



CITTA' DI VIBO VALENTIA

**PIANO GENERALE DEGLI IMPIANTI
PUBBLICITARI**

**REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA DELLA PUBBLICITA'
E DELLE PUBBLICHE AFFISSIONI**

(approvato ed emendato con Deliberazione C.C.
n. 21 del 24 aprile 2014)

(NORME ATTUATIVE)

CAPO I

DISPOSIZIONI GENERALI

ART. 1 - PRINCIPI GENERALI

1. Il Comune di Vibo Valentia, nel rispetto dei Principi costituzionali di libertà di manifestazione del pensiero e di iniziativa economica, nel riconoscere l'elevata incidenza sociale ed economica della comunicazione:

- a) conferma la libertà di ogni imprenditore sul territorio comunale, nel rispetto delle regole di un mercato libero, concorrenziale e progressivamente più ampio;
- b) disciplina l'attività di comunicazione pubblicitaria sul territorio, avendo cura di tutelare il decoro urbano, la sicurezza stradale ed incentivando le entrate proprie;
- c) garantisce la comunicazione istituzionale nel rispetto dei principi di sussidiarietà, differenziazione ed adeguatezza di cui all'art. 119 Cost.

2. Il presente regolamento che disciplina lo svolgimento delle attività comunicative, anche in forma d'impresa di servizi, finalizzate alla promozione dell'offerta economica sul libero mercato ed istituisce il servizio locale delle pubbliche affissioni, viene emanato nell'ambito delle competenze del Consiglio di cui all'art. 42 comma 1 punti a) b) del D.L.vo 18 agosto 2000, n. 267 previo atto di indirizzo della Giunta comunale.

ART. 2 - ARTICOLAZIONE

1. Il presente Piano Generale degli Impianti Pubblicitari, di seguito denominato più semplicemente Piano, oltre ad includere gli "Elaborati" per come individuati all'articolo 6, è suddiviso in tre parti:

- Disposizioni generali;
- Pubblicità esterna;
- Pubbliche affissioni.

2. La prima parte fornisce gli elementi per la lettura del Piano e le indicazioni di carattere generale in ordine alla sua efficacia.

3. La seconda parte, oltre a definire gli impianti pubblicitari, individua le aree, le modalità e le condizioni per svolgere attività di comunicazione pubblicitaria, intesa come propaganda commerciale in senso ampio, svolta sia in proprio, sia a fronte di un corrispettivo nell'ambito di una libera attività d'impresa. Nella pubblicità esterna va ricondotta anche l'installazione in proprio di insegne di esercizio.

4. La terza parte, infine, istituisce e disciplina il Servizio per le Pubbliche affissioni, definisce le superfici e le modalità per l'espletamento della comunicazione mediante manifesti avente finalità non solo commerciale, ma anche istituzionale, sociale e comunque priva di rilevanza economica.

ART. 3 - FONTI

1. Lo svolgimento della Pubblicità esterna e delle Pubbliche affissioni è disciplinato dal presente regolamento, nonché da quanto altro previsto dalla normativa nazionale ed in particolare da:

- Art. 23 del codice della strada;
- Capo I §§ 3 del Titolo II del Regolamento di esecuzione del codice della strada;
- Capo II del D.P.R. 6 giugno 2001, n. 380, nonché regolamenti e strumenti urbanistici

vigenti;

- D.L.vo 22 gennaio 2004, n. 42;

- D.L.vo 15 novembre 1993, n. 507.

2. Gli eventuali contrasti tra le norme, non sanabili mediante integrazione, verranno risolti secondo gli ordinari principi che regolano le relazioni tra le fonti del diritto.

ART. 4 - ABROGAZIONI E MODIFICHE

1. Dalla data di entrata in vigore del presente Piano, sono espressamente abrogati:

- L'art. 1 comma 1, 3 comma 1, 4, 5, il capo II titolo I con esclusione dell'art. 9, nonché gli artt. 13 commi 1-3-5-6, 14, 15 comma 1, nonché da 4 a 11, il capo IV titolo II del Regolamento comunale per la disciplina della pubblicità e delle pubbliche affissioni di cui alla deliberazione del Commissario prefettizio del 13 luglio 1994.

2. L'art. 13 comma 2 del Regolamento citato al comma precedente è sostituito dal seguente:

“2. Gli elaborati allegati al Piano generale degli impianti pubblicitari:

a) rilevano la concreta articolazione degli impianti pubblicitari e per le pubbliche affissioni comunque installati nel centro abitato, specificandone tipologia, titolare ed ubicazione

b) individuano la possibile allocazione degli impianti medesimi per ciascuna zona, sia in termini di numero complessivo, che di superficie massima ammissibile per alcune tipologie.”

3. All'art. 15 comma 2 del Regolamento di cui sopra le parole “mq. 17.400” sono sostituite da “mq. 800”. L'art. 15 comma 3 è sostituito dal seguente: “3. La superficie complessiva degli impianti per le pubbliche affissioni sopra determinata è ripartita come appresso:

a) = mq. 240 pari al 30% è destinata alle affissioni di natura istituzionale, sociale o comunque priva di rilevanza economica, effettuata dal servizio comunale;

b) = mq. 320 pari al 40% è destinata alle affissioni di natura commerciale effettuate dal servizio comunale;

c) = mq. 240 pari al 30% è destinata alle affissioni di natura non necessariamente commerciale, effettuata direttamente da soggetti privati, comunque diversi dal concessionario del servizio, ove lo stesso sia appaltato.

ART. 5 - CONTENUTI ED OBIETTIVI DEL PIANO

1. Lo scopo del presente Piano, nell'ottica di una migliore salvaguardia dell'ambiente urbano, è quello di regolamentare la tipologia, le caratteristiche e la distribuzione degli impianti pubblicitari e delle pubbliche affissioni sul territorio comunale, per come individuato all'articolo 7, nel rispetto delle prescrizioni di cui al D.L.vo 15 novembre 1993, n. 507 ed al Regolamento comunale per la disciplina della pubblicità e delle pubbliche affissioni approvato con deliberazione del Commissario prefettizio n. 37 del 13 luglio 1994. La regolamentazione avviene altresì nel rispetto dei vincoli imposti dai vigenti strumenti urbanistici ed in coerenza con quanto altro previsto dalla normativa nazionale e locale con riguardo alle esigenze di carattere sociale, alla concentrazione demografica ed economica, nonché alla tutela ambientale, paesaggistica, della circolazione e del traffico.

2. In particolare il piano, oltre ad indicare la tipologia di impianti per la Pubblicità esterna e per le Pubbliche affissioni, fissa le prescrizioni volte ad ottenerne l'autorizzazione all'installazione, stabilisce il limite concernente le superfici ammissibili per alcune tipologie di impianti per ciascuna zona, nonché la compatibilità con queste ultime di ogni fattispecie.

3. Le indicazioni e le norme contenute nel Piano:

- a) hanno valore programmatico, aventi il principale fine di razionalizzare e pianificare l'attività relativa alla comunicazione pubblicitaria (anche quella svolta in proprio mediante l'installazione di insegne di esercizio) e delle Pubbliche affissioni;
- b) costituiscono punti di riferimento normativo locale per l'utenza e per gli uffici competenti nell'ambito dei procedimenti volti al rilascio delle autorizzazioni;
- c) non sanano pregresse situazioni di irregolarità e non sostituiscono i titoli abilitanti per le singole fattispecie;
- d) consentono un accertamento più rapido degli abusi.

ART. 6 - ELABORATI

1. Fanno parte integrante del Piano i seguenti elaborati tecnici, caratterizzati da una finalità prevalentemente esecutiva ed aventi i contenuti sotto specificati:

- Zonizzazione: recante la suddivisione del territorio comunale per zone e la capacità di queste ultime in termini di superficie destinata alla comunicazione pubblicitaria con particolari impianti;
- Abaco generale dei Mezzi Pubblicitari: recante una sintetica descrizione dei principali mezzi pubblicitari consentiti, con l'indicazione delle caratteristiche costruttive e dimensionali dei medesimi;
- Anagrafe dei Mezzi Pubblicitari: recante l'elencazione dei mezzi pubblicitari rinvenuti sul territorio, con l'indicazione della tipologia, del titolare, delle dimensioni e dell'ubicazione;
- Mappa dei Mezzi Pubblicitari: raffigurante il concreto posizionamento degli impianti esistenti.

ART. 7 - EFFICACIA DEL PIANO

1. Il presente Piano è elaborato in conformità ai criteri stabiliti dal D.L.vo 15 novembre 1993, n. 507 e dall'art. 13 comma 2 del Regolamento comunale per la disciplina della pubblicità e delle pubbliche affissioni per come novellato dall'art. 4. Esso si applica al territorio del Comune di Vibo Valentia, frazioni comprese, individuato come centro abitato ai sensi dell'art. 4 del D.L.vo 30 aprile 1992, n. 285, giusta deliberazione della G.M. n. 254 del 21.07.2005.

