

COMUNE DI
UDINE

PIANO GENERALE DEGLI
IMPIANTI PUBBLICITARI

Norme in deroga all'art. 23 del Nuovo Codice della Strada, D. Lgs. 30 aprile 1992 n. 285, testo aggiornato con il D.Lgs. 10 settembre 1993 n. 360 in vigore dal 1 ottobre 1993 integrato con il Regolamento di attuazione e di esecuzione D.PR. 16 dicembre 1992 n. 495, aggiornato con il D.PR. 16 settembre 1996 n. 610

REGOLAMENTO DEL PIANO

CAPO I - DISPOSIZIONI GENERALI.....	3
Art.1 Quadro normativo di riferimento	3
Art.2 Oggetto ed ambito di applicazione del Regolamento del Piano generale degli impianti pubblicitari	3
Art. 3 Criteri e definizioni generali	4
CAPO II - PUBBLICITA' ESTERNA PRIVATA.....	5
Art. 4 Tipologia degli impianti	5
Art. 5 Identificazione, caratteristiche, norme tecniche	5
Art. 6 Ubicazione	6
Art. 7 Quantità.....	6
Art. 8 Zonizzazione	7
Art. 9 Autorizzazioni: presupposti ed autorità competente per il rilascio.....	9
Art. 10 Modalità presentazione richiesta di autorizzazione	9
Art. 11 Obblighi del titolare dell'autorizzazione	10
Art. 12 Concessioni: presupposti ed iter per l'affidamento	10
Art. 13 Progetti particolareggiati	11
Art. 14 Durata autorizzazioni e concessioni	11
Art. 15 Variazioni	11
Art. 16 Anticipata rimozione degli impianti	11
Art. 17 Impianti privati per le affissioni dirette	12
Art. 18 Impianti posati lungo o in vista delle strade su suolo o beni pubblici	12
Art. 19 Impianti posati lungo o in vista delle strade su suolo o beni privati	12
Art. 20 Limitazioni e divieti	12
Art. 21 Pubblicità abusiva e/o difforme da leggi, regolamenti, autorizzazioni, concessioni	12
Art. 22 Norme transitorie	13
CAPO III - PUBBLICHE AFFISSIONI	14
Art. 23 Tipologia degli impianti	14
Art. 24 Identificazione, caratteristiche, norme tecniche	14
Art. 25 Superficie complessiva	14
Art. 26 Ubicazione	14
Art. 27 Zonizzazione	14
Art. 28 Servizio delle pubbliche affissioni	17
Art. 29 Affissione manifesti funebri.....	17
Art. 30 Affidamento a privati del servizio dell'espletamento materiale del servizio	17
Art. 31 Affissione abusiva di manifesti: sanzioni amministrative ed accessorie	17
Art. 32 Norme transitorie.....	17
Art. 33 Entrata in vigore	17
ALLEGATI CARTOGRAFICI	18

CAPO I - DISPOSIZIONI GENERALI

Art.1 Quadro normativo di riferimento

Le norme contenute nel presente Regolamento (parte integrante del Piano Generale degli impianti), si riferiscono esclusivamente alla porzione di territorio contenuto all'interno del perimetro del centro abitato come definita all'art. 3 p.to 8 del vigente Codice della Strada e relativo Regolamento di attuazione, nonché integrano e sostituiscono, ove incompatibili, le norme del vigente Regolamento Edilizio.

Relativamente alle zone esterne al Centro Abitato, vigono le norme del Codice della Strada.

Norme di rinvio:

- D.Lgs. 30/04/92 n.285 (Codice della Strada);
- 16/12/1992 n.495 (Regolamento di esecuzione e di attuazione del nuovo Codice della Strada);
- D.Lgs. 10/09/1993 n.360 (Disposizioni correttive ed integrative del Codice della Strada);
- 16/09/1996 n.610;
- 17/05/1996 n.270;
- D.Lgs. 15/11/1993 n.507;
- D.Lgs. 29/10/1999 n. 490;
- L. 7/12/1999 n. 472;
- L.R. 19/11/1991 n. 52.

Art.2 Oggetto ed ambito di applicazione del Regolamento del Piano generale degli impianti pubblicitari

Il presente Regolamento individua, nel rispetto delle tipologie e delle prescrizioni stabilite per ciascun tipo di mezzo pubblicitario nelle norme ex Art. 1 del presente Capo:

- al Capo II, la normativa relativa agli impianti destinati alla pubblicità esterna privata;
- al Capo III, la normativa relativa agli impianti destinati alle pubbliche affissioni.

Agli effetti del presente Regolamento, si intendono impianti pubblicitari quelli definiti nell'art. 47 del DPR 16 dicembre 1992, n. 495, Regolamento di esecuzione e di attuazione del nuovo Codice della Strada ad esclusione di quanto definito al comma 1.

Il presente Regolamento disciplina la distribuzione e la tipologia degli impianti pubblicitari nei centri abitati di competenza di questo Comune, tenuto conto delle esigenze di carattere sociale, della concentrazione demografica ed economica, delle esigenze di tutela ambientale e paesaggistica nonché delle esigenze della circolazione, del traffico e dei principi contenuti nei vigenti strumenti urbanistici.

All'interno dei centri abitati, il Piano, per la installazione di impianti pubblicitari lungo le strade comunali, provinciali, regionali, statali o in vista di esse, prevede:

- a) le caratteristiche delle zone nelle quali, su aree pubbliche o private, concesse dal soggetto proprietario, può essere autorizzata l'installazione di impianti pubblicitari;
- b) le tipologie generali e le dimensioni massime degli impianti pubblicitari, compresi quelli luminosi, illuminati o costituiti da pannelli luminosi, correlate alle caratteristiche delle zone ove questi potranno essere collocati, ovvero i criteri per la localizzazione e le modalità tecniche per la collocazione conformemente alle disposizioni di legge in particolare quelle inerenti il Codice della Strada.

