



COMUNE DI RESCALDINA
Provincia di Milano

PIANO GENERALE DEGLI IMPIANTI
PUBBLICITARI

**Allegato al Regolamento Comunale approvato con Delibera del Consiglio Comunale
nr. 38 del 25.05.07;
Entrato in vigore il 10.07.07**

CAPO I DISPOSIZIONI GENERALI

Art. 1

Oggetto ed articolazione del Piano

1. Il presente Piano generale degli impianti pubblicitari, predisposto ai sensi del decreto legislativo 15 novembre 1993 n. 507 ed in conformità ai criteri stabiliti dal Codice della Strada e relativo regolamento di attuazione, e dal Regolamento comunale per la disciplina della pubblicità e delle affissioni, individua le modalità di effettuazione della pubblicità esterna e delle pubbliche affissioni nel territorio comunale.
2. Il Piano in particolare individua, con riferimento alle diverse zone del territorio comunale, le principali caratteristiche, i limiti dimensionali, le modalità di installazione e le località in cui è consentita la collocazione dei mezzi pubblicitari di cui all'art. 6, comma 2, del Regolamento comunale per la disciplina della pubblicità e delle affissioni.
3. Le caratteristiche dimensionali, l'ubicazione, la natura e qualità dei materiali utilizzati, nonché i criteri tecnici di sicurezza e le modalità di installazione dei mezzi pubblicitari devono essere conformi, oltre che alle prescrizioni del presente Piano, a quanto previsto dal vigente Codice della Strada e relativo regolamento di attuazione, dal vigente Regolamento Edilizio e da ogni altra disposizione legislativa e regolamentare vigente in materia.
4. Non sono disciplinate dal presente Piano le insegne d'esercizio per le quali si applicano le prescrizioni dettate in materia dalle vigenti disposizioni legislative e regolamentari.

Art. 2

Suddivisione del territorio comunale

1. Agli effetti del presente Piano il territorio del Comune di Rescaldina, comprendente il centro abitato e tutte le strade comunali, è suddiviso in tre Zone, così individuate:
 - a. Zona "A": *centro abitato, ad eccezione della ex SS. 527;*
 - b. Zona "B": *tratto della ex SS. 527 posto nel centro abitato;*
 - c. Zona "C": *territorio comunale fuori dal centro abitato.*
2. E' vietata l'installazione di impianti pubblicitari, fatta eccezione per le insegne di esercizio, nelle zone classificate "aree pedonali".

CAPO II

CARATTERISTICHE DEI MEZZI PUBBLICITARI

Art. 3

Strutture destinate all'affissione

1. Costituiscono strutture destinate all'affissione, i tabelloni e le altre strutture mono, bifacciali o plurifacciali, supportate da idonea struttura di sostegno o di collocazione sul suolo ovvero su prospetti di edifici, muri, recinzioni e simili, destinate alla pubblica affissione o all'affissione diretta di manifesti da sostituirsi periodicamente, qualunque sia il tipo e la dimensione del manifesto o il periodo di esposizione dello stesso

Art. 4

Forme pubblicitarie temporanee

1. Il requisito della temporaneità ricorre quando la permanenza del mezzo pubblicitario ha carattere occasionale e comunque limitato nel tempo (come in occasione di singole manifestazioni ed iniziative).
2. E' considerato temporaneo il mezzo pubblicitario installato per non più di 60 giorni consecutivi. Non è ammessa nuova richiesta di installazione nei successivi 60 giorni dalla cessazione della precedente autorizzazione
3. Non è consentito, per motivi di sicurezza legati al necessario requisito del rispetto della spinta del vento, l'utilizzo di mezzi pubblicitari di tipo precario e facilmente rimovibili (quali le strutture "a piramide" o "a cavalletto", gli espositori "a busta", ecc.).
4. Sono da considerarsi mezzi di pubblicità temporanea gli striscioni, le locandine e gli standardi.