2. La regolamentazione relativa a tipologia, caratteristiche, distribuzione, collocazione e procedimento per il rilascio dell'autorizzazione degli impianti pubblicitari sul territorio comunale, non ricompreso nel centro abitato, è data dall'art. 23 del codice della strada, nonché da quanto altro previsto dal relativo Regolamento di esecuzione (D.P.R. 16 dicembre 1992, n. 495).

ART. 8 - DEFINIZIONE E CLASSIFICAZIONE DELLE STRADE

1. Ove ai fini dell'applicazione delle norme di cui al presente Piano, occorresse preliminarmente catalogare le strade in funzione delle loro caratteristiche costruttive, tecniche e funzionali, esse sono classificate ai sensi dell'art. 2, comma 2, del codice della strada.

ART. 9 - DEFINIZIONI GENERALI

1. Ai fini del presente Piano si definiscono:

a) *Pubblicità esterna*: attività comunicativa diretta al pubblico, effettuata sugli impianti privati individuati ai sensi dell'articolo 14, destinata a promuovere per finalità commerciali attività, servizi e/o prodotti di pertinenza di chi dispone dell'impianto, ovvero di terzi che, a titolo oneroso, beneficiano dell'attività pubblicitaria svolta da altri in forma d'impresa per migliorarne l'immagine sul libero mercato.

b) *Pubbliche affissioni*: attività comunicativa diretta al pubblico, espletata mediante la divulgazione di manifesti di qualunque materiale. Essa è oggetto, ove istituito, di un servizio locale gestito direttamente dal Comune, ovvero da terzi in regime di concessione, a seguito di una procedura di aggiudicazione ad evidenza pubblica. Detta attività si realizza in appositi impianti individuati ai sensi dell'articolo 32 e riguarda comunicazioni aventi finalità istituzionali, sociali o comunque prive di rilevanza economica, nonché, nella misura stabilita dal Regolamento per la disciplina della pubblicità e delle pubbliche affissioni, finalità commerciale, espletata anche dal privato titolare del supporto sia in proprio, sia per conto di terzi nell'esercizio di attività imprenditoriale.

c) *Mezzi pubblicitari*: categoria generale comprendente tutti i manufatti e gli altri strumenti di propaganda, quali insegne di esercizio, apparecchiature foniche, veicoli, volantini, targhe, plance etc etc, a chiunque appartenenti e con sostanziale funzione comunicativa e promozionale della domanda e dell'immagine commerciale. Sono destinati a supportare messaggi divulgati nell'ambito delle attività di *Pubblicità esterna* e di *Pubbliche affissioni*.

d) *Impianti Pubblicitari*: categoria specifica di manufatti individuata nell'ambito dei *Mezzi pubblicitari*, caratterizzati da una certa stabilità, di proprietà di soggetti privati, costituiti di diverso materiale e destinati a supportare messaggi promozionali e propagandistici nell'ambito della *Pubblicità esterna* per come definita sopra.

e) *Impianti di Pubblica affissione*: categoria specifica di manufatti, individuata nell'ambito dei *Mezzi pubblicitari*, costituiti di diverso materiale e destinati a supportare messaggi di contenuto istituzionale, sociale, ed entro certi limiti anche commerciale, nell'ambito delle *Pubbliche affissioni* per come definite sopra. Essi, in relazione alla natura giuridica del soggetto proprietario vengono distinti in:

e1) *Impianti di pubblica affissione in senso stretto*: di proprietà del Comune o del concessionario e strumentali alle affissioni effettuate dal Servizio comunale, anche in regime di concessione, aventi ad oggetto comunicazioni istituzionali, sociali o comunque prive di rilevanza economica, nonché nei limiti regolamentari, comunicazioni di natura commerciale;

e2) *Impianti per affissioni dirette*: di proprietà privata e strumentali alle affissioni effettuate direttamente dal proprietario dell'impianto, anche per conto di terzi, aventi contenuti non necessariamente commerciali.

ART. 10 - ZONIZZAZIONE

1. Ai fini della concreta distribuzione e collocazione dei mezzi pubblicitari, il territorio comunale ricadente all'interno del centro abitato per come individuato all'articolo 7, viene suddiviso per zone secondo l'elencazione e descrizione indicata al comma seguente.

2. Le zone sono:

a) **ZONA A1 - CENTRO STORICO**. Ricomprende l'area ristretta caratterizzata da particolare e tradizionale pregio e valore storico, nonché quella limitrofa ad edifici o strutture peculiari che si distinguono per proprie emergenze architettoniche. Nell'elaborato Zonizzazione

allegato al presente Piano è delimitata e contraddistinta dal colore arancio.

b) ZONA A2 - ZONA RESIDENZIALE/COMMERCIALE/TERZIARIA. Ricomprende l'area caratterizzata da insediamenti edili a carattere prevalentemente residenziale con densità di tipo estensivo. Nell'elaborato Zonizzazione allegato al presente Piano è delimitata e contraddistinta dal colore azzurro.

c) ZONA A3 - ZONA SERVIZI - INDUSTRIALE/ARTIGIANALE. Ricomprende l'area caratterizzata da insediamenti e/o strutture a carattere commerciale, industriale e terziario, o comunque con una destinazione prevalentemente produttiva, seppur associata ad attrezzature e spazi urbani di interesse collettivo, eventualmente funzionali all'erogazione di servizi di rilevanza pubblica. Nell'elaborato Zonizzazione allegato al presente Piano è delimitata e contraddistinta dal colore giallo.

d) ZONA A4 - AREA DI RISPETTO E PARTICOLARE PREGIO. Ricomprende l'area di particolare pregio visivo e panoramico, nonché le aree sottoposte a vincolo archeologico. Nell'elaborato Zonizzazione allegato al presente Piano è delimitata e contraddistinta dal colore arancio pallido.

3. Per ciascuna zona sono indicate all'art. 16, le tipologie di impianti ammesse, nonché le eventuali prescrizioni particolari per la loro messa in opera, ove se ne richiedano di ulteriori rispetto a quelle generali indicate in altre parti del presente strumento programmatico, o in altre norme ad efficacia generale.

ART. 11 - MODIFICHE ED AGGIORNAMENTI

1. Il presente Piano può essere adeguato o modificato entro il 30 settembre di ogni anno con effetto dal primo gennaio dell'anno solare successivo. L'iniziativa compete alla Giunta comunale.

2. Le modifiche possono dipendere da variazioni della consistenza demografica del Comune, dall'espansione del centro abitato per come determinata dallo specifico atto della Giunta comunale, dallo sviluppo della viabilità, da esigenze finanziarie, da ragioni connesse all'espansione delle attività economiche e da ogni altra causa che l'organo esecutivo riterrà rilevante e della quale si renderà conto nella relazione di accompagnamento al progetto di modifica.

ART. 12 - ENTRATA IN VIGORE. REGIME TRANSITORIO

1. Le disposizioni contenute nel presente Piano hanno efficacia per il futuro ed entrano in vigore il primo giorno del terzo mese successivo alla data di esecutività del provvedimento di approvazione.

CAPO II PUBBLICITA' ESTERNA

SEZIONE I - DISPOSIZIONI GENERALI

ART. 13 - TIPOLOGIE DI PUBBLICITÀ AI FINI DELL'IMPOSTA

1. La Pubblicità esterna viene disciplinata dal presente Piano valutando unicamente le caratteristiche strutturali e tecnico costruttive degli impianti utilizzati, nel rispetto delle esigenze connesse alla salvaguardia della sicurezza e del decoro delle aree di uso pubblico, degli standard urbanistici e, più in generale, dell'impatto ambientale che tale forma di

svolgimento dell'attività economica comporta sul territorio comunale.

2. Ai soli fini del calcolo dell'imposta sulla pubblicità, per come istituita dal D.L.vo 15 novembre 1993, n. 507 e dal Regolamento comunale, le tipologie di pubblicità sono classificate secondo quanto previsto dall'art. 9 di quest'ultimo.

3. Sono ulteriormente classificate, in funzione della durata dell'esposizione degli impianti, strumentali alla diffusione del messaggio in:

a) *Pubblicità temporanea.*

Relazionata a speciali eventi di durata limitata ad un periodo massimo di tre mesi, quali manifestazioni, spettacoli, mostre, fiere, offerte promozionali. E' ammessa per il tramite di impianti ancorati al suolo o ad altre strutture in elevazione, solo ed unicamente durante il periodo di svolgimento della manifestazione o evento a cui si riferiscono, oltre che durante i sette giorni che lo precedono e le ventiquattro ore successive alla sua conclusione.

b) *Pubblicità permanente.*

Avente ad oggetto una comunicazione propagandistica destinata ad avere efficacia a tempo indeterminato. E' ammessa per mezzo di strumenti di propaganda, ovvero di impianti vincolati saldamente e direttamente al suolo, o ad altre strutture stabili, per come elencati all'articolo seguente. Detti impianti rappresentano un supporto potenzialmente duraturo per l'esposizione dei messaggi commerciali.