Non rientrano tra le fattispecie contemplate dal presente Piano i segnali turistici e di territorio di cui all'Art.134 DPR 16 dicembre 1992, n.495 Regolamento di attuazione del Codice della Strada per la cui collocazione è competente l'ufficio preposto.

Tali strutture non sono infatti da considerare impianti pubblicitari, ai sensi della Direttiva 262/E Min. Fin. del 02/11/95.

Art. 3 Criteri e definizioni generali

Il presente Regolamento è articolato in tre Capi, dedicati rispettivamente alla Disposizioni generali, alla Pubblicità Esterna privata, ed alle Pubbliche Affissioni.

In ossequio a quanto definito all'Art.2 - Capo I al p.to a), fondamento del Piano è la suddivisione del Centro Abitato in quattro aree di diversa tutela per particolari esigenze di natura ambientale, paesaggistica ed architettonica, finalizzata ad una razionalizzazione e ridistribuzione delle varie tipologie di impianti tra le diverse località del territorio comunale, distinguendo tra centro storico, località centrali, periferiche ed infine località a carattere commerciale. Tale suddivisione è riportata nella tavola denominata Zonizzazione del Centro Abitato, parte integrante del presente Piano.

Il Piano provvede altresì a regolare una collocazione della impiantistica istituzionale direttamente rapportata alla popolazione residente, in modo da soddisfare le esigenze di informazione della popolazione stessa.

Il presente Piano unitamente all'Abaco distributivo, con riferimento agli impianti destinati alla pubblicità esterna privata ed alle pubbliche affissioni, individua i seguenti parametri:

- a) di destinazione
- b) ubicazionali
- c) tipologici
- d) dimensionali
- e) quantitativi

CAPO II - PUBBLICITA' ESTERNA PRIVATA

Art. 4 Tipologia degli impianti

Sono impianti di pubblicità esterna, oggetto del presente Capo, i seguenti manufatti:

Manufatto ¹	Categoria ²
Cartello	Cartello
Cartello a messaggio variabile	Cartello
Gonfalone	Striscione, Locandina, Stendardo,
Stendardo	Striscione, Locandina, Stendardo,
Striscione	Striscione, Locandina, Stendardo,
Impianto abbinato a elementi di arredo urbano (pensilina, fermata bus, orologio, fioriera, gettarifiuti, transenne parapetonali, etc)	Impianto pubblicitario di servizio
Gigantografie pubblicitarie - Megaposter	Cartello - Impianto di pubblicità o propaganda
Impianto pubblicitario speciale	Impianto di pubblicità o di propaganda
Tabella pubblicitaria su cantiere	Impianto di pubblicità o di propaganda

Art. 5 Identificazione, caratteristiche, norme tecniche

I cartelli e gli altri impianti pubblicitari non luminosi, devono avere le caratteristiche ed essere installati con le modalità e con le cautele prescritte dall'art. 49 del DPR 495/92 e con l'osservanza di quanto stabilito dall'art. 2 del Piano.

Le sorgenti luminose, i cartelli e gli altri impianti pubblicitari posti fuori dei centri abitati, lungo o in prossimità delle strade dove ne è consentita l'installazione, devono essere conformi a quanto prescrive l'art. 50 del DPR 495/92.

L'installazione di pannelli e di altri impianti pubblicitari luminosi all'interno dei centri abitati è soggetta ad autorizzazione del Comune e viene concessa tenuto conto dei divieti, limitazioni e cautele stabilite dal presente Piano.

Gli impianti pubblicitari installati nei centri abitati, sugli edifici, in corrispondenza di accessi pubblici e privati e ai margini laterali delle strade e dei marciapiedi, sono collocati ad altezza tale che il bordo inferiore deve essere, in ogni suo punto, ad una misura stabilita nell'Abaco delle distanze - parte integrante del presente Piano - dal piano di accesso agli edifici e di calpestio dei marciapiedi e delle strade.

Gli impianti pubblicitari luminosi e non luminosi dovranno essere realizzati in materiale avente le caratteristiche di consistenza, durevolezza, sicurezza e resistenza agli agenti atmosferici.

Le eventuali 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.

Il sistema di illuminazione dovrà essere realizzato a luce diretta, indiretta e riflessa, e comunque in conformità alle norme di cui alla legge 46/90.

Gli impianti pubblicitari devono avere sagoma regolare che in ogni caso non deve generare confusione con la segnaletica.

L'uso dei colori, in particolare del colore rosso e di particolari abbinamenti cromatici, deve essere realizzato con particolare cautela, al fine di non generare confusione con la segnaletica stradale, specialmente in prossimità di intersezioni.

E' fatto divieto di utilizzare il colore rosso in cartelli o altri impianti pubblicitari che costituiscano sfondo a cartelli stradali di

¹ Denominazione dei manufatti previsti nel Piano

² Classificazione ai sensi dell'art. 47 del Regolamento di attuazione del Codice della Strada 495/92

pericolo, di precedenza o d'obbligo, causandone una scarsa percettibilità.

L'uso del colore rosso deve essere limitato esclusivamente alla riproduzione dei marchi depositati e non può comunque superare un quinto dell'intera superficie del mezzo pubblicitario.

E' vietato usare l'emblema del Comune nella realizzazione di impianti pubblicitari.