5. Le locandine, qualora siano posizionate sul terreno, possono essere realizzate anche in materiale rigido. Il bordo inferiore degli striscioni e dei festoni di bandierine deve essere collocato, in ogni suo punto, ad una quota non inferiore a m. 5,10 dal piano della carreggiata. L'esposizione di striscioni è ammessa unicamente per la promozione pubblicitaria di manifestazioni e spettacoli. L'esposizione di locandine e stendardi è ammessa per la promozione pubblicitaria di manifestazioni e spettacoli, oltrechè per il lancio di iniziative commerciali. L'esposizione di striscioni, locandine e stendardi è limitata al periodo di svolgimento della manifestazione, dello spettacolo o dell'iniziativa cui si riferisce, oltre che alla settimana precedente ed alle ventiquattro ore successive allo stesso. Ciascuno striscione, locandina e stendardo deve rispettare la distanza di metri 100 da altre installazioni pubblicitarie.
6. I suindicati impianti possono essere illuminati da luce indiretta e possono riportare, ove costituiscano forme di pubblicità relative a manifestazioni organizzate dall'amministrazione comunale o da altri enti pubblici ovvero patrocinate da essi, oltre ai messaggi relativi alla manifestazione anche messaggi relativi ad eventuali sponsor, in una misura comunque non superiori al 30 % della superficie disponibile.
7. Costituiscono segni orizzontali reclamistici le riproduzioni sulla superficie stradale, con pellicole adesive, di scritte, simboli e marchi, finalizzate alla diffusione di messaggi pubblicitari o propagandistici.
8. I segni orizzontali reclamistici, ove consentiti ai sensi dell'articolo 51, comma 9, del DPR 495/92 devono essere realizzati con materiali rimovibili ma ben ancorati, nel momento dell'utilizzo, alla superficie stradale e che garantiscano una buona aderenza dei veicoli sugli stessi.
9. In ogni caso le forme pubblicitarie temporanee non possono essere utilizzate per sostituire o surrogare le forme pubblicitarie di carattere permanente.
10. Si definisce pubblicità fonica la diffusione con qualsiasi mezzo idoneo, sia da punto fisso che da veicoli, di messaggi pubblicitari di natura sonora.

Art. 5

Impianti pubblicitari di servizio

1. Relativamente agli impianti pubblicitari di servizio come definiti all'art. 4 del "regolamento pubblicità", le caratteristiche dei singoli tipi di impianto e dei diversi elementi di arredo urbano, nonché le modalità di installazione degli stessi, sono stabilite da apposite convenzioni e dai relativi capitolati tecnici. Le suddette convenzioni possono stabilire, per gli impianti pubblicitari di servizio, deroghe alle distanze minime fissate dal presente Piano, a condizione che sia sempre salvaguardata l'incolumità degli utenti della strada.

Art. 6

Caratteristiche generali

1. I cartelli, le insegne di esercizio e gli altri mezzi pubblicitari devono essere realizzati con materiali non deperibili e resistenti agli agenti atmosferici.
2. Le strutture di sostegno e di fondazione devono essere calcolate per resistere alla spinta del vento, saldamente realizzate ed ancorate, sia globalmente che nei singoli elementi.
3. Qualora le suddette strutture costituiscono manufatti la cui realizzazione e posa in opera è regolamentata da specifiche norme (statiche, luminose, spinta del vento, riflettonza/abbagliamento ecc.), l'osservanza delle stesse e l'adempimento degli obblighi da queste previste deve essere documentato prima del ritiro dell'autorizzazione di cui all'articolo 23, comma 4, del codice della strada. Devono comunque essere rispettate tutte le specifiche norme in materia.
4. I cartelli, le insegne di esercizio e gli altri mezzi pubblicitari devono avere sagoma regolare, che in ogni caso non può essere quella di disco o di triangolo. L'uso dei colori rosso non può comunque superare 1/5 dell'intera superficie del cartello o altro mezzo pubblicitario.
5. Tutti gli impianti pubblicitari luminosi o illuminati non possono avere luce intermittente, né di colore rosso e devono essere di intensità tale da non procurare abbagliamento.
6. Nel caso di impianti collocati lungo uno stesso itinerario a vista, la quota del bordo inferiore del cartello deve essere identica per tutti gli impianti, in modo da garantire l'omogeneità estetica del sistema. A tal fine i nuovi impianti dovranno adeguarsi agli impianti preesistenti nel rispetto della normativa contenuta nel presente piano nonché nel regolamento pubblicità.