ART. 14 - TIPOLOGIA DI IMPIANTI PUBBLICITARI

1. Gli impianti di pubblicità esterna, ad ulteriore specificazione di quanto stabilito all'articolo precedente ed in considerazione delle loro caratteristiche strutturali e tecnico costruttive, vengono suddivisi nelle fattispecie elencate e descritte al terzo comma del presente articolo.

2. Ulteriori requisiti per ciascuna specie di impianto, possono essere dettagliati nell'elaborato Abaco generale dei Mezzi Pubblicitari allegato al presente Piano.

3. Non sono ammissibili categorie diverse da quelle appresso indicate:

a) *preinsegna*: manufatto bidimensionale di svariato materiale utilizzabile su una o su entrambe le facciate, recante dicitura o scritta in caratteri alfanumerici, completata da freccia di orientamento ed eventualmente da simboli e da marchi. Essa è supportata da un'idonea struttura di sostegno verticale ed è finalizzata prevalentemente alla indicazione direzionale della sede dove si esercita una determinata attività; è installata in modo da facilitarne il reperimento e comunque nel raggio di 5 km. Non può essere luminosa, né per luce propria, né per luce indiretta.

b) *cartello*: manufatto bidimensionale, supportato da idonea struttura di sostegno vincolata unicamente alla terraferma, con una o entrambe le facce destinate alla diffusione di messaggi pubblicitari o propagandistici, sia direttamente ed indelebilmente, sia tramite sovrapposizione nel tempo di altri elementi, quali pellicole, adesivi, ecc. che consentono una variabilità temporale del messaggio. Può essere luminoso sia per luce propria che per luce indiretta.

c) *striscione*: manufatto bidimensionale, utilizzabile anche su entrambe le facce, realizzato in materiale di qualsiasi natura, ma necessariamente privo di rigidità. Esso manca di una superficie di appoggio, o comunque non è aderente alla stessa. Non può essere luminoso, se non per luce indiretta.

c1) *telo pubblicitario*: manufatto di materiale sintetico quale nylon o pvc privo di rigidità, sotteso ed ancorato con tiranti a struttura tubolare perimetrale quadrilatera o triangolare installata in aderenza a parete ed a breve distacco da quest'ultima. La struttura tubolare, in

alternativa, anche poliedrica, può ancorarsi perpendicolarmente al suolo o ad altro elemento stabile, nel qual caso l'utilizzo ai fini grafici del supporto sintetico è su più di una superficie ed il telo si definisce bifacciale o complesso. Può essere luminoso unicamente per luce indiretta.

d) *locandina - espositore*: struttura bidimensionale o poliedrica, eventualmente a vetrina e munita di illuminazione interna o indiretta, anche con più di una superficie utilizzabile per la comunicazione visiva. E' completa di struttura di sostegno propria, posizionata direttamente sul terreno o su ringhiera. Consente la diffusione di messaggi concernenti una campagna commerciale generalmente a tempo determinato o stagionale. A differenza dello striscione, può essere realizzata in materiale rigido.

d1) *pannello*: semplice manufatto metallico, ovvero di materiale sintetico caratterizzato da rigidità, bidimensionale, di sagoma quadrangolare e privo di propria struttura di sostegno. Esso, ancorato direttamente in aderenza su muro di cinta o ringhiera, solitamente di dimensioni contenute, è opportunamente e permanentemente decorato su una sola facciata per mezzo di tecniche di stampa serigrafiche o litografiche.

e) *segno orizzontale reclamistico*: pellicole adesive posizionate in aderenza sulla superficie stradale che riproducono scritte, slogan e/o diciture, nonché caratteri alfanumerici, simboli e marchi, nell'ambito di messaggi pubblicitari o propagandistici generalmente non permanenti.

f) *impianto pubblicitario di servizio*: qualunque manufatto che rappresenta un elemento dell'arredo urbano e stradale, finalizzato prevalentemente a rendere un servizio di pubblica utilità nell'ambito del centro abitato e recante, peraltro, uno spazio pubblicitario che può essere luminoso sia per luce diretta che indiretta. Sono impianti pubblicitari di servizio:

- 1) fermate autobus;
- 2) pensiline, transenne parapetonali;
- 3) cestini;
- 4) panchine;
- 5) orologi;
- 6) elementi di arredo delle aiuole.

g) *poster*: manufatto bidimensionale, con una o entrambe le facciate utilizzabili ai fini della diffusione di messaggi pubblicitari sia per una campagna pubblicitaria che per molteplici, tramite la sovrapposizione di altri elementi, come manifesti e/o adesivi, che consentano la propaganda variabile nel tempo. Può essere multiplo nell'ipotesi in cui la struttura di sostegno contenga più di un riquadro destinato alla comunicazione. A differenza del cartello la struttura di sostegno, generalmente in materiale metallico, oltre che al suolo può essere saldamente ancorata alla parete di un edificio o di cinta.

h) *impianto a messaggio variabile*: manufatto bidimensionale, mono o bifacciale, ancorato alla base e/o vincolato a parete da idonea struttura di sostegno. Esso è funzionale all'esposizione di messaggi pubblicitari variabili (prismi rotanti o altro), con controllo elettromeccanico che garantisce la variabilità del messaggio, oppure caratterizzato dall'impiego di diodi luminosi, lampadine e simili attraverso un controllo elettronico intermittente.

i) *totem*: manufatto tridimensionale di significativo impatto ambientale, con struttura metallica in elevazione saldamente ancorata al suolo in direzione perpendicolare. Per l'ampia superficie che lo caratterizza, è finalizzato alla diffusione contestuale di più messaggi commerciali, sia direttamente sia tramite la sovrapposizione di altri elementi quali adesivi, pellicole e manifesti. Può essere luminoso, sia per luce propria che per luce indiretta e connesso a sistemi di funzionamento meccanico, elettrico o elettronico che consentono la

variabilità della comunicazione, o un particolare movimento dell'impianto o di parti di esso.

4. Sono strumenti di propaganda:

a) *insegna di esercizio*: manufatto bidimensionale utilizzato anche su più di una facciata, realizzato con materiale di qualsiasi natura, contenente la scritta, il simbolo o similari (logo, marchio), relativi al nome dell'esercente, la ragione sociale della ditta o ente, la qualità dell'esercizio e la sua attività prevalente, eventualmente completata dall'indicazione delle merci vendute o prodotte, o dei servizi che vengono prestati. Essa, normalmente installata nella sede o dipendenza dell'attività che si intende propagandare, o nelle pertinenze accessorie della medesima, ha il prevalente scopo di consentirne l'individuazione. Le insegne di esercizio possono essere anche luminose, sia per luce propria che per luce indiretta. A seconda della sagoma, nonché delle caratteristiche costruttive e collocazione, si suddividono nei tre seguenti generi:

a1) *insegna in appoggio*: se prive di propria struttura di sostegno verticale, a sua volta suddivise in:

a1a) parallele: se ancorate direttamente ed in aderenza al fabbricato, edificio o struttura fissa;

a1b) perpendicolari: se ancorate direttamente al fabbricato, edificio o struttura fissa in modo da formare con questi ultimi un angolo retto.

a2) *insegna verticali (o su palo)*: se dotate di propria struttura di sostegno verticale, a sua volta suddivise in:

a2a) a bandiera: se il riquadro contenente il messaggio pubblicitario è ancorato alla struttura di sostegno da un solo bordo verticale;

a2b) a stendardo: se il riquadro contenente il messaggio pubblicitario è ancorato alla struttura di sostegno da entrambi i bordi verticali;

a2c) a gonfalone: se il riquadro contenente il messaggio pubblicitario è ancorato alla struttura di sostegno dal bordo inferiore ed al centro di questo.

a3) *insegna-totem*: su supporto verticale proprio generalmente luminoso e di altezza superiore ai 2,50 m, la cui maggior parte dell'area d'ingombro è concretamente rivestita in materiale sintetico o pellicola metallica, eventualmente anche decorata e/o utilizzata per la diffusione del messaggio commerciale. Si prescinde da quest'ultima valutazione nel caso di struttura la cui altezza supera i 7 m.

b) *targhe*: manufatti bidimensionali contenenti esclusivamente la denominazione di attività professionali, commerciali o di carattere sanitario, installati in aderenza alla parete dell'edificio in cui l'attività si svolge ed aventi la sola funzione di individuarne la sede.

c) *amplificatori o simili*: strumentazione elettrica o elettronica per mezzo della quale si espleta la pubblicità fonica ai sensi dell'art. 59 del Regolamento di esecuzione del codice della strada.

d) *vele*: veicoli speciali omologati ai sensi dell'art. 203, comma 1 lett. q) del Regolamento di esecuzione del codice della strada che consentono l'espletamento della specifica tipologia pubblicitaria indicata all'art. 9 del Regolamento comunale e per la cui disciplina valgono gli artt. 57 e 59 del predetto Regolamento.