CARATTERISTICHE COSTRUTTIVE ED ESTETICHE

Tutti gli impianti per la Pubblicità Esterna da installare in modo permanente devono rispondere ad un unico criterio progettuale che di massima terrà conto delle seguenti caratteristiche costruttive ed estetiche:

- le strutture (montanti o sostegni in genere) devono essere realizzate in metallo (alluminio, ferro, ghisa) verniciato con polveri epossidiche, in colore Grigio Antracite RAL7016 o altro colore compatibile con le architetture e le strutture esistenti, previo trattamento di zincatura o ossidazione elettrolitica. E' ammesso l'uso del legno, con funzione unicamente decorativa, solo se adeguatamente trattato (impregnazione in autoclave) e verniciato
- le parti di impianto destinate ad accogliere le affissioni devono essere dotate di una cornice metallica e costituite da una plancia in lamiera zincata
- le bacheche apribili (siano esse luminose o no) devono essere chiuse con vetro stratificato di spessore minimo 6 mm o con policarbonato tipo "LEXAN" di spessore minimo 5 mm e dotate di serratura

Inoltre gli impianti devono essere realizzati in conformità ad un unico progetto coerente con le caratteristiche sopra descritte.

Art. 6 Ubicazione

La localizzazione degli impianti pubblicitari e le loro caratteristiche devono rispondere ai criteri definiti nell'Abaco distributivo in relazione alle zone, definite al successivo art. 8, in cui il territorio comunale viene ripartito,

Le zone sono individuate nella planimetria che si allega al presente Regolamento unitamente all'Abaco distributivo per farne parte integrante.

Gli impianti non possono comunque essere collocati nei luoghi nei quali è vietata l'installazione ai sensi dell'Art. 17 del presente Capo.

Gli impianti pubblicitari di cui al presente capo possono essere posizionati in proprietà privata, in proprietà privata soggetta ad uso pubblico, ovvero su suolo pubblico.

Art. 7 Quantità

La quantità complessiva di impianti pubblicitari destinati alla Pubblicità Esterna privata è pari a 10.000 mq. corrispondente ad una densità media pari a 100 mq. ogni 1000 abitanti. Da tale quantitativo esulano i manufatti posti su suolo privato.

La quantità massima autorizzabile di impianti pubblicitari privati posti su suolo privato è fissata in complessivi 1.100 mq. Da tale quantitativo esulano:

- i manufatti posizionati lungo le sedi ferroviarie;
- gli spazi destinati a pubblicità su ponteggi di cantiere, recinzioni ed altre strutture di servizio di pertinenza del cantiere stesso di cui all'art. 14, comma 3, del presente regolamento.

Gli spazi pubblicitari installati su impianti di proprietà privata e posti su suolo privato devono in ogni caso essere installati nel rispetto delle disposizioni del piano generale degli impianti, e, in particolare, dell'abaco distributivo se collocati all'interno del centro abitato. Qualora siano posti al di fuori del centro abitato devono essere conformi al codice della strada ed al relativo regolamento di attuazione.

Art. 8 Zonizzazione**SUDDIVISIONE DEL TERRITORIO COMUNALE IN ZONE OMOGENEE**

Ai fini del presente Regolamento il territorio viene suddiviso nelle seguenti zone omogenee:

- A1** Zona di massima tutela: zone facenti parte del nucleo storico originario
- A2** Zona di attenzione attenuata: sono le zone di edilizia consolidata e dalle zone definite dal PRGC come residenziali di completamento.
- A3** Zona a regolamentazione selettiva: sono le zone residenziali di completamento oltre alle zone destinate a nuovi complessi insediativi misti, residenziali, terziari, commerciali.
- A4** Zona a normativa parametrizzata: sono le zone destinate a nuovi complessi insediativi industriali e artigianali nonché le zone degli insediamenti consolidati con destinazione produttiva, anche con caratteristiche artigianali, commerciali e terziarie.

ZONE SITUATE FUORI DEL CENTRO ABITATO

- B** Porzione di territorio compresa tra il perimetro del Centro Abitato ed il limite del territorio comunale costituito prevalentemente, da aree ad uso agricolo. Nell'ambito di questa porzione di territorio vengono comprese: le case sparse, i casali e le fattorie, nonché gli eventuali nuclei costituiti da un numero inferiore a venticinque fabbricati (D.L. 30/04/92 n. 285 art.3.8).

Al fine del presente regolamento questa zona è soggetta a normativa del Codice della Strada.

NORMATIVA GENERALE DI ZONA

La normativa generale di zona definisce ed individua le tipologie e le dimensioni degli impianti pubblicitari ammessi in ciascuna zona territoriale omogenea situata all'interno del Centro Abitato (i limiti di superficie sono da riferirsi a ciascuna facciata).

A1 - Zone di massima tutela

In queste zone é vietata l'installazione di qualsiasi impianto per l'esposizione di pubblicità fatta eccezione per gli impianti destinati a:

Pubblicità Esterna permanente:

- cartelli con superficie compresa tra 1 mq. e 3 mq.
- tabelle di superficie minore di mq. 3
- cippi / trespoli
- impianti abbinati a elementi di arredo urbano di superficie inferiore o uguale a 1 mq. (elevabile in presenza di progetto particolareggiato a 3 mq.)

A2 - Zone di attenzione attenuata

In tali zone è ammessa l'installazione dei seguenti impianti pubblicitari:

Pubblicità Esterna temporanea istituzionale, commerciale e privata:

- striscioni, stendardi, gonfaloni

Pubblicità Esterna permanente, commerciale e privata:

- cartelli di superficie compresa tra 1 mq. e 9 mq.
- cartelli a messaggio variabile di superficie inferiore o uguale a 4 mq.
- tabelle murali
- cippi / trespoli
- impianti abbinati a elementi di arredo urbano di superficie inferiore o uguale a 1,5 mq. (in presenza di progetto particolareggiato 3 mq.)

