



CITTA di MAGENTA

SETTORE FINANZIARIO E AMMINISTRATIVO – SERVIZIO TRIBUTI E CATASTO



CITTA di MAGENTA

PIANO DEGLI IMPIANTI PUBBLICITARI DEL COMUNE DI MAGENTA

_____ NORME TECNICHE _____

Approvato con delibera del Consiglio Comunale N. 2 del 29 gennaio 2021



N.	INDICE	Pag.
CAPO I	DISPOSIZIONI GENERALI	4
Articolo 1	Obiettivi del Piano	4
Articolo 2	Ambito di applicazione	4
Articolo 3	Dimensionamento del Piano	4
Articolo 4	Zonizzazione del territorio comunale	5
Articolo 5	Definizione e classificazione delle strade	6
Articolo 6	Classificazione degli impianti pubblicitari	6
Articolo 7	Caratteristiche tecniche e criteri strutturali	6
Articolo 8	Norme per l'illuminazione	7
Articolo 9	Limitazioni e divieti	8
Articolo 10	Deroghe	9
CAPO II	CLASSIFICAZIONE GENERALE	10
Articolo 11	Classificazione degli impianti pubblicitari	10
CAPO III	DISCIPLINA DELLA PUBBLICITA' ESTERNA	11
Articolo 12	Impianti pubblicitari permanenti	11
Articolo 13	Insegna di esercizio	11
Articolo 14	Targa professionale	14
Articolo 15	Vetrofania	15
Articolo 16	Mezzi pubblicitari espositori a messaggio variabile continua o periodica propri delle attività commerciali o artigianali esercitate	15
Articolo 17	Bacheca o mezzo pubblicitario di servizio	15
Articolo 18	Scritte pubblicitarie su tenda solare	16
Articolo 19	Manufatto pubblicitario tridimensionale	17
Articolo 20	Preinsegna	17
Articolo 21	Cartello pubblicitario	17
Articolo 22	Mezzo pubblicitario in aderenza a costruzioni su superfici opache	18
Articolo 23	Impianto a messaggio variabile	18
Articolo 24	Cartello di indicazione manutenzione aree verdi	19
Articolo 25	Mezzi pubblicitari nei distributori di carburante	19
Articolo 26	Impianti pubblicitari di servizio	19
CAPO IV	PUBBLICITA' ESTERNA TEMPORANEA	20
Articolo 27	Impianti pubblicitari temporanei	20
Articolo 28	Tipologie di impianti consentiti	20
Articolo 29	Striscione	20
Articolo 30	Stendardo	21
Articolo 31	Locandina su supporto	21
Articolo 32	Gonfaloni su illuminazione pubblica	22
Articolo 33	Mezzo pubblicitario pittorico	22
Articolo 34	Cartello pubblicitario di cantiere	22
Articolo 35	Allestimento pubblicitario di vetrine	23
Articolo 36	Sosta di qualsiasi veicoli attrezzati e/o adibiti a impianti di pubblicità o propaganda	23
CAPO V	PUBBLICHE AFFISSIONI	25
Articolo 37	Impianti di pubblica affissioni	25
Articolo 38	Affissioni di manifesti istituzionali	25



Articolo 39	Affissioni di manifesti commerciali	25
Articolo 40	Affissioni di manifesti funebri	25
CAPO VI	ALTRE FORME DI PUBBLICITA'	26
Articolo 41	Pubblicità sui veicoli	26
Articolo 42	Pubblicità fonica	26
Articolo 43	Pubblicità varia	26
Articolo 44	Pubblicità con proiezioni	27
Articolo 45	Impianti innovativi e tecnologicamente avanzati	28
Articolo 46	Progetti particolari	28
CAPO VII	PROCEDURE AMMINISTRATIVE	29
Articolo 47	Obbligo di autorizzazione	29
Articolo 48	Domande di autorizzazione	29
Articolo 49	Efficacia delle autorizzazioni e revoche	29
Articolo 50	Presentazione della domanda al comune	29
Articolo 51	Casi particolari	30
Articolo 52	Casi particolari di affissioni dirette	30
Articolo 53	Interventi di sostituzione e modifica	31
Articolo 54	Obblighi del titolare dell'autorizzazione	31
Articolo 55	Decadenza dell'autorizzazione	32
Articolo 56	Collocamento in opera della pubblicità e responsabilità	32
Articolo 57	Sanzioni amministrative	33
CAPO VIII	DISPOSIZIONI TRANSITORIE E FINALI	34
Articolo 58	Adeguamento degli impianti esistenti	34
Articolo 59	Posizionamenti nuovi impianti	34
Articolo 60	Impianti in contrasto con la nuova disciplina	34
Articolo 61	Norma di rinvio	35
Articolo 62	Norma finale	35
Articolo 63	Entrata in vigore	35