5. L'installazione o collocazione degli impianti, nonché l'utilizzo degli strumenti di cui al precedente comma, può avvenire in area di proprietà privata, in area privata soggetta ad uso pubblico o visuale pubblica, ovvero su suolo o area pubblica.

ART. 15 - MEZZI PUBBLICITARI NON DISCIPLINATI

1. Fatte salve eventuali e specifiche prescrizioni concernenti l'aspetto tributario contenute

nel Regolamento comunale che disciplina l'imposta sulla Pubblicità, non ricadono nella disciplina nel presente capo i seguenti mezzi pubblicitari, pur se altrove definiti impianti:

- a) le insegne, anche non di esercizio, la cui esposizione si obbligatoria per legge o per regolamento, salvo quanto prescritto all'art. 16 comma 1bis;
- b) i manufatti, anche con funzione di arredo, di qualunque materiale posti all'interno dei locali, o esposti nelle vetrine e nelle porte d'ingresso dei locali medesimi attinenti ai beni o ai servizi in essi venduti o erogati. Non ricadono in detta fattispecie i manufatti installati nelle aree parcheggio di pertinenza dei locali commerciali;
- c) i manufatti o elementi di qualunque materiale posti all'interno, sulle facciate o sulle recinzioni dei locali di pubblico spettacolo finalizzati a reclamizzare le manifestazioni in programma;
- d) i manufatti, generalmente in cartone o materiale riciclabile, posti sulle facciate esterne, sulle porte o nelle vetrine delle edicole relative a giornali ed a pubblicazioni periodiche;
- e) i manufatti posti all'interno dei mezzi di trasporto pubblico destinati ad esposizioni pubblicitarie e quelli destinati ad esposizioni pubblicitarie effettuate in via esclusiva dallo Stato o dagli enti pubblici territoriali.

ART. 16 - COLLOCAZIONE PER ZONE

1. Nell'area ricompresa nella ZONA A1 - CENTRO STORICO, per come individuata all'articolo 10, sono ammessi, oltre alle insegne di esercizio e le targhe, i seguenti impianti pubblicitari: locandine, striscioni, impianti pubblicitari di servizio. Sono espressamente vietati tutti gli altri impianti pubblicitari. I materiali utilizzati devono essere di pregio, i colori, la sagoma e le caratteristiche strutturali devono essere consoni all'ambiente circostante e comunque tali da garantire il rispetto del contesto urbanistico che occupano.

1 bis. Non è consentita l'installazione di insegne di esercizio luminose perpendicolari o a bandiera ad eccezione di quelle indicanti alberghi e farmacie. Per queste due ipotesi, in ogni caso, nell'ambito del relativo procedimento per come disciplinato all'art. 18 verrà valutata la compatibilità estetica con l'area circostante.

2. Nell'area ricompresa nella ZONA A2 - ZONA RESIDENZIALE/COMMERCIALE/TERZIARIA, per come individuata all'articolo 10, sono ammessi tutti gli impianti pubblicitari di cui all'articolo 14.

3. Nell'area ricompresa nella ZONA A3 - ZONA SERVIZI - INDUSTRIALE/ARTIGIANALE per come individuata all'articolo 10, sono ammessi tutti gli impianti pubblicitari di cui all'articolo 14 ad eccezione dello striscione e del segno orizzontale reclamistico.

4. Nell'area ricompresa nella ZONA A4 - AREA DI RISPETTO E PARTICOLARE PREGIO, per come individuata all'articolo 10, sono ammessi gli impianti pubblicitari analogamente a quanto previsto al comma 1.

SEZIONE II - PROCEDIMENTO PER IL RILASCIO DELL'AUTORIZZAZIONE

ART. 17 - PROVVEDIMENTO

1. L'installazione o collocazione degli impianti pubblicitari nel territorio comunale ricompreso nel centro abitato, per come delimitato ai sensi dell'articolo 7, deve essere autorizzato con provvedimento espresso, all'esito del procedimento disciplinato all'articolo seguente ed alla luce dei principi di cui al capo I della legge 7 agosto 1990, n. 241, nonché delle norme di cui ai capi II e III, in quanto e nei limiti espressamente richiamati nel presente Piano.

1 bis. Ai sensi dell'art. 405 del Regolamento di esecuzione del codice della strada per il procedimento di cui al comma precedente la somma dovuta a titolo di diritti è fissata in €

150,00. Qualora l'installazione riguardi un impianto di cui all'art. 14 comma 3 lett. a), la somma dovuta è ridotta alla metà.

2. L'installazione o collocazione degli impianti pubblicitari nel territorio comunale non ricompreso nel centro abitato, segue la disciplina di cui all'art. 53 del Regolamento di esecuzione del Codice della Strada.

3. Il provvedimento di autorizzazione è personale e, a pena di nullità ed inopponibilità, non può essere ceduto a qualunque titolo. Esso deve riportare:

a) il nome e/o la ragione sociale della ditta, società, o persona fisica titolare dell'autorizzazione;

b) l'indicazione e descrizione dell'impianto pubblicitario per il quale è rilasciata, corredata di ogni elemento utile alla sua concreta individuazione;

c) il termine di validità della stessa che non può eccedere i tre anni, rinnovabili a seguito di ulteriore e specifica istanza;

d) l'elencazione degli obblighi del titolare dell'autorizzazione disposti dall'art. 54 del Regolamento di esecuzione del codice della strada, con l'avvertimento che il loro inadempimento, costituisce giusta causa per la revoca del provvedimento;

e) l'ammontare dell'imposta per come quantificata dall'Ufficio tributi, con l'avvertimento che il mancato pagamento nei termini costituisce giusta causa per la revoca del provvedimento.

ART. 18 - AUTORIZZAZIONE TACITA

1. L'installazione, attivazione o utilizzo degli strumenti di propaganda di cui all'art. 14, comma 4, nonché degli impianti di cui all'art. 14 comma 3 lett. e), si considera provvisoriamente consentito dal quinto giorno successivo la presentazione della comunicazione secondo il modello B allegato al presente regolamento. La mancata presentazione del modello, completo delle dovute dichiarazioni ed allegati, comporta l'inammissibilità dell'installazione o utilizzo.

1 bis. Ai sensi dell'art. 405 del Regolamento di esecuzione del codice della strada, per il procedimento semplificato descritto al presente articolo, la somma dovuta a titolo di diritti è fissata in € 30,00.

1 ter. Il procedimento descritto ai commi 1 e 2 del presente articolo si applica in ogni caso per l'installazione degli impianti di cui all'art. 14 comma 3 lett. c) e d1), nonché di quelli di cui al punto d) qualora destinati ad una fruizione temporanea dichiarata dall'interessato nella domanda. Si considera temporanea un'installazione destinata alla permanenza non superiore a tre mesi.

2. Decorsi 20 giorni dalla presentazione della comunicazione senza che l'Amministrazione comunale abbia inoltrato richiesta di integrazione o di chiarimenti all'interessato con le modalità di cui all'art. 19 comma 7, il mezzo di propaganda o impianto si considera definitivamente consentito a tempo indeterminato, ove riconducibile alla pubblicità permanente, ovvero, fino alla scadenza del terzo mese nell'ipotesi di cui al comma 1 ter.

3. Il valore indeterminato della superiore autorizzazione non esonera l'interessato dal versamento annuale del tributo.

ART. 19 - COMPETENZA E DISCIPLINA DEL PROCEDIMENTO

1. Il soggetto interessato al rilascio dell'autorizzazione presenta la domanda regolarmente sottoscritta presso il protocollo generale del Comune allegando:

a) copia integrale del documento d'identità del richiedente o del legale rappresentate;

b) dichiarazione sostitutiva dell'atto di notorietà redatta ai sensi degli artt. 38 e 47 del D.P.R. 28 dicembre 2000, n. 445, con la quale il richiedente, precisando il numero di iscrizione REA nel registro delle imprese, attesta e dichiara che l'impianto pubblicitario che si intende installare o collocare, è realizzato e sarà posto in opera, in modo da garantirne la stabilità, nonché la sicurezza per veicoli e persone, nel rispetto delle prescrizioni di cui all'articolo 14 e di quanto altro analiticamente indicato nell'Abaco generale dei Mezzi pubblicitari, con conseguente assunzione di ogni eventuale responsabilità;

c) una fotografia a colori dell'impianto pubblicitario, corredata da una sintetica relazione indicante le dimensioni della struttura, la superficie ai fini dell'applicazione dell'imposta ai sensi dell'art. 7 comma 1 del D.L.vo 15 novembre 1993, n. 507, il materiale utilizzato, la precisa ubicazione sul territorio, con specificazione della distanza dell'impianto dal limite della carreggiata, da segnali stradali verticali preesistenti, da intersezioni, da imbocchi di gallerie ove sussistenti.

d) copia della ricevuta di versamento di euro 150,00 sul cc 317891 intestato al Comune di Vibo Valentia, quali diritti di segreteria e rimborsi per il procedimento ai sensi dell'art. 17 comma 1 bis.

e) il recapito di posta elettronica certificata presso il quale indirizzare le eventuali comunicazioni relative al procedimento, con l'impegno a comunicare tempestivamente all'Amministrazione comunale le eventuali variazioni e sollevando la medesima da ogni responsabilità in caso di omessa comunicazione della variazione.