7. Gli impianti pubblicitari posizionati a muro o su apposita struttura di sostegno devono essere muniti di telaio e cornice in materiale metallico trattato in maniera tale da evitarsi il sorgere di ruggine.
8. Le strutture di sostegno dei mezzi pubblicitari che comportano la posa in opera di impianti fissi devono essere realizzate con supporti verticali (paline) a sezione circolare, rettangolare od esagonale di metallo verniciato di colore adeguato al contesto di inserimento.
9. E' rimandata alla competenza della Giunta Comunale l'eventuale indicazioni di maggiori e più specifiche norme circa i supporti nonché i colori di essi, con l'eventuale predisposizione di appositi repertori.
10. I supporti verticali delle strutture di sostegno dei mezzi pubblicitari collocati lungo uno stesso itinerario a vista devono avere le medesime caratteristiche, salvo particolari esigenze di natura tecnica da valutare in relazione alle specifiche circostanze. Tali caratteristiche devono essere identiche a quelle dei segnali stradali eventualmente esistenti.
11. I mezzi pubblicitari installati su tetti o coperture, collocati in posizioni ambientalmente ed esteticamente compatibili, devono essere il più possibile trasparenti. Nel caso di impianti visibili da più lati, gli stessi devono avere carattere tridimensionale.
12. I diversi mezzi pubblicitari non possono contenere alcun elemento pittografico o grafico confondibile con quelli previsti dal vigente Codice della Strada per la segnaletica di indicazione. Si osservano comunque le disposizioni di cui agli artt. 49 e 50 del Regolamento di attuazione del vigente Codice della Strada.
13. Gli orologi pubblicitari, se ammessi, possono contenere un messaggio pubblicitario di dimensioni massime pari a mq. 0,7.

CAPO III INSTALLAZIONE DEI MEZZI PUBBLICITARI

Art. 7.

Le priorità nel posizionamento

1. In ordine alla posizione di collocamento degli impianti, ferma restando la garanzia assoluta riferita a semafori, apparecchiature illuminanti di controllo elettronico ed altri rispondenti a requisiti di pubblica utilità, viene data precedenza a:
2. **SEGNALI STRADALI**
 - a - segnali di pericolo e segnali di prescrizione
 - b - segnali di indicazione
3. **SEGNALI INFORMATIVI**
 - a - segnali di nome strada e servizi d'interesse pubblico
 - b - segnali turistici e di territorio
 - c - segnali che forniscono informazioni utili per la guida
 - d - segnali che indicano servizi e impianti per gli utenti della strada
 - e - segnali industria o delle attività
4. **MEZZI PUBBLICITARI**
 - a - pubbliche affissioni
 - b - pre-insegne
 - b - pubblicità fissa
5. In ogni caso e per particolari forme pubblicitarie, viene data preferenza a quella di carattere socio-culturale e di informazione pubblica.

Art. 8

Il posizionamento

1. All'interno del centro abitato è consentito il posizionamento di manufatti pubblicitari con esclusione dei seguenti punti:
 - a) sulle pertinenze di esercizio delle strade;
 - b) in corrispondenza delle intersezioni;
 - c) lungo le curve e su tutta l'area compresa tra la curva stessa e la corda tracciata tra i due punti di tangenza;
 - d) sulle scarpate stradali sovrastanti la carreggiata in terreni di qualsiasi natura e pendenza;

- e) in corrispondenza dei raccordi verticali concavi e convessi;
- f) sui ponti e sottoponti;
- g) sui cavalcavia e loro rampe.