CAPO I - DISPOSIZIONI GENERALI

Art. 1 – Obiettivi del Piano

1). Il presente Piano Generale degli Impianti Pubblicitari **[di seguito chiamato “Piano”]** regola la distribuzione degli impianti pubblicitari al fine di razionalizzare il posizionamento dei manufatti sul territorio, nel rispetto delle prescrizioni e vincoli imposti dal vigente strumento urbanistico (P.G.T.), dai vincoli paesaggistici imposti ai sensi del D.lgs. 22/01/2004 n. 42, dal P.T.C. del Parco Lombardo della Valle del Ticino, dal Regolamento Edilizio del Comune di Magenta e dalle norme generali in materia di installazioni pubblicitarie.

2). Tali norme riguardano i mezzi pubblicitari, come di seguito classificati, collocati nel territorio comunale lungo le strade o in vista di esse, su aree pubbliche o di uso pubblico, sulla base delle disposizioni contenute nel presente Piano, nel rispetto del Codice della Strada e nel relativo Regolamento di esecuzione e di attuazione, nel D.lgs. n. 507/93 e successive modifiche ed integrazioni, nonché nel Regolamento per la disciplina del Canone Unico Patrimoniale vigente, e nel Regolamento di Polizia Urbana approvato con delibera del Commissario Straordinario n. 50 del 09/04/2002 modificato con delibera del Consiglio Comunale n. 49 dell’11/12/2017.

Art. 2 – Ambito di applicazione

1). Il Piano prende atto della delimitazione del “Centro Abitato” approvato ed individua al suo interno, i parametri di deroga da applicarsi per l’inserimento sia temporaneo che permanente degli impianti pubblicitari siano essi pubblici o privati.

2). Le caratteristiche tipologiche, dimensionali ed il posizionamento degli impianti pubblicitari posti fuori dal centro abitato sono regolamentati dall’art. 23, del D.lgs. n. 285/92, Codice della Strada, e dal D.P.R. n. 495/92, Regolamento di esecuzione e di attuazione del Codice della Strada e sue modificazioni.

3). Non rientrano tra le fattispecie contemplate dal presente Piano, in quanto non considerati mezzi pubblicitari, i segnali turistici e di territorio, che sono di competenza della Polizia Locale.

4). Non rientrano tra le fattispecie contemplate dal presente Piano, tutte le aree esterne al perimetro IC [Perimetro di Iniziativa Comunale] così come indicato nelle tavole RP 01a e RP 01b del PGT vigente, in quanto queste aree sono sottoposte direttamente al regime vincolistico delle Norme Tecniche di Attuazione del PTC del Parco del Ticino.

Art. 3 – Dimensionamento del Piano

1). Ai sensi dell’art. 18, comma 3, del D.lgs. n. 507 del 15/11/1993, nel territorio comunale la superficie complessiva ammessa per la pubblica affissione è determinata in **435,10 m²**, corrispondenti a **18 m²** per 1000 abitanti, dati 24.000 abitanti al 31/12/2019, così ripartita:

a) Affissione Istituzionale, sociale e non commerciale: m² **109,00** (25%) di cui:

- Istituzionale e non commerciale (70%); m² **76,00**.

- Affissione necrologiche (30%): m² **33,00**.

b) Affissione commerciale: m² **326,00** (75%) di cui:

- Pubblica (90%): m² **293,00**.