2. La domanda, a pena di inammissibilità, non può avere ad oggetto più di un impianto pubblicitario.

3. La domanda deve essere indirizzata al SUAP (sportello unico attività produttive) secondo la normativa prevista dal D.P.R. n. 160/10 e redatta secondo il modello "A" allegato al presente regolamento, corredata dai documenti indicati ai superiori punti a) b) c) e d), tutti vistati dal richiedente, può essere alternativamente presentata:

a) brevi manu;

b) a mezzo del servizio postale in plico chiuso spedito per raccomandata A.R. al seguente indirizzo: Comune di Vibo Valentia, Piazza Martiri d'Ungheria 1 89900 Vibo Valentia;

c) a mezzo di posta elettronica certificata all'indirizzo comunevibovalentia.vv.protocollo@pa.postacertificata.gov.it, allegando al messaggio di posta elettronica la medesima e quant'altro citato sopra in formato pdf.

ART. 20 - INAMMISSIBILITÀ' DELLA DOMANDA

1. Tra due successive domande presentate dallo stesso richiedente, concernenti una nuova installazione ed aventi ad oggetto la stessa tipologia di impianto, deve intercorrere un intervallo temporale non inferiore a 12 giorni. Ai fini della sussistenza della precedente condizione si considera la data di acquisizione al protocollo generale dell'ente, ovvero la data di ricevimento del messaggio di posta elettronica certificata per come risultante all'ente. La condizione non è richiesta qualora si tratti di domanda di rinnovo dell'autorizzazione, ovvero di conferma rispetto alla nuova normativa o, ancora, di regolarizzazione di un impianti pubblicitario preesistente.

2. Il Dirigente competente o il responsabile del procedimento, se nominato, rilevata l'assenza della condizione di cui al comma precedente, ove richiesta, ovvero la mancanza anche di uno dei documenti/dichiarazioni indicati all'art. 19 comma 1 punti a) b) c) d), previa comunicazione e quant'altro prescritto dall'art. 10 bis della legge 7 agosto 1990, n. 241, dichiara l'istanza inammissibile, dandone tempestiva comunicazione all'interessato con

le modalità di cui all'art. 19 comma 7.

ART. 21 - ISTRUTTORIA DEL PROCEDIMENTO

1. Qualora la domanda non venga dichiarata inammissibile ai sensi dell'articolo precedente ed a seguito dell'acquisizione del positivo parere del dirigente della Polizia municipale, si procede alla sua valutazione alla luce dei criteri specificati nel presente articolo.
2. Fermo restando il rispetto di quant'altro specificamente prescritto, è sempre vietata l'installazione di impianti pubblicitari e la collocazione di strumenti di propaganda che per forma, colori, disegno e caratteristiche grafiche possano ingenerare confusione con la segnaletica stradale, ovvero renderne difficile la comprensione, ridurne la visibilità o l'efficacia, ovvero ancora, arrecare disturbo visivo agli utenti della strada. In ogni caso, gli impianti e gli strumenti di propaganda non devono costituire ostacolo per la circolazione delle persone invalide. Sono, altresì, vietati i cartelli e gli altri mezzi pubblicitari rifrangenti, nonché le sorgenti e le pubblicità luminose che possano produrre abbagliamento. E' vietata la posa di qualunque installazione diversa dalla prescritta segnaletica sulle isole di traffico delle intersezioni canalizzate,.
3. Le distanze di cui ai commi seguenti si applicano nel senso delle singole direttrici di marcia.
4. In attuazione della deroga consentita dall'art. 51 comma 4 del Regolamento di esecuzione del codice della strada, è consentita l'installazione di impianti pubblicitari nei punti di cui alle lettere a) b) c) d) e) f) g) h) dell'art. 51 comma 3 del medesimo. Al riguardo, le distanze minime specificate ai punti a) b) c) d) comma 4 del predetto articolo, sono ridotte rispettivamente a 35 m, 25 m, 20 m. e 50 m.
5. Le insegne di esercizio non sono soggette alle prescrizioni di cui al secondo periodo del comma precedente, a condizione che siano collocate parallelamente al senso di marcia ad una distanza dal limite della carreggiata, nel centro abitato, non inferiore a 1,80 metri. Analogamente, salva l'applicazione di particolare normativa, gli impianti pubblicitari non sono soggetti alle prescrizioni di cui al secondo periodo del comma precedente, a condizione che siano collocati parallelamente al senso di marcia ad una distanza dal limite più esterno della carreggiata, nel centro abitato, non inferiore a 1,80 metri e, fuori dal centro abitato, non inferiore a 3 metri. La distanza dall'intersezione per come fissata al comma precedente è inderogabile.
6. A prescindere dalle disposizioni specifiche di cui ai commi 4 e 5, concernenti l'installazione in particolari punti delle aree urbane, in tutti i casi, la proiezione sul piano di campagna del punto della struttura pubblicitaria prossimo alla carreggiata, indipendentemente dalla distanza della base della struttura di sostegno, deve distanziarsi dal margine in misura tale da non recare intralcio alla circolazione di veicoli e persone e da non impedire in alcun modo la visibilità.
7. Per quanto concerne le dimensioni e le principali caratteristiche costruttive, valgono le disposizioni esecutive indicate nell'Abaco generale dei Mezzi pubblicitari, nonché quanto altro eventualmente richiamato dall'art. 25.

ART 22 - VALUTAZIONI TECNICHE PARTICOLARI

1. Ricevuta l'istanza, a seguito di positiva valutazione delle circostanze rilevanti ai fini dell'ammissibilità della stessa, del parere favorevole del dirigente della Polizia municipale, nonché del positivo riscontro delle prescrizioni di cui ai commi 2-7 dell'articolo precedente,

il dirigente competente, trasmette senza indugio copia della stessa e dei relativi allegati, accompagnata da una sintetica relazione, all'Ufficio tributi il quale, entro dieci giorni dal ricevimento procede a determinare l'imposta sulla pubblicità e a darne comunicazione al responsabile del procedimento o, in mancanza, al dirigente responsabile dell'Ufficio pubbliche affissioni e/o autorizzazioni, per il rilascio dell'autorizzazione.

2. Dalla data di trasmissione, il termine fissato dall'articolo precedente per la conclusione del procedimento rimane sospeso per dieci giorni.

3. Qualora a causa delle circostanze tecniche contingenti, si possa riscontrare un sostanziale mutamento del territorio nel suo contesto preesistente, sia sotto il profilo urbanistico che sotto quello edilizio, il dirigente, ovvero il responsabile del procedimento, ove nominato, ravvisata la necessità di valutare l'istanza anche ai sensi del D.P.R. 6 giugno 2001, n. 380, trasmette contestualmente senza indugio, copia della stessa e dei relativi allegati, accompagnata da una sintetica relazione, al dirigente del Settore governo del territorio, il quale, entro venti giorni dal ricevimento, redige le valutazioni di competenza e ne dà comunicazione ai soggetti indicati al comma 1.

4. Se dalle valutazioni effettuate ai sensi del comma precedente, dovesse emergere che per le caratteristiche concrete dell'impianto da installare, si configura l'ipotesi di intervento subordinato al rilascio del permesso a costruire ai sensi dell'art. 10 D.P.R. 6 giugno 2001, n. 380, il dirigente del Settore governo del territorio comunica contestualmente la propria competenza alla prosecuzione del procedimento al dirigente responsabile dell'Ufficio pubbliche affissioni e/o autorizzazioni ed all'Ufficio tributi, richiedendo l'immediata trasmissione del fascicolo contenente eventualmente anche i dati già comunicati dall'Ufficio tributi ed invitando, qualora detti dati non fossero stati ancora trasmessi, alla specifica comunicazione. A seguito della ricezione del fascicolo, il procedimento, prosegue e si conclude con il rilascio o il diniego del permesso a costruire, contenente, peraltro, tutti gli elementi indicati all'ultimo comma dell'art. 17.