Art. 9 Modalità di installazione

1. Salvo casi particolari da valutare in relazione alle specifiche circostanze, le installazioni pubblicitarie devono essere posizionate, fuori dalla carreggiata, ad una distanza pari ad almeno mt. 3,00 dal margine della stessa, e con il bordo inferiore dell'impianto ad un'altezza pari a mt. 1,50 dalla quota della carreggiata stradale
2. La distanza di cui al comma precedente non viene osservata nel caso in cui l'installazione pubblicitaria venga posizionata in aderenza ai muri di fabbricati, ovvero nel caso in cui la sede stradale sia delimitata da marciapiede sul lato in cui l'installazione deve essere effettuata. In questi casi i supporti verticali delle strutture di sostegno dei mezzi pubblicitari devono essere collocati in fregio ai muri dei fabbricati ovvero sul bordo esterno dei marciapiedi, garantendo uno spazio adeguato per il transito pedonale pari alla larghezza del marciapiede e comunque non inferiore a mt. 1,50.
3. Nei casi di cui l'impianto venga posizionato su marciapiede o altra sede transitabile dai pedoni il mezzo pubblicitario deve risultare, in ogni suo punto, ad una distanza dal limite della carreggiata non inferiore a mt. 0,30 e comunque ad una distanza tale da non recare pericolo ai veicoli in transito. Il bordo inferiore deve essere in ogni suo punto ad una quota di mt. 2,10 dal suolo calpestabile. Vengono fatte salve eventuali prescrizioni urbanistiche, anche a salvaguardia dell'estetica dell'abitato.
4. L'installazione dei mezzi pubblicitari deve essere compiuta in osservanza dei profili architettonici come determinati dalla presenza di elementi quali ringhiere, muretti parapetto, e simili, e comunque in modo da non occultare od alterare le linee architettoniche degli edifici e le visuali del paesaggio.
5. La sistemazione degli impianti a muro deve essere eseguita nel rispetto degli allineamenti orizzontali e verticali, con perpendicolarità fra i medesimi. In presenza di elementi architettonici o decorativi gli impianti devono essere installati ad una distanza minima di mt. 1,00 dagli stessi.
6. La pubblicità sui ponteggi edilizi e sulle recinzioni dei grandi cantieri può essere realizzata, per la durata dei relativi lavori, esclusivamente utilizzando teli estesi a tutta la superficie di una facciata o supporti collocati lungo tutta una recinzione.
7. I display elettronici utilizzati per la pubblicità a messaggio variabile degli esercizi commerciali devono essere contenuti all'interno del vano vetrina o del vano porta degli esercizi stessi, e devono essere in ogni caso installati in modo parallelo rispetto all'andamento della strada.

Art. 10 Dimensioni

1. I mezzi pubblicitari, in relazione alle diverse Zone, devono essere realizzati nel rispetto delle seguenti misure massime:

a) Zona "A":

- standardi: mt. 1,40 x 1,00 ovvero mt. 1,40 x 2,00;
- mezzi pubblicitari (cartelli, cartelli a messaggio variabile, tabelloni etc.) mt. 1,00 x, 1,50 ovvero 1,50 x 2,00 ovvero 2,00 x 3,00.
- bacheche e vetrine: mt. 1,00 x 1,40;
- preinsegne – frecce direzionali: mt. 1,00 x 0,20;
- striscioni: mt. 5,00 x 0,80.

b) Zona "B":

- standardi: mt. 1,40 x 1,00 ovvero mt. 1,40 x 2,00;
- mezzi pubblicitari (cartelli, cartelli a messaggio variabili, tabelloni etc.) **perpendicolari alla carreggiata**: 3,00 x 2,00
- mezzi pubblicitari (cartelli, cartelli a messaggio variabili, tabelloni etc.) **paralleli alla carreggiata ovvero posizionati a muro**: 1,00 x 2,00 ovvero 3,00 x 2,00 ovvero 4,00 x 3,00 ovvero mt. 6,00 x 2,00 ovvero mt. 9,00 x 2,00;

- pre-insegne e frecce direzionali: mt. 1,00 x 0,20 ovvero mt. 1,25 x 0,25
- striscioni: mt. 5,00 x 0,80

c) Zona "C":

- si osservano le disposizioni di cui all'art. 48 e seguenti del Regolamento di attuazione del vigente Codice della Strada.

2. La scelta delle dimensioni dell'impianto deve tener conto del contesto in cui si inserisce e con cui deve integrarsi privilegiando, in particolare nelle zone "A", le dimensioni di minor impatto.