- preinsegne
- megaposter

A3 - Zone a regolamentazione selettiva

Pubblicità Esterna temporanea istituzionale, commerciale e privata:

- striscioni, standardi, gonfaloni

Pubblicità Esterna permanente, commerciale e privata:

- cartelli di superficie compresa tra 1 mq. e 18 mq.
- cartelli a messaggio variabile di superficie inferiore o uguale a 18 mq.
- tabelle murali
- cippi / trespoli
- impianti abbinati a elementi di arredo urbano di superficie inferiore o uguale a 1,5 mq. (in presenza di progetto particolareggiato 3 mq.)
- preinsegne
- megaposter

A4 - Zone a normativa parametrizzata

Pubblicità Esterna temporanea istituzionale, commerciale e privata:

- striscioni, standardi, gonfaloni

Pubblicità Esterna permanente, commerciale e privata:

- cartelli di superficie compresa tra 1 mq. e 18 mq.
- cartelli a messaggio variabile di superficie inferiore o uguale a 18 mq.
- tabelle murali e bacheche
- cippi / trespoli
- impianti abbinati a elementi di arredo urbano di superficie inferiore o uguale a 1,5 mq. (in presenza di progetto particolareggiato 3 mq.)
- preinsegne
- megaposter

Altra pubblicità:

- L'utilizzo di eventuali impianti pubblicitari non contemplati in tale normativa dovrà essere esaminato previa presentazione di progetto particolareggiato.

NORMATIVA SPECIFICA E DISCIPLINA DEGLI IMPIANTI PUBBLICITARI

Oltre a quanto stabilito al punto 1 del presente articolo, le schede riepilogative, contenute nell'Abaco delle distanze, indicano ammissibilità e parametri di posizionamento per ciascuna tipologia di impianto e per ciascuna zona territoriale, in particolare in ordine a:

- caratteristiche
- dimensioni
- posizionamento rispetto al suolo
- ubicazione

Tali norme, dovranno essere sempre rispettate con l'eccezione delle installazioni da effettuare all'interno di aree particolari nelle quali, in funzione di un progetto particolareggiato, vigano norme diverse.

Art. 9 Autorizzazioni: presupposti ed autorità competente per il rilascio

La installazione di impianti pubblicitari di qualsiasi tipologia, allo scopo di effettuare pubblicità in una delle forme previste dal D.Lgs. 507/93, è soggetta alla preventiva autorizzazione da parte dell'Amministrazione Comunale, anche nel caso in cui la pubblicità che si intende effettuare sia esente dal pagamento dell'imposta.

E' altresì soggetta alla preventiva autorizzazione la variazione della pubblicità già effettuata derivante da modifica della ubicazione o del mezzo pubblicitario.

L'autorizzazione viene concessa con provvedimento rilasciato dalla Autorità Comunale competente per la pubblicità, sia annuale che temporanea, realizzata con insegne, targhe, cartelli e altri manufatti finalizzati alla diffusione di messaggi pubblicitari, striscioni, stendardi, impianti pubblicitari abbinati alla prestazione di servizi per gli utenti della strada, pannelli luminosi ed altri impianti di pubblicità o propaganda indicati al presente Capo.

La pubblicità effettuata nelle forme suddette deve essere sempre e comunque autorizzata nel caso di esposizione in luoghi aperti al pubblico ad eccezione della pubblicità effettuata negli stadi, negli impianti sportivi in genere, all'interno degli stabili e dei centri commerciali.

L'autorizzazione comunale è tacita nella attestazione di avvenuto pagamento dell'Imposta Comunale sulla pubblicità esclusivamente nei seguenti casi: pubblicità temporanea effettuata mediante locandine apposte sulle vetrine dei pubblici esercizi e degli esercizi commerciali; pubblicità effettuata con veicoli ai sensi dell'art. 13 del D.Lgs. 507/93.

Per la posa in opera di segni orizzontali sui piani stradali (entro i limiti stabiliti dal Codice della Strada) è necessario il preventivo nulla osta del Comando di Polizia Municipale. Non è soggetta ad autorizzazione preventiva la pubblicità effettuata mediante impianti posti all'interno dei locali alla vendita di beni o alla prestazione di servizi, ad eccezione di ogni forma pubblicitaria posta internamente all'edificio e visibile dall'esterno.

Per la pubblicità effettuata per mezzo di impianti installati su beni di proprietà comunale o dati in godimento dal Comune, o appartenenti al demanio o al patrimonio indisponibile comunale si rinvia all'art. 12 del presente Capo.

Sulla domanda diretta ad ottenere il provvedimento di autorizzazione alla installazione dell'impianto pubblicitario l'autorità competente provvede entro il termine di sessanta giorni dalla data di presentazione della domanda ovvero dalla data di presentazione della documentazione integrativa.

Nel caso in cui l'autorizzazione debba essere rilasciata previo parere della Commissione Edilizia, ovvero secondo quanto previsto dalla L.R. 52/91 art. 78 comma 1 lettera c) come modificato dall'art. 6 L.R. 19/99, il termine di cui al comma precedente decorre dalla data in cui la Commissione ha espresso il proprio parere. Entro lo stesso termine deve essere comunicato al richiedente l'eventuale diniego motivato.

Art. 10 Modalità presentazione richiesta di autorizzazione

Fatto salvo il disposto degli artt. 9 e 14 del presente Capo, chiunque intenda installare nel territorio comunale, anche temporaneamente, impianti pubblicitari, ovvero richieda la variazione di quelli già installati, deve farne apposita domanda indirizzata al competente ufficio comunale.