5. Fatte salve le particolari ipotesi di cui all'art. 18, tutti gli impianti pubblicitari devono essere autorizzati col provvedimento di cui all'articolo 17, tenuto conto, qualora ne ricorrano le condizioni, di quant'altro specificato negli articoli seguenti.

ART. 23 - ADEMPIMENTI PARTICOLARI A TUTELA DEI BENI CULTURALI

1. Gli impianti da installare sugli edifici tutelati come beni culturali, o all'interno dell'area indicata come Zona A1 - centro storico, non possono essere autorizzati ai sensi dell'articolo 17 e secondo il procedimento descritto agli articoli 19, 20, 21 e 22, se non dopo la preventiva autorizzazione rilasciata ai sensi dell'articolo 49, comma 1 secondo periodo, del D.L.vo. 22 gennaio 2004, n. 42.

2. Il dirigente competente, ricevuta l'istanza di cui all'articolo 19 e ravvisata la ricorrenza delle circostanze di cui al comma precedente, fatta salva l'ipotesi di cui al comma 3 dell'articolo precedente ed ottenuto in ogni caso il parere favorevole del dirigente della Polizia municipale ai sensi dell'art. 19 comma 5 secondo periodo, trasmette copia della medesima alla competente soprintendenza per l'avvio del relativo procedimento, dandone contestuale comunicazione all'interessato.

3. Gli impianti da installare in prossimità degli edifici di cui al comma precedente, pur ricadenti fuori dall'area indicata come Zona A1 - centro storico, devono essere autorizzati con il provvedimento di cui all'articolo 17, tenuto conto del parere favorevole della soprintendenza in merito alla compatibilità della installazione pubblicitaria con l'aspetto, il decoro e la pubblica fruizione dei beni tutelati. Il dirigente responsabile dell'Ufficio

pubbliche affissioni ed autorizzazioni, ricevuta l'istanza di cui all'articolo 19 e ravvisata la ricorrenza dell'ipotesi di cui al precedente periodo, fatto salvo quanto previsto al comma 3 dell'articolo precedente ed ottenuto in ogni caso il parere favorevole del dirigente della Polizia municipale ai sensi dell'art. 19 comma 5 secondo periodo, trasmette copia della medesima alla competente soprintendenza per il rilascio del parere vincolante, dandone contestuale comunicazione all'interessato.

4. Dalle comunicazioni di cui ai commi precedenti, il termine per la conclusione del procedimento di cui all'articolo 19 comma 6 rimane sospeso per giorni 20, utili ai fini dei dovuti pareri.

5. Qualora si intenda procedere all'utilizzo a fini pubblicitari delle coperture dei ponteggi predisposti per l'esecuzione degli interventi di conservazione sui beni indicati al comma 1, si procede a norma dell'articolo 49, comma 3, del D.Lvo. 22 gennaio 2004, n. 42. Il nulla osta o assenso della soprintendenza non esonera il titolare dal provvedimento di competenza comunale.

ART. 24 - ADEMPIMENTI PARTICOLARI A TUTELA DEI BENI PAESAGGISTICI E DELLE AREE DI NOTEVOLE INTERESSE

1. Gli impianti da installare sui beni paesaggistici, o in prossimità delle aree di notevole interesse indicate nell'articolo 134 del D.Lvo 22 gennaio 2004, n. 42, ove ricadenti nel centro abitato, non possono essere autorizzati ai sensi dell'art. 17 e secondo il procedimento descritto agli articoli 19, 20, 21 e 22 del presente Piano, se non dopo la preventiva autorizzazione rilasciata ai sensi dell'articolo 153, comma 1 del D.Lvo. 22 gennaio 2004, n. 42.

2. Il dirigente responsabile dell'Ufficio pubbliche affissioni ed autorizzazioni, ricevuta l'istanza di cui all'articolo 17 e ravvisata la ricorrenza delle circostanze di cui al comma precedente, trasmette copia della medesima alla competente amministrazione individuata dalla Regione, per l'avvio del relativo procedimento, dandone comunicazione all'interessato.

3. Dalla trasmissione di cui al comma precedente, il termine per la conclusione del procedimento di cui all'articolo 19 comma 6 rimane sospeso per venti giorni.

4. Lungo le strade poste in prossimità dei beni indicati al comma 1 ricadenti nel centro abitato, la posa in opera di impianti pubblicitari, è consentita solo a seguito di autorizzazione rilasciata ai sensi del presente piano e di quant'altro vigente in materia previo comunque il parere favorevole vincolante del soprintendente, in ordine alla compatibilità dell'installazione pubblicitaria con i valori paesaggistici degli immobili o delle aree soggetti a tutela.

ART. 25 - NORME GENERALI PER L'INSTALLAZIONE E L'UTILIZZO

1. Fatte salve le indicazioni contenute nell'Abaco generale dei Mezzi pubblicitari, che fornisce le specifiche istruzioni in merito alle caratteristiche degli impianti, alle dimensioni di riferimento ed ai criteri generali cui riferirsi nella progettazione degli stessi, il soggetto titolare dell'autorizzazione, coerentemente a quanto dichiarato al momento della presentazione dell'istanza ai sensi dell'articolo 19 comma 1 lett. b), dovrà rispettare nella posa in opera dell'impianto, le precauzioni e gli accorgimenti tecnici di cui al Titolo II Capo I paragrafo 3 del Regolamento di esecuzione del codice della strada, che, per le parti compatibili e pertinenti, si intende qui di seguito integralmente richiamato. A seguito della posa in opera, in particolare, 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 dall'ente che ha rilasciato l'autorizzazione o il nulla osta 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.
2. È fatto obbligo al titolare dell'autorizzazione, concernente la posa di segni orizzontali reclamistici, nonché di striscioni, locandine e stendardi temporanei, di provvedere alla rimozione degli stessi entro le ventiquattro ore successive alla conclusione della manifestazione o dello spettacolo per il cui svolgimento sono stati autorizzati, ripristinando il preesistente stato dei luoghi ed il preesistente grado di aderenza delle superfici stradali.
3. Il Comune, nell'ambito del generale potere di autotutela, si riserva la facoltà di revocare l'autorizzazione, qualora in seguito al rilascio dovesse emergere la difformità tra la bozza comunicata con l'istanza e quanto effettivamente realizzato.

ART. 26 - PRESCRIZIONI PARTICOLARI A TUTELA DELLE AREE URBANE. REGISTRO GENERALE

1. Il dirigente competente rilascia il provvedimento di cui all'art. 17 nel rispetto, tra l'altro, di quanto indicato ai commi seguenti.
2. Fatte salve le prescrizioni di cui agli articoli 16, 21 commi 2-7, 22,23 e 24 e di ogni altra norma prevista dal Regolamento di esecuzione del codice della strada, nel centro abitato è consentita l'installazione degli impianti di cui all'art. 14 comma 3 lett. b) e g) nel rispetto dei limiti di superficie indicati nell'elaborato zonizzazione.
3. Al fine di consentire agli organi competenti un adeguato controllo sul rispetto delle superfici massime per i cartelli ed i poster e per monitorare l'andamento complessivo delle installazioni sul territorio, è istituito in forma digitale il Registro annuale dei Mezzi pubblicitari, nel quale vengono riportati in sezioni separate tutti i supporti e manufatti destinati alla comunicazione pubblicitaria, istituzionale e sociale, con l'annotazione della proprietà, tipologia, destinazione, dimensioni, titolo autorizzatorio ed ubicazione. Il Registro, pubblico ed approvato secondo lo schema indicato nel modello C con atto dirigenziale, è depositato presso Ufficio pubbliche affissioni ed autorizzazioni, che ne cura mensilmente l'aggiornamento, rendendo peraltro ogni utile informazione agli uffici richiedenti ed a chiunque vi abbia interesse. Entro il giorno cinque di ogni mese copia aggiornata del Registro annuale è trasmessa al Comando di Polizia municipale.
4. Fermo restando quanto prescritto dal codice della strada, in ogni caso non è consentita l'installazione:
 - a) sulla superficie di copertura delle edicole;
 - b) sugli alberi o in appoggio ad essi;
 - c) a distanza non inferiore a m. 2 da altri impianti pubblicitari;
 - d) in appoggio a preesistenti impianti.