Art. 11 Distanze

1. Nell'ambito delle strade urbane di scorrimento, di quartiere e delle strade locali, come definite dall'art. 2, comma 3, lettere D), E) e F), del vigente Codice della Strada, si devono rispettare le seguenti prescrizioni:
 - a) i mezzi pubblicitari non possono essere collocati nell'area delle intersezioni stradali e devono osservare una distanza minima da queste di mt. 30, prima o dopo di esse, calcolando la distanza intercorrente tra il punto di installazione del supporto verticale più vicino all'intersezione ed il vertice tra il proseguimento ideale delle linee di cordolo dei marciapiedi o, in mancanza di questi, della base dei fabbricati o di contorno dei terreni laterali o delle banchine;
 - b) tra i diversi mezzi pubblicitari deve essere osservata una distanza minima di mt. 40 ad eccezione delle strade urbane di scorrimento in cui si applica una distanza di mt. 100 indipendentemente dalla tipologia dell'installazione (parallela o perpendicolare);
 - c) la distanza minima che deve essere osservata dai segnali stradali, prima o dopo di essi, è pari a mt. 35. Questo ultimo limite vale anche per le installazioni pubblicitarie parallele alla strada;
 - d) per i mezzi pubblicitari collocati in posizione parallela al senso di marcia dei veicoli e posti in aderenza ai fabbricati la distanza minima di cui alla lettera a) è ridotta a mt. 10. Per i medesimi mezzi pubblicitari la distanza minima di cui alla lettera b) deve essere almeno pari alla larghezza massima della cornice degli impianti già in essere e comunque non può essere inferiore a mt. 0,10 rispetto ad altri impianti posizionati parallelamente alla carreggiata. In ogni caso non possono essere autorizzati impianti posizionati parallelamente rispetto alla carreggiata in numero superiore a due affiancati, ed i successivi impianti pubblicitari paralleli alla carreggiata non potranno essere posizionati ad una distanza inferiore a mt. 100, osservando tale limite anche rispetto ad altre installazioni pubblicitarie ancorché non parallele. E' ammesso il posizionamento di impianti pubblicitari all'interno dei cantieri posti al fine di pubblicizzare la realizzazione e vendita di appartamenti o unità immobiliari in genere nel numero di 1 impianto a cantiere, anche in deroga alla distanza di metri 100 da altri impianti pubblicitari. Sono autorizzabili solo ed esclusivamente le installazioni parallele poste in aderenza a fabbricati, purché vengano rispettate le dimensioni previste dal precedente articolo 10 e la superficie utilizzata non ecceda il 15 % della superficie totale del prospetto del fabbricato interessato.
2. Fatta salva la pubblicità all'interno delle aree dei distributori di carburanti, i mezzi pubblicitari non possono essere posizionati in corrispondenza degli stessi e devono distare metri 30 dagli accessi.

Art. 12 Insegne di esercizio

1. E' esclusivamente consentita nell'intero territorio comunale la collocazione di insegne di esercizio sulla base di quanto prescritto nel Regolamento Edilizio.

Art. 13 Targhe, colonne pubblicitarie, trespolti pubblicitari

1. Sono consentite nell'intero territorio comunale:

- ⇒ targhe a muro di dimensioni contenute e non illuminate per attività professionali ed anche per attività commerciali e/o produttive;
- ⇒ dimensioni consentite:

- T. singole commerciali	dimens.	Max cm.	50 x 70
- T. plurime commerciali	dimens.	Max cm.	50 x 150
- T. plurime professionali	dimens. Max cm.		35 x 100
- T. singole professionali	dimens.	Max cm.	35 x 50
- ⇒ colonne pubblicitarie o totem con altezza massima consentita di mt. 3,5;

2. Le dimensioni delle targhe pubblicitarie derivanti da accordi di sponsorizzazione per lavori manutentivi di aree pubbliche, fatta salva la salvaguardia dell'incolumità degli utenti della strada, vengono concordate in sede di convenzione con i privati tendendo comunque a garantire il minor impatto possibile sui luoghi e sull'estetica degli stessi.