La domanda deve contenere:

- a) l'indicazione delle generalità, della residenza o domicilio legale e del codice fiscale del richiedente;
- b) l'ubicazione esatta del luogo ove si intende installare l'impianto;
- c) la descrizione dell'impianto, corredata della necessaria documentazione tecnica con indicazione dei materiali utilizzati, dal disegno illustrativo nonché da idonea documentazione fotografica dalla quale si evinca il contesto in cui è inserito il mezzo pubblicitario;

- d) il nulla osta dell'ente proprietario della strada, qualora sia diverso dal Comune;
- e) il nulla osta del condominio, ove necessario;
- f) il nulla osta degli enti competenti alla tutela dei vincoli culturali ed ambientali, ove sussistenti;
- g) la dichiarazione di conoscere e sottostare a tutte le condizioni contenute nel presente Piano;
- h) quanto previsto dalla L.R. 52/91 art. 78 comma 1 lettera c) come modificato dall'art. 6 L.R. 19/99 per installazioni all'interno della zona A1 individuata nel vigente Piano Regolatore.

Nel caso in cui la domanda non sia corredata della documentazione richiesta al comma precedente, ovvero nel caso in cui l'ufficio ritenga di dover acquisire ulteriore documentazione, ne dovrà essere fatta richiesta dal responsabile del procedimento secondo quanto previsto dalla normativa vigente.

Se l'impianto deve essere installato su area o bene privato, dovrà essere attestata la disponibilità di questi.

Art. 11 Obblighi del titolare dell'autorizzazione

A seguito dell'esame della domanda presentata e previa verifica dei presupposti necessari, l'Autorità Comunale competente rilascia l'autorizzazione alla installazione degli impianti pubblicitari richiesti.

L'installazione del mezzo pubblicitario deve avvenire, a pena di decadenza, entro il termine di trenta giorni (salvo espressa deroga da indicarsi nell'atto autorizzativo) dalla data di notifica della autorizzazione.

Il titolare dell'autorizzazione ha l'obbligo di rispettare quanto stabilito all'art. 54 D.P.R. 495/92.

Art. 12 Concessioni: presupposti ed iter per l'affidamento

La Giunta comunale può concedere a soggetti privati, mediante lo svolgimento di apposita procedura ad evidenza pubblica, la possibilità di collocare sul territorio comunale, su beni di proprietà comunale o dati in godimento dal Comune, o appartenenti al demanio o al patrimonio indisponibile comunale, appositi impianti pubblicitari, anche con valenza di pubblica utilità.

La concessione è disciplinata da una apposita convenzione, nella quale dovranno essere precisati il numero (quantitativo), l'ubicazione (l'indirizzo e/o l'individuazione planimetrica) degli impianti da installare, la durata della concessione ed il relativo canone annuo dovuto al Comune, nonché tutte le altre condizioni necessarie per un corretto rapporto come: le spese, le modalità e i tempi di installazione, la manutenzione, le responsabilità per eventuali danni, il rinnovo o la revoca della concessione.

Per la concessione avente ad oggetto impianti di proprietà comunale, ovvero lo sfruttamento a fini pubblicitari di spazi pubblici risultanti dal presente Piano generale degli impianti, il Comune adotta comunque il metodo della assegnazione per lotti e con contratti ad evidenza pubblica.

Il Comune fissa i criteri per la composizione dei lotti in base a criteri di funzionalità ed economicità.

Le aggiudicazioni avvengono per scelta derivante dall'esito di una procedura concorsuale svolta sulla base della vigente normativa.

Il richiedente la concessione dovrà provare, al momento della richiesta, la sussistenza della condizione prevista dall'art. 3 comma 3 del D.Lgs 507/93.

Espletata la procedura di gara secondo la normativa nazionale e comunitaria in tema di appalti pubblici, l'aggiudicatario dovrà garantire l'adempimento degli obblighi contrattuali con una congrua cauzione.

Il rapporto di concessione ha durata massima di nove anni.

Alla scadenza del termine (ovvero alla eventuale scadenza anticipata del rapporto contrattuale) si procederà alla assegnazione mediante una nuova procedura di gara.

Alle stesse norme è soggetta la pubblicità effettuata negli impianti sportivi di proprietà comunale. In tal caso ogni impianto costituirà un lotto.

La pubblicità effettuata su beni di proprietà comunale o dati in godimento dal Comune, o appartenenti al demanio o al patrimonio indisponibile comunale, comporta, oltre alla corresponsione dell'imposta, il pagamento del canone di affitto o di concessione, nonché del canone per l'occupazione degli spazi ed aree pubbliche ove applicabile.

Il titolare dell'autorizzazione ha l'obbligo di rispettare quanto stabilito all'art. 54 D.P.R. 495/92.

Art. 13 Progetti particolareggiati

L'Amministrazione comunale potrà a seguito della approvazione del presente Regolamento predisporre progetti particolareggiati interessanti specifiche porzioni del Centro Abitato.

Art. 14 Durata autorizzazioni e concessioni

Gli impianti pubblicitari di cui al Capo II, Art.1 del presente Regolamento, posati tramite autorizzazione, potranno essere mantenuti in opera per una durata di anni tre, eventualmente rinnovabile per ulteriori tre anni salvo eventuale disdetta inviata da una delle parti interessate a mezzo raccomandata entro e non oltre 90 giorni dalla data di scadenza dell'autorizzazione fermo restando il rispetto di quanto stabilito dal vigente Codice della Strada.