ART. 27 - NORME SPECIALI PER GLI STRUMENTI DI PROPAGANDA E LA PUBBLICITÀ' TEMPORANEA

1. L'installazione, attivazione o utilizzo degli strumenti di propaganda si considera autorizzato a seguito del positivo esito del procedimento semplificato di cui all'art. 18.
2. Competente per l'istruzione del procedimento e per l'emanazione dell'eventuale provvedimento di diniego è il dirigente responsabile dell'Ufficio pubbliche affissioni e/o

autorizzazioni, il quale agisce ai sensi dell'art. 18 comma 2 e di quant'altro prescritto al presente articolo. Lo stesso, ravvisata la compatibilità dell'insegna con il contesto urbanistico e sempre che la stessa sia soggetta ad imposta, trasmette senza indugio all'Ufficio tributi la comunicazione di cui all'art. 18 debitamente vistata. Quest'ultimo comunica tempestivamente all'interessato l'ammontare del tributo, i termini di pagamento e di decadenza in caso di omesso versamento.

3. Per gli strumenti di propaganda quali *vele e amplificatori o simili*, l'organo indicato al comma precedente, senza particolari formalità emana l'eventuale provvedimento di diniego entro il termine di giorni 5 dal ricevimento della comunicazione di cui all'art. 18, ovvero, se dovuta, comunica all'interessato l'ammontare dell'imposta, i termini di pagamento e di decadenza in caso di omesso versamento. In entrambi i casi la comunicazione è data con le modalità di cui all'art. 19 comma 7. La quantificazione dell'imposta è data dall'Ufficio tributi opportunamente e formalmente interpellato dal responsabile del procedimento.

4. La pubblicità realizzata sui ponteggi o sulle recinzioni di cantiere, in quanto pubblicità temporanea, è soggetta alla specifica disciplina dell'articolo seguente e non prevede versamento di diritti.

ART. 28 - MESSAGGI PUBBLICITARI SU PONTEGGI E RECINZIONI

1. La pubblicità su ponteggi e recinzioni di cantiere, si realizza tramite manufatti mobili realizzati in materiale non rigido, ovvero semi rigido, di qualunque dimensione e forma. Questi sono saldamente ancorati in aderenza alle recinzioni o ponteggi medesimi, con la finalità di consentire la diffusione di un messaggio commerciale per un periodo di tempo connesso alla durata del cantiere.

2. Le comunicazioni informative di applicazione dei superiori manufatti, solitamente rappresentati da teli nylon o di materiale sintetico, pannelli, striscioni, indicanti peraltro la durata dell'esposizione, dovranno essere formulate non oltre novanta giorni dalla presentazione della relativa domanda di occupazione di suolo pubblico per l'installazione del ponteggio medesimo, qualora questi insista su area comunale. Lo stesso termine vale in caso di ponteggio visibile da area pubblica ma insistente su suolo privato, fermo restando che il termine decorre dalla sua concreta messa in opera.

3. In tutti i casi, le comunicazioni indirizzate al Sindaco del Comune di Vibo Valentia e redatte liberamente, dovranno essere corredate dai seguenti elementi:

1) contratto di appalto debitamente sottoscritto tra l'impresa esecutrice dei lavori e la proprietà inerente la realizzazione dei lavori stessi e relativi capitolati d'appalto;

2) dichiarazione sostitutiva dell'atto di notorietà redatta ai sensi degli artt. 38 e 47 del D.P.R. 28 dicembre 2000, n. 445, con la quale il richiedente attesta e dichiara che il telo, striscione o pannello che si intende collocare in aderenza al ponteggio, è realizzato e sarà fissato in modo da garantirne la stabilità, nonché la sicurezza per veicoli e persone con conseguente assunzione di ogni eventuale responsabilità;

3) fotografia del telo, striscione, pannello;

4) dichiarazione del Direttore dei Lavori o del Responsabile della Sicurezza o dell'Amministratore dello stabile dalla quale sia chiaramente ed inequivocabilmente desumibile la data di inizio e di fine dei lavori appaltati;

5) copia della notifica preliminare all'A.S.L. sull'apertura e chiusura del cantiere ai fini della sicurezza di cui all'art. 99 del D. L.vo. n. 81/08;

6) atto di assenso del soggetto che dispone dell'uso dei ponteggi o recinzioni connesse all'effettuazione dei lavori edili.

4. Per l'istruttoria dell'informativa preventiva, sottoscritta dall'interessato e corredata dalla copia del proprio documento d'identità, è competente il dirigente responsabile dell'Ufficio pubbliche affissioni ed autorizzazioni, il quale procede ai sensi e per gli effetti degli articoli 18 e 27 commi 1 e 2.

CAPO III PUBBLICHE AFFISSIONI

SEZIONE I - DISPOSIZIONI GENERALI

ART. 29 - SERVIZIO DELLE PUBBLICHE AFFISSIONI

1. E' istituito il Servizio delle Pubbliche affissioni.
2. Il Servizio delle Pubbliche affissioni, per come definite all'articolo 9, è finalizzato a garantire, per mezzo di appositi impianti e con manifesti di qualunque materiale, la comunicazione e la diffusione di messaggi istituzionali, sociali, o comunque privi di rilevanza economica, nonché, nella misura stabilita nel Regolamento di cui al comma seguente, di natura commerciale.
3. Nei limiti individuati dall'art. 15 comma 3 lett. c) del Regolamento per la disciplina dell'imposta sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni, una parte della superficie destinata alla comunicazione di messaggi per mezzo degli impianti di cui all'art. 32, è riservata a soggetti privati che non siano concessionari del servizio, per le finalità di cui all'art. 9 comma 1 punto e2).
4. Fatti salvi gli eventuali obblighi di natura tributaria, per l'installazione degli impianti destinati alle pubbliche affissioni dirette, i soggetti di cui al comma precedente che ne sono proprietari, richiedono l'autorizzazione ai sensi di quanto stabilito nella sezione II del presente capo.

ART. 30 - PROPRIETÀ DEGLI IMPIANTI ED AFFISSIONI DIRETTE

1. Il servizio delle pubbliche affissioni è garantito tramite un adeguato numero di impianti appartenenti al Comune o al concessionario, installati per il centro abitato nel rispetto dei limiti fissati dall'art. 15 comma 3 lett. a) b) e c) e secondo criteri che tengano conto del maggiore flusso di pedoni e veicoli in determinate aree. Il Servizio Urbanistica nel termine di 180 giorni successivi all'entrata in vigore del presente Piano, stabilisce una razionale ed articolata distribuzione degli stessi in tutto il centro abitato, curando altresì la loro concreta messa in opera.
2. Le pubbliche affissioni dirette sono esercitate da soggetti diversi dal Comune o dal concessionario del servizio, per mezzo di impianti di proprietà degli stessi e nei limiti di quelli autorizzati ai sensi della sezione 2 del presente capo.
3. Al fine di consentire agli organi competenti un adeguato controllo sulla consistenza di tutti gli impianti destinati alle pubbliche affissioni, nonché sul rispetto delle superfici massime consentite a seconda della tipologia delle affissioni, si tiene conto delle risultanze di cui al Registro generale annuale dei mezzi pubblicitari di cui all'art. 26 comma 3.

ART. 31 - DESTINAZIONE DELLE PUBBLICHE AFFISSIONI

1. Secondo la finalità ed il contenuto dei messaggi, le Pubbliche affissioni sono:

a) di natura istituzionale e sociale. Riguardano manifesti preposti alla comunicazione, informazione e diffusione di messaggi o iniziative di interesse pubblico, resi visibili nell'ambito del relativo servizio locale, ovvero su iniziativa del privato titolare del supporto, anche per conto terzi;

b) di rilevanza economica. Riguardano manifesti aventi rilevanza economica, il cui contenuto ha evidente natura commerciale resi visibili, nei limiti regolamentari, nell'ambito del servizio locale, ovvero su iniziativa del privato titolare del supporto nel proprio interesse, ovvero per conto di terzi nell'esercizio di attività imprenditoriale.

ART. 32 - TIPOLOGIA DEGLI IMPIANTI

1. E' vietata l'affissione dei manifesti fuori dai supporti per come appresso indicati e descritti:

a) *Stendardo*: manufatto bidimensionale con una sola o entrambe le facce finalizzate alle affissioni, supportato da un'idonea struttura di sostegno, generalmente in materiale metallico fissa al suolo;

b) *Tabellone murale*: manufatto bidimensionale, costituito generalmente da un pannello metallico, di forma rettangolare o equilatera, con profilo metallico tubolare fissato direttamente su di una superficie muraria.

2. Gli impianti per le affissioni dirette ai sensi dell'articolo 29 comma 3, da contenersi nei limiti individuati dall'articolo 15 comma 3 lett. c) del Regolamento per la disciplina dell'imposta sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni, non possono essere costituiti da *cartelli* o *poster*, strumentali esclusivamente all'espletamento della pubblicità esterna.