Art. 14

Tende parasole a fini pubblicitari

1. L'uso delle tende parasole a fini pubblicitari è ammesso esclusivamente con l'apposizione di diciture nel rapporto vuoto per pieno di 1/2 della sua superficie.
2. Le tende parasole possono contenere la denominazione dell'esercizio o messaggi pubblicitari relativi alla merce venduta all'interno dell'esercizio stesso.
3. Le nuove tende parasole devono essere realizzate in coerenza con il Regolamento Edilizio vigente.
4. Il presente articolo non si applica alle tende parasole attualmente regolarmente autorizzate ed in uso.

Art. 15

Limiti all'installazione

1. Sugli edifici ed in genere sui muri è vietata l'affissione di manifesti privi di apposito supporto, salvo eccezionali e particolari esigenze di natura istituzionale. In ogni caso la superficie muraria non può essere occupata in misura superiore al 15%.
2. Nelle stazioni di servizio e nelle aree di parcheggio i mezzi pubblicitari non possono essere collocati per una superficie complessiva non eccedente il 10% delle aree occupate dalle stazioni di servizio ed il 5% delle aree occupate dalle aree di parcheggio, purché gli stessi non siano installati lungo il fronte stradale ed in corrispondenza degli accessi. Dal computo della superficie dei mezzi pubblicitari sono esclusi quelli attinenti ai servizi prestati presso la stazione o l'area di parcheggio.
3. Gli impianti destinati alla proiezione di messaggi pubblicitari su una qualsiasi superficie, escluse comunque le carreggiate delle strade ed i muri degli edifici sottoposti a vincoli ai sensi del decreto legislativo 490/99, possono essere utilizzati esclusivamente in occasione di singole manifestazioni ed iniziative ovvero in presenza di particolari esigenze di carattere commerciale. Tali forme pubblicitarie non devono in alcun modo arrecare disturbo alla circolazione veicolare o pedonale.
4. In tutti i casi i mezzi pubblicitari non possono essere collocati entro lo spazio di avvistamento dei segnali stradali, nel caso creino interferenza visiva con questi.

Art. 16

Pre insegne – Freccie direzionali

1. L'installazione di impianti per pre-insegne e freccie direzionali si ispira a principi di omogeneizzazione e raggruppamento degli impianti.
2. Per i segnali di indicazione delle attività si dettano le seguenti prescrizioni particolari in aggiunta ai disposti del Codice delle Strada:
 - a. le distanze di cui al precedente art. 11, limitatamente alla distanza dalle intersezioni, possono essere derogate nel rispetto comunque della sicurezza stradale e senza pregiudicare la visibilità dei conducenti.
 - b. i segnali devono essere raggruppati in un unico impianto con freccie d'orientamento omogenee che può contenere:
 - massimo 6 cartelli in zona A dimens. cartello cm. 100 x 20

- massimo 6 + 6 (RADDOPPIO) in zona B e C dimens. Cartelli cm. 125 x 25 ovvero cm. 100 x 20.
 - Massimo 10 (raddoppiabile lateralmente) all'interno delle aree produttive ad alta densità.
2. Gli impianti, in applicazione del principio di cui al comma 1, ove possibile, devono essere raggruppati creando impianti bifacciali.
 3. Le frecce di orientamento devono essere posizionate secondo il seguente ordine dall'alto verso il basso:
 - a. frecce diritto;
 - b. frecce indicanti a sinistra;
 - c. ultimo le frecce indicanti a destra
 4. Gli impianti possono essere raddoppiati lateralmente solo nelle zone B e C nonché all'interno delle aree artigianali.
 5. In caso di raddoppio, come previsto al comma precedente, l'ordine delle frecce sarà il seguente:
 - a. Sul pannello di sinistra andranno posizionate le freccia di direzione sinistra, e nella parte superiore quelle diritto;
 - b. Sul pannello di destra andranno posizionate le frecce di direzione destre, e nella parte superiore le frecce diritto.
 6. La distanza da un impianto e un altro posizionati entrambi sullo stesso lato non può essere inferiore a metri 20.
 7. In caso di specifiche convenzioni con l'A.C., le disposizioni contenute nei precedenti commi potranno essere derogate.
 8. E' inoltre fatta salva la possibilità, in alternativa alle convenzioni di cui al punto precedente e previa delibera della giunta comunale, di prevedere, per tutto il territorio Comunale o per parti di esso, la predisposizione di un piano specifico atto ad indicare i punti ove posizionare gli impianti da parte di società private con eventuale cessione in proprietà dell'impianto stesso al Comune. In detti casi la regolamentazione convenzionale dovrà dare la possibilità a chiunque di posizionare le proprie pre insegne o frecce direzionali previo il pagamento di quanto dovuto all'amministrazione comunale.
 9. Gli impianti pubblicitari per le pre-insegne dovranno essere costituiti da due pali di sostegno laterali realizzati con profilo tubolare con spigolo arrotondato in estruso di alluminio lega 6060 aventi dimensioni di mm 80x3000x80, di colore grigio satinato.
 10. Tali pali dovranno essere dotati di canalette interne per l'accoglimento ed il fissaggio dei singoli cartelli.
 11. I pali, le eventuali cornici e comunque le superfici in vista dovranno essere protette contro la corrosione con idonei sistemi.
 12. Nel caso di impianti di proprietà comunale o dati in gestione a mezzo di apposite convenzioni a soggetti privati gli impianti dovranno essere sormontati da pannello in pvc espanso autoestinguento recante sulla sinistra lo stemma comunale con in successione la dicitura "Comune di Rescaldina" e sulla destra lo stemma della Comunità Europea.
 13. Nel caso di convenzione è fatta salva la possibilità di dettare ulteriori caratteristiche degli impianti.
 14. E' demandato alla Giunta Comunale l'eventuale approvazione di un repertorio riproducente gli impianti e le loro caratteristiche tecniche anche in deroga a quelle qui indicate.