Nel caso di intervento organico oggetto di concessione amministrativa la durata è oggetto dell'apposito disciplinare.

La pubblicità su ponteggi di cantiere, recinzioni, ed altre strutture di servizio di pertinenza, dovrà avere la caratteristica di cartello pubblicitario anche illuminato, ovvero di gigantografia su tela avente dimensioni da sottoporre comunque ad approvazione dell'Ufficio competente.

Detta pubblicità, potrà essere autorizzata nell'osservanza delle norme del presente Regolamento.

Per la pubblicità temporanea effettuata a mezzo di striscioni, standardi e gonfaloni l'esposizione è consentita la seconda settimana precedente al periodo di svolgimento della manifestazione (spettacoli, iniziative commerciali, ecc.) a cui si riferisce, oltre al periodo dello svolgimento della manifestazione stessa. La rimozione, in ogni caso, deve avvenire entro le ventiquattro ore successive al termine della manifestazione o della iniziativa pubblicizzata.

Art. 15 Variazioni

Sugli impianti installati entro il Centro Abitato è tacitamente autorizzata la sostituzione del messaggio pubblicitario, a condizione che non sia alterata in alcun modo la struttura e le caratteristiche dell'impianto autorizzato.

E' comunque soggetta alla preventiva autorizzazione la variazione della pubblicità già effettuata derivante da modifica della tipologia, dimensione, ubicazione o dell'impianto pubblicitario secondo il disposto combinato degli artt. 6, 7, 8 del presente Capo.

Art. 16 Anticipata rimozione degli impianti

L'Amministrazione Comunale può disporre la rimozione anticipata degli impianti pubblicitari installati, in presenza di ragioni di pubblico interesse. La rimozione viene disposta con ordinanza motivata.

La rimozione dovrà essere effettuata, entro la data che sarà precisata nell'ordine di rimozione, a cura e spese del titolare del mezzo, il quale dovrà rimuovere anche eventuali sostegni o supporti e provvedere al ripristino alla forma preesistente della sede del manufatto.

Qualora l'interessato non ottemperi all'ordine di rimozione nei modi e nei termini stabiliti, l'impianto pubblicitario sarà considerato abusivo, con conseguente applicazione di quanto disposto nel presente Piano in ordine alla pubblicità abusiva.

Art. 17 Impianti privati per le affissioni dirette

Nel rispetto della tipologia, quantità, distribuzione degli impianti pubblicitari risultante dal Piano generale degli impianti, l'Amministrazione Comunale può concedere a soggetti privati, mediante lo svolgimento di apposita procedura ad evidenza pubblica, la possibilità di collocare sul territorio comunale, impianti pubblicitari per l'affissione diretta di manifesti e simili.

La concessione è disciplinata da una apposita convenzione, nella quale dovranno essere precisati il numero e l'ubicazione degli impianti da installare, la durata della concessione ed il relativo canone annuo dovuto al Comune, nonché tutte le altre condizioni necessarie per un corretto rapporto, come le autorizzazioni, le spese, le modalità e i tempi di installazione, la manutenzione, le responsabilità per eventuali danni, il rinnovo o la revoca della concessione e simili.

Art. 18 Impianti posati lungo o in vista delle strade su suolo o beni pubblici

All'interno dei centri abitati del capoluogo e delle frazioni, l'installazione di cartelli ed impianti pubblicitari deve essere autorizzata secondo la disciplina dal presente Piano e previa valutazione della Commissione Edilizia (ai sensi della L.R. 52/91 e successive modifiche).

Qualora gli impianti siano installati su beni di proprietà comunale o dati in godimento dal Comune, ovvero su beni appartenenti al demanio comunale, la corresponsione dell'Imposta comunale sulla pubblicità non esclude il pagamento di eventuali canoni di affitto o di concessione, né l'applicazione del canone per la occupazione di spazi ed aree pubbliche.

Il canone di affitto o di concessione è determinato con deliberazione della Giunta Comunale e la relativa richiesta comporta per l'utente l'accettazione della misura del corrispettivo da versare. In caso di pubblicità esistente e la misura del corrispettivo venga variata, l'utente deve comunicare entro 30 giorni l'accettazione del nuovo corrispettivo o rinunciare all'uso del bene comunale.

Art. 19 Impianti posati lungo o in vista delle strade su suolo o beni privati

Fermo restando quanto disposto dal presente Piano e dalla normativa vigente, l'autorizzazione per l'installazione di impianti pubblicitari su suolo privato comporta il nulla osta da parte del proprietario del suolo o del bene.

Art. 20 Limitazioni e divieti

Fatte salve le deroghe espressamente previste dal presente Piano, si applicano i divieti di cui all'art. 23 del decreto legislativo 30 aprile 1992, n. 285, modificato dall'art. 13 del decreto legislativo 10 settembre 1993, n. 360, secondo le norme di attuazione del regolamento emanato con DPR 16 dicembre 1992, n. 495 e secondo le modifiche di cui all'art. 30 L. 472/99 oltre a quanto previsto agli artt. 50 e 157 D. Lgs. 490/99.

Art. 21 Pubblicità abusiva e/o difforme da leggi, regolamenti, autorizzazioni, concessioni

Sono considerate abusive le installazioni ed esposizioni pubblicitarie difformi a quanto previsto all'art. 23 del Codice della Strada modificato secondo i disposti dell'art. 30 della L. 472/99 all'art. 30 ovvero senza la prescritta autorizzazione preventiva, ovvero risultanti non conformi alle condizioni stabilite dalla autorizzazione sia per forma, contenuto, dimensioni, sistemazione ed ubicazione, o comunque realizzate fuori dalle ubicazioni a ciò destinate ed approvate dal Comune.