ART. 33 - DISTRIBUZIONE SUL TERRITORIO

1. Fatta salva la ripartizione della superficie complessiva esistente, per come fissata dall'articolo 15 del vigente Regolamento per la disciplina dell'imposta sulla pubblicità e del diritto sulle Pubbliche affissioni, in base alla destinazione di cui all'art. 3 comma 3 del D.L.vo 15 novembre 1993, n. 507, gli impianti per le Pubbliche affissioni strumentali all'espletamento del Servizio comunale, sono installati secondo un piano esecutivo elaborato dagli organi di gestione tecnica, nel rispetto del termine e dei criteri indicati all'art. 30 comma 1.

2. Tutti i suddetti impianti realizzati a perfetta regola d'arte, dovranno contenere la dicitura "Comune di Vibo Valentia - Servizio Pubbliche affissioni" con la specificazione del tipo di messaggio che l'impianto è destinato a rendere (istituzionale-sociale oppure commerciale).

3. La localizzazione degli impianti di proprietà privata, destinati all'espletamento delle affissioni dirette non è predeterminata, ma, nell'ambito dell'istruttoria del relativo procedimento per come descritto all'art. 36, il Comando di Polizia municipale chiamato a rendere il parere obbligatorio, valuta l'impatto ambientale della struttura, tenendo conto della concreta situazione dei luoghi e di ogni altra circostanza, nonché la sua compatibilità con la sicurezza stradale e col decoro urbano ed acquisendo, ove necessario, opportune informazioni presso altri uffici.

ART. 34 - CONCESSIONE DEL SERVIZIO

1. L'Amministrazione comunale, una volta cessato l'eventuale rapporto di appalto

attualmente in essere per la gestione degli adempimenti connessi allo svolgimento della pubblicità e comunque nel termine di 12 mesi dall'entrata in vigore del presente Piano, procederà ad indire apposita gara mediante procedura ad evidenza pubblica, per l'affidamento in concessione pluriennale del Servizio di gestione degli spazi riservati alle pubbliche affissioni comunali, nonché delle connesse attività di accertamento, liquidazione e riscossione dei relativi diritti ed eventuali imposte, qualora gli impianti vengano destinati all'espletamento della pubblicità ordinaria ai sensi dell'art.12 comma 3 del D.L.vo 15 novembre 1993, n. 507.

SEZIONE II - PROCEDIMENTO PER IL RILASCIO DELL'AUTORIZZAZIONE

ART. 35 - CRITERI GENERALI

1. Nelle valutazioni e determinazioni di competenza degli organi individuati all'art. 36 comma 2 e nella messa in opera dei supporti per le Pubbliche affissioni, oltre alle indicazioni contenute all'art. 23 del codice della strada e nel Titolo II capo I paragrafo 3, del relativo Regolamento di esecuzione, devono essere osservate le seguenti prescrizioni:

- a) l'installazione di supporti per le pubbliche affissioni è ammessa esclusivamente su aree pubbliche;
- b) è vietata l'affissione di manifesti direttamente sulle superfici murarie degli edifici e dei muri di contenimento e/o di recinzione di proprietà privata;
- c) tutti i supporti dovranno riportare in maniera indelebile su apposita targhetta: il numero dell'impianto in base alla data di installazione seguito dall'anno solare di quest'ultima, la tipologia dell'affissione ai sensi dell'art. 31 comma 1 se dichiarata in istanza, nonché il nome del soggetto proprietario;
- d) tutti gli impianti devono essere realizzati nelle loro parti strutturali con materiali non deperibili e resistenti agli agenti atmosferici;
- e) le strutture di sostegno e di fondazione devono essere calcolate per resistere alla spinta del vento, devono essere saldamente realizzate ed ancorate, sia globalmente che nei singoli elementi.
- f) le dimensioni sono quelle indicate nell'elaborato Abaco generale dei Mezzi pubblicitari.

ART 36 - ISTRUTTORIA DEL PROCEDIMENTO

1. L'installazione nel centro abitato degli impianti di cui all'art. 29 ultimo comma, si considera provvisoriamente dal quinto giorno successivo la presentazione della comunicazione, secondo il modello D allegato al presente regolamento. Nel modello l'interessato può specificare il contenuto (commerciale, non commerciale) della comunicazione che l'impianto è destinato a rendere. In assenza di specificazione il contenuto si intende promiscuo. La mancata presentazione del modello completo delle dovute dichiarazioni ed allegati, comporta l'inammissibilità della domanda e la conseguente illegittimità dell'installazione o utilizzo. Non si applica l'art. 20.

2. Decorsi 10 giorni dalla presentazione della comunicazione, senza che l'Amministrazione comunale abbia inoltrato richiesta di integrazione o chiarimenti all'interessato, l'impianto per le pubbliche affissioni dirette si considera definitivamente consentito. Competente per l'istruzione del procedimento e per l'emanazione dell'eventuale provvedimento di diniego è il dirigente del Settore tributi, il quale, ricevuta la comunicazione e riscontrato il rispetto del limite massimo di superficie di cui all'art. 15 comma 3 lett. c del regolamento comunale per

la disciplina della pubblicità e delle pubbliche affissioni di cui alla deliberazione del Commissario prefettizio del 13 luglio 1994 ed acquisito dal Comando di Polizia municipale il parere positivo in merito alla compatibilità dello standardo o tabellone murale con la sicurezza stradale, informa il proprietario del supporto dell'imposizione tributaria ai sensi dell'art. 9 del D.L.vo 15 novembre 1993, n. 507 in caso di concreto utilizzo, comunicando altresì con le modalità di cui all'art. 19 comma 7, l'ammontare del tributo per l'occupazione dell'area pubblica, i termini di pagamento e di decadenza in caso di omesso versamento.

3. Nel caso in cui l'impianto sia destinato alla diffusione di messaggi dal contenuto non commerciale, il dirigente del Settore tributi si limita ad accertare il rispetto del limite massimo di superficie di cui al comma precedente e ad acquisire il parere del Comando di Polizia municipale in materia di sicurezza stradale, comunicando altresì, con le modalità di cui all'art. 19 comma 7, l'ammontare del tributo per l'occupazione dell'area pubblica, i termini di pagamento e di decadenza in caso di omesso versamento.

ART. 37 - RIPARTIZIONE DEGLI SPAZI ED INDIVIDUAZIONE DI PARTICOLARI AREE

1. Le destinazioni fissate dall'art. 3 comma 3 del D.L.vo 15 novembre 1993, n. 507 sono stabilite nel Regolamento per la disciplina dell'imposta sulla pubblicità e del diritto sulle Pubbliche affissioni, per come da ultimo modificato dall'art. 4.

2. In considerazione delle variazioni demografiche del comune e di quelle connesse alle esigenze commerciali e di mercato, le destinazioni possono essere rideterminate ogni due anni entro il 31 ottobre, con successiva entrata in vigore il primo gennaio dell'anno successivo. La prima rideterminazione successiva all'entrata in vigore de presente Piano, tuttavia, non potrà essere anteriore al 31 ottobre 2016.

3. La ripartizione del centro abitato in due categorie, ai sensi e per i fini di cui all'art. 4 del D.L.vo 15 novembre 1993, n. 507, secondo quanto dettagliato dal Regolamento di cui al comma 1, non implica alcun aggravio del procedimento per come descritto ai superiori articoli.

ART. 38 - INDIRIZZI GENERALI PER LA GESTIONE

1. Fermo restando il potere di indirizzo politico dei competenti organi di governo preposti al ramo, da esercitarsi in qualunque tempo con specifiche direttive, secondo le esigenze del territorio, del libero mercato, del contesto sociale e delle imprese, le norme contenute nel presente Piano, espressione del potere regolamentare e di pianificazione del Consiglio, costituiscono principi inderogabili dai quali gli indirizzi esecutivi non potranno discostarsi.

2. Negli adempimenti connessi all'attuazione delle superiori norme, gli organi gestionali operano con criteri di ampia flessibilità e massima collaborazione, avendo come obiettivi primari il contrasto all'abusivismo ed il riordino complessivo delle aree urbane.

ART. 39 - NORME TRANSITORIE

1. Gli impianti pubblicitari e per le pubbliche affissioni di proprietà privata muniti di titolo autorizzato ai sensi dell'art. 11 del Regolamento comunale per la disciplina della pubblicità e delle pubbliche affissioni, efficace al momento dell'entrata in vigore del presente piano, si considerano legittimi qualora rispondenti alle prescrizioni di quest'ultimo. Gli stessi non possono essere in contrasto con le norme del presente regolamento e del Piano contenuto e, pertanto, devono essere adeguati alla nuova normativa locale. A tal fine, entro tre mesi

dall'entrata in vigore del presente regolamento, i titolari del suddetto provvedimento di autorizzazione, presentano richiesta di conferma ai sensi della sezione 2 capo 2. La mancata presentazione della richiesta di cui al periodo precedente comporta l'avvio del procedimento di revoca dell'autorizzazione preesistente. Il diniego produce la revoca automatica con conseguente obbligo di rimozione a carico del titolare dell'impianto.