Art. 17 Pubblicità Fonica

1. La pubblicità fonica (sonora) sulle strade poste nel centro abitato è consentita dalle ore 9.00 alle ore 13.00 e dalle 16.30 alle ore 19.30, fatti salvi i casi previsti dall'articolo 59 del Regolamento di esecuzione ed attuazione del codice della strada nonché quella eseguita dall'amministrazione comunale.
2. In ogni caso la pubblicità fonica non deve superare i limiti massimi di esposizione al rumore fissati dalla vigente normativa nazionale e locale.

Art. 18

Collocazione di mezzi pubblicitari fuori dal centro abitato

3. Nell'ambito della Zona "C" la collocazione dei mezzi pubblicitari è subordinata al rispetto delle disposizioni dettate in materia dal vigente Codice della Strada e dal relativo Regolamento di attuazione. Si applicano, inoltre, le prescrizioni del presente Piano, in quanto compatibili.

CAPO IV

IMPIANTI PER LE PUBBLICHE AFFISSIONI

Art. 19

Caratteristiche degli impianti

1. Salvo quanto disposto dal comma successivo, gli impianti per le pubbliche affissioni devono rispettare le prescrizioni dettate dal presente Piano in relazione ai diversi tipi di mezzi pubblicitari.
2. I tabelloni destinati all'affissione dei manifesti funerari possono avere anche dimensione di mt. 2,00 x 1,00.

Art. 20

Ripartizione degli impianti

1. Gli impianti collocati lungo una medesima strada avente una forte valenza pedonale, devono essere destinati, di regola, per l'80% alle affissioni di natura commerciale e per il 20% alle affissioni di natura istituzionale.

Art. 21

Adozione dei provvedimenti

1. Nell'ipotesi di sostituzione, spostamento, rimozione o mutamento di destinazione degli impianti esistenti ovvero di installazione di nuovi impianti, gli atti amministrativi conseguenti sono adottati dal Responsabile d'area competente.

CAPO V

DISPOSIZIONI FINALI

Art. 22

Adeguamento al Piano

1. Fatto salvo quanto disposto dai successivi commi 3 e 4, i mezzi pubblicitari installati da soggetti privati sulla base di autorizzazioni o concessioni in essere alla data di esecutività del presente Piano e non rispondenti alle prescrizioni del Piano medesimo devono essere resi conformi alla nuova disciplina, a cura e spese del titolare dell'atto abilitativo, entro il termine di tre anni dalla sua entrata in vigore.
2. Nel caso di impossibilità di adeguamento del mezzo pubblicitario alla nuova disciplina, il titolare dell'atto abilitativo ed il proprietario o il possessore del suolo devono provvedere nel termine di cui al comma 1 alla sua rimozione, fatto salvo il diritto al rimborso di quanto eventualmente versato per il periodo non usufruito.
3. Qualora non si provveda alla rimozione, il Comune, previa diffida contenente l'assegnazione di un termine congruo e comunque non inferiore a trenta giorni, procede alla rimozione d'ufficio, con addebito delle spese in via solidale a carico dei soggetti obbligati, fatta salva l'applicazione delle sanzioni previste per i mezzi pubblicitari abusivi.