Parimenti è considerata abusiva ogni variazione non autorizzata, apportata alle installazioni ed esposizioni in opera.

Sono altresì considerate abusive le installazioni e le esposizioni per le quali siano stati omessi adempimenti tributari o di altra natura.

Per quanto sopra si applicano le sanzioni di cui all'art. 23 del Codice della Strada modificato secondo i disposti dell'art. 30 della L. 472/99.

Art. 22 Norme transitorie

Tutti gli impianti pubblicitari installati e regolarmente autorizzati all'entrata in vigore del presente Piano, ma non rispondenti alle disposizioni dello stesso devono essere adeguati entro 3 anni, a cura e spese del titolare dell'autorizzazione.

Qualora il cartello debba essere rimosso per impossibilità di adeguamento, il titolare dell'autorizzazione avrà diritto al rimborso delle somme eventualmente già anticipate pertinenti la durata residua e non sfruttata dell'autorizzazione. Le autorizzazioni con scadenza antecedente al termine di cui al comma 1 saranno rinnovate solo se adeguate o adeguabili alle norme del presente Piano.

CAPO III - PUBBLICHE AFFISSIONI**Art. 23 Tipologia degli impianti**

Gli impianti delle pubbliche affissioni possono rientrare nelle seguenti tipologie:

- a) Cartello;
- b) Tabella murale;
- c) Superficie predisposta;
- d) Assiti, steccati, impalcature, e ripari di ogni genere compresi quelli intorno ai cantieri edili; purché forniti di adeguata superficie,
- e) Altri spazi, da destinarsi alle pubbliche affissioni a carattere temporaneo, ritenuti di volta in volta idonei dal Responsabile del servizio, tenuto conto dei divieti e limitazioni stabiliti dal presente Piano e dal Regolamento per l'applicazione dell'imposta comunale sulla pubblicità e diritto sulle pubbliche affissioni.

L'uso degli spazi di cui alle lettere d) ed e) non comporta alcun compenso o indennità a favore dei proprietari.

Art. 24 Identificazione, caratteristiche, norme tecniche

Tutti gli impianti hanno di regola dimensioni pari o multiple di 70x100 cm. e profondità massima di 12 cm. e sono collocati in posizioni che consentano la libera e totale visione e percezione del messaggio pubblicitario da tutti i lati che vengono utilizzati per l'affissione.

Ciascun impianto reca una targhetta con l'indicazione "Comune di Udine Servizio Pubbliche Affissioni" e il numero di individuazione dell'impianto.

Art. 25 Superficie complessiva

Ai sensi del combinato disposto degli artt. 3 e 18 del D.Lgs. 15 novembre 1993 n. 507, la superficie complessiva degli impianti destinati alle pubbliche affissioni non può essere inferiore a 3600 mq. né superiore a 5100 mq.

Art. 26 Ubicazione

Gli spazi da destinare alle pubbliche affissioni sono individuati nel presente Piano generale degli impianti anche su beni di privati, previo consenso dei rispettivi proprietari.

Art. 27 Zonizzazione**SUDDIVISIONE DEL TERRITORIO COMUNALE IN ZONE OMOGENEE**

Ai fini del presente Regolamento il territorio viene suddiviso nelle seguenti zone omogenee:

- A1** Zona di massima tutela: zone facenti parte del nucleo storico originario
- A2** Zona di attenzione attenuata: sono le zone di edilizia consolidata e dalle zone definite dal PRGC come residenziali di completamento.
- A3** Zona a regolamentazione selettiva: sono le zone residenziali di completamento oltre alle zone destinate a nuovi complessi insediativi misti, residenziali, terziari, commerciali.
- A4** Zona a normativa parametrizzata: sono le zone destinate a nuovi complessi insediativi industriali e artigianali nonché le zone degli insediamenti consolidati con destinazione produttiva, anche con caratteristiche artigianali, commerciali e terziarie.

ZONE SITUATE FUORI DEL CENTRO ABITATO

- B** Porzione di territorio compresa tra il perimetro del Centro Abitato ed il limite del territorio comunale costituito prevalentemente, da aree ad uso agricolo. Nell'ambito di questa porzione di territorio vengono comprese: le case sparse, i casali e le fattorie, nonché gli eventuali nuclei costituiti da un numero inferiore a venticinque fabbricati (D.L. 30/04/92 n. 285 art.3.8).

Al fine del presente regolamento questa zona è soggetta a normativa del Codice della Strada.

NORMATIVA GENERALE DI ZONA

La normativa generale di zona definisce e individua le tipologie e le dimensioni degli impianti pubblicitari ammessi in ciascuna zona territoriale omogenea situata all'interno del Centro Abitato. (I limiti di superficie sono da riferirsi a ciascuna facciata).

All'interno di aree del centro abitato sottoposte a vincolo ai sensi della legge 1497/39 l'autorizzazione alla installazione di impianti pubblicitari di qualsiasi tipo è subordinata alla approvazione della autorità preposta alla tutela del vincolo, come previsto dall'Art.14 della legge medesima.

