicitari, la durata da valutarsi in funzione dell'investimento per la realizzazione delle opere, nonché tutte le altre modalità ritenute più opportune all'utilità pubblica dell'impresa.
3. L'autorizzazione all'installazione di mezzi pubblicitari a carattere temporaneo, ha validità per un periodo massimo di 90 giorni.
4. L'autorizzazione alla posa di contenitori pubblicitari ha validità per un periodo di anni uno.
5. 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. 24 Rinnovo dell'autorizzazione dei mezzi pubblicitari a carattere permanente o soggetta

a particolare regolamentazione. (art. 53 c. 6 del D.P.R. 16/12/1992 n. 495)

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 della Legge 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. 25 Obblighi del titolare dell'autorizzazione (art. 54 del D.P.R. 16/12/1992 n. 495)

1. È fatto obbligo al titolare dell'autorizzazione di:

- a) verificare periodicamente il buono stato di conservazione dei cartelli, delle insegne di esercizio e degli altri mezzi pubblicitari e delle loro strutture di sostegno e tempestivamente effettuare tutti gli interventi necessari al loro buon mantenimento.
- b) adempiere nei tempi richiesti a tutte le prescrizioni impartite dal Comune di San Fior al momento del rilascio dell'autorizzazione o anche successivamente per intervenute e motivate esigenze;
- c) 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;
- d) stipulare idonea polizza assicurativa per la responsabilità civile verso terzi avente durata pari al periodo autorizzato, a copertura dei rischi connessi all'installazione ed al mantenimento in opera del mezzo pubblicitario.
- 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 (completo di indirizzo della sede legale e recapito telefonico);
 - numero dell'autorizzazione;
 - data 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. 26 Decadenza dell'autorizzazione

1. Costituiscono cause 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 60 giorni dal rilascio dell'autorizzazione 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 V

DISPOSIZIONI COMUNI E FINALI

(Titolo costruito in virtù dell'art. 24 del D.Lgs. 507/93, art. 56, 58; del D.P.R. 16/12/1992 n. 495)

Art. 27 Vigilanza

1. Gli Enti proprietari della strada, l'Amministrazione comunale ed il concessionario per la gestione della pubblicità nell'ambito dei centri abitati, 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 enti 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. 28 Sanzioni Amministrative

1. Ai trasgressori del presente regolamento, fatta salva la configurazione di un diverso e/o più grave illecito, è comminata una sanzione amministrativa pecuniaria da € 25,00 a € 500,00.

Resta fatta salva l'applicazione delle sanzioni e delle procedure sanzionatorie previste dal D.Lgs. 30.04.1992 n. 285 "Nuovo Codice della Strada", e dal D.Lgs. 507/93.

Art. 29 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 18 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. 30 Norme Finali

1. Per tutto quanto non previsto dal presente Piano, si applicano le disposizioni delle normative richiamate all'art. 2 del presente Piano.
2. Il presente Piano 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 Piano.

Art. 31 Entrata in Vigore

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