4. I mezzi pubblicitari installati nella Zona "A" e non conformi alla prescrizione di cui al presente Piano devono essere obbligatoriamente rimossi entro il termine di un anno dalla data di esecutività del Piano medesimo.

Art. 23
Autorizzazioni in sanatoria

1. I mezzi pubblicitari privi di titolo abilitativo, ma conformi a tutte le prescrizioni del presente Piano, sono oggetto di autorizzazione in sanatoria, sulla base di apposita istanza da presentarsi entro centottanta giorni dalla data di esecutività del Piano medesimo. In caso di mancata presentazione dell'istanza entro tale termine, il mezzo pubblicitario deve ritenersi abusivo.

Art. 24
Sanzioni

1. L'inosservanza delle disposizioni del presente Piano comporterà l'applicazione delle sanzioni previste dal D. L.vo 30 aprile 1992 n. 285 (Codice della Strada) e s.m.i., dal Regolamento Comunale e dal decreto legislativo 15 novembre 1993 n. 507, come richiamate dall'art. 17 del Regolamento Pubblicità.
2. La vigilanza circa il rispetto delle disposizioni previste dal presente Piano è affidata agli organi di polizia stradale di cui all'articolo 12 del vigente Codice della Strada.

Art. 25
Norma finale

1. La disciplina contenuta nel presente Piano integra quanto disposto dai Regolamenti Comunali già in vigore, ed ha caratteristica di specialità rispetto alle disposizioni dettate dal vigente Codice della Strada e relativo Regolamento di attuazione, che prevedono la facoltà dei Comuni di procedere a disciplinare ulteriormente la materia.
2. In deroga alle tempistiche previste dall'articolo 22 del presente Piano, viene fatta salva la vigenza di convenzioni per l'installazione di impianti pubblicitari fino alla data della loro scadenza stabilita nella singola convenzione.
3. Per quanto non contemplato, si richiama l'applicazione delle altre fonti normative, con particolare riferimento al vigente Codice della Strada e relativo Regolamento di attuazione.

INDICE

-	Capo I - Disposizioni generali	pag. 2
Art. 1	Oggetto ed articolazione del piano	2
Art. 2	Suddivisione del territorio comunale	2
-	Capo II – Caratteristiche dei mezzi pubblicitari	pag. 2
Art. 3	Strutture destinate all'affissione	2
Art. 4	Forme pubblicitarie temporanee	2
Art. 5	Impianti pubblicitari di servizio	3
Art. 6	Caratteristiche generali	3
-	Capo III – Installazione dei mezzi pubblicitari	pag. 4
Art. 7	Le priorità nel posizionamento	4
Art. 8	Il posizionamento	4
Art. 9	Modalità di installazione	5
Art. 10	Dimensioni	5
Art. 11	Distanze	6
Art. 12	Insegne di esercizio	6
Art. 13	Targhe, colonne pubblicitarie, trespoli pubblicitari	6
Art. 14	Tende parasole a fini pubblicitari	7
Art. 15	Limiti all'installazione	7
Art. 16	Pre insegne - frecce direzionali	7
Art. 17	Pubblicità fonica	8
Art. 18	Collocazione di mezzi pubblicitari fuori del centro abitato	8
-	Capo IV – Impianti per le pubbliche affissioni	9
Art. 19	Caratteristiche degli impianti	9
Art. 20	Ripartizione degli impianti	9
Art. 21	Adozione dei provvedimenti	9
-	Capo V – Disposizioni finali	9
Art. 22	Adeguamento al piano	9
Art. 23	Autorizzazione in sanatoria	9
Art. 24	Sanzioni	10
Art. 25	Norma finale	10