A1 - Zone di massima tutela

In tali zone è ammessa l'installazione dei seguenti impianti pubblicitari:

 Pubblica affissione istituzionale permanente:

- cartelli di superficie inferiore o uguale a 3 mq.
- tabella di superficie inferiore o uguale a 3 mq.
- cippi / trespolo

 Pubblica affissione commerciale permanente:

- cartelli di superficie inferiore o uguale a 3 mq.
- cippi / trespolo

A2 - Zone di attenzione attenuata

In tali zone è ammessa l'installazione dei seguenti impianti pubblicitari:

 Pubblica affissione istituzionale permanente:

- cartelli di superficie compresa tra 1 mq. e 3 mq.
- tabella di superficie inferiore o uguale a 3 mq.
- cippi / trespolo

 Pubblica affissione commerciale permanente:

- cartelli di superficie compresa tra 1 mq. e 9 mq.
- tabella di superficie inferiore o uguale a 3 mq.
- impianti pubblicitari di servizio
- cippi / trespolo

A3 - Zone a regolamentazione selettiva

In tali zone è ammessa l'installazione dei seguenti impianti pubblicitari:

 Pubblica affissione istituzionale permanente:

- cartelli di superficie compresa tra 1 mq. e 3 mq.
- tabelle murali
- cippi / trespoli

 Pubblica affissione commerciale permanente:

- cartelli di superficie compresa tra 1 mq. e 18 mq.
- tabelle
- cippi / trespolo

A4 - Zone a normativa parametrizzata

In tali zone è ammessa l'installazione dei seguenti impianti pubblicitari:

 Pubblica affissione istituzionale permanente:

- cartelli di superficie compresa tra 1 mq. e 3 mq.
- tabelle
- cippi / trespolo

 Pubblica affissione commerciale permanente:

- cartelli di superficie compresa tra 1 mq. e 18 mq.
- tabelle
- cippi / trespolo

NORMATIVA SPECIFICA E DISCIPLINA DEGLI IMPIANTI PUBBLICITARI

Oltre a quanto stabilito nella **NORMATIVA GENERALE DI ZONA** del presente articolo, le Schede Riepilogative, contenute nell'Abaco per l'applicazione della normativa, indicano ammissibilità e parametri di posizionamento per ciascuna tipologia di impianto e per ciascuna zona territoriale, in particolare in ordine a:

- caratteristiche
- dimensioni
- posizionamento rispetto al suolo
- ubicazione

Tali norme, dovranno essere sempre rispettate con l'eccezione delle installazioni da effettuare all'interno di aree particolari nelle quali, in funzione di un progetto particolareggiato, vigano norme diverse.

Art. 28 Servizio delle pubbliche affissioni

Le pubbliche affissioni nell'ambito del territorio del Comune di Udine costituiscono servizio obbligatorio, di esclusiva competenza del Comune medesimo.

Il servizio delle pubbliche affissioni è teso a garantire specificatamente l'affissione, a cura dell'Amministrazione comunale, in appositi impianti a ciò destinati, di manifesti contenenti comunicazioni aventi finalità istituzionali, sociali e comunque prive di rilevanza economica.

Il Comune garantisce, altresì, l'affissione di messaggi diffusi nell'esercizio di attività economiche.

Art. 29 Affissione manifesti funebri

L'Amministrazione comune può autorizzare le imprese di pompe funebri ad affiggere direttamente, negli spazi a ciò destinati, gli annunci ovvero ringraziamenti relativi ad eventi luttuosi, previa accettazione sottoscritta da parte dei medesimi di attenersi alle condizioni poste dall'Amministrazione Comunale stessa.

I manifesti di cui al presente articolo non possono avere formato superiore a cm. 35x50.

Art. 30 Affidamento a privati del servizio dell'espletamento materiale del servizio

L'Amministrazione comunale può affidare a terzi l'effettuazione materiale del servizio di affissione e deaffissione dei manifesti.

Art. 31 Affissione abusiva di manifesti: sanzioni amministrative ed accessorie

Sono vietate e comunque considerate abusive le affissioni effettuate da terzi sugli impianti riservati al Servizio delle pubbliche affissioni comunali.

La affissioni abusive ai sensi del precedente comma, fatta salva la facoltà di cui al comma successivo, sono rimosse o comunque eliminate a cura dei responsabili, che dovranno provvedervi entro il termine massimo di 2 giorni. In caso di inadempienza, vi provvede l'Amministrazione Comunale con addebito ai responsabili stessi, previa contestazione delle relative infrazioni, delle spese sostenute per la rimozione o la cancellazione.

Nel caso di affissioni abusive di cui al presente articolo, si applicano, oltre alle sanzioni amministrative, anche quelle tributarie previste nel Regolamento per l'applicazione dell'Imposta comunale sulla pubblicità e del Diritto sulle pubbliche affissioni.

Art. 32 Norme transitorie

Tutti gli impianti affissionali già installati all'entrata in vigore del presente Piano, ma non rispondenti alle disposizioni dello stesso dovranno essere adeguati entro il termine di tre anni dalla data di entrata in vigore del presente Piano, a cura dell'Amministrazione comunale.

Art. 33 Entrata in vigore

Il presente Piano, adottato con provvedimento del Consiglio Comunale, entra in vigore dalla data di esecutività del relativo provvedimento di approvazione, se non diversamente indicato nella deliberazione stessa. Da tale data sono abrogate, ove incompatibili, tutte le disposizioni contenute in altri regolamenti comunali che disciplinano la materia di cui al presente Piano.

Il Piano può essere sottoposto a revisione periodica per effetto di variazioni demografiche rilevanti, di espansione del Centro Abitato, dello sviluppo della viabilità e di ogni altra causa rilevante che possa determinare una variazione nella dislocazione degli impianti.

ALLEGATI CARTOGRAFICI

Legenda

Zonizzazione

Zona A1
Zona A2
Zona A3
Zona A4

Vincoli

Vincolo monumentale
Vincolo ambientale

Parco Urbano del Cormor
Parco Urbano del Torre

Classificazione stradale

----- Strada Statale
----- Strada Provinciale

⊠ Perimetro Centro Abitato