- Diretta (10%): m² **33,00**.

2). Sono escluse dalle quantità ammesse dal presente Piano, con riferimento alla classificazione di cui al successivo Titolo II, la pubblicità esterna, la pubblicità temporanea, gli impianti pubblicitari speciali.



Art. 4 – Zonizzazione del territorio comunale

1). Il territorio Comunale viene suddiviso in zone omogenee al fine della distribuzione delle installazioni pubblicitarie, distinte ed evidenziate nella Tavole allegate parte integrante del presente Piano. La zonizzazione, rappresentata graficamente sulla predetta cartografia, recepisce la Carta della Sensibilità Paesistica, elaborato DP 02a e DP 02b, del PGT vigente e suddivide il territorio in:

Classe II – Sensibilità paesistica bassa: zone periferiche in genere occupate dagli insediamenti industriali, la maggior parte di esse di recente costruzione, dotate di struttura urbana ampia e regolare, il cui insieme di tessuti edilizi e di spazi di uso pubblico risulta ben delineato;

Classe III – Sensibilità paesistica media: comprende le aree di cintura esterna rappresentate prevalentemente dalle aree e zone limitrofe che si affacciano sulle arterie di grande scorrimento quali la S.S.11 (Circonvallazione nord), la S.S. 526 (Strada statale dell'est Ticino), e le grandi aree industriali dismesse della Novaceta e della Saffa;

Classe IV – Sensibilità paesistica alta: tutte le aree poste all'interno del perimetro del centro abitato (così come definito dall'art. 4 del D.lgs. n. 285/92 e delimitato lungo le vie d'accesso da appositi segnali d'inizio e fine, ai sensi dell'art. 131 del D.P.R. n. 495/92) comprese le due frazioni di Pontenuovo e Pontevecchio. Restano escluse le zone del Centro Storico cittadino e delle frazioni;

Classe V – Sensibilità paesistica molto alta: le zone del Centro Storico, dei centri storici delle frazioni di Pontenuovo e Pontevecchio, considerate ambiti di particolare valore storico – artistico – ambientale.

2). Il territorio del Comune di Magenta è interamente sottoposto al vincolo paesaggistico ai sensi del D.lgs. 22/01/2004 n. 42, che promuove la valorizzazione e la tutela del Parco Naturale della Valle del Ticino; pertanto ogni nuova installazione che rientra nella zona I.C. di interesse comunale, dovrà ottenere preventiva autorizzazione paesaggistica, ove dovuta, così come disposto dal DPR 31/2017. Al di fuori della predetta zona bisognerà invece rivolgersi direttamente all'Ente Parco.

3). Per quanto riguarda gli edifici sottoposti a vincolo monumentale diretto da parte della Soprintendenza dei Beni e delle Attività Culturali, nonché gli edifici o le aree di particolare pregio storico ed artistico, si applica quanto disposto dalla *PARTE SECONDA - TITOLO I – Tutela - Capo I - Oggetto della tutela - Art. 10. del Decreto Legislativo 22 gennaio 2004, n. 42*; pertanto, oltre all'acquisizione dell'autorizzazione paesaggistica di cui sopra, sarà necessario ottenere preventivamente il benestare della Soprintendenza.

4). Fanno parte integrante e sostanziale del presente Piano, le Tavole allegate che riportano, tutti gli impianti pubblicitari la cui puntuale rilevazione è da considerarsi vincolante e operativa per determinare lo stato dei luoghi; gli impianti sono suddivisi in:

- Norme Tecniche di Attuazione;
- Scheda degli impianti di Pubblica Generale – esistenti (Allegato 1);
- Scheda degli impianti di Pubblica Affissione – esistenti (Allegato 2);
- Scheda degli impianti di Pubblica Affissione – in progetto (Allegato 3);
- Elenco degli impianti di Pubblica Affissione – a Piano attuato (Allegato 4);
- Elenco degli impianti di Pubblica Generale – esistenti (Allegato 5);
- Elenco degli impianti di Pubblica Affissione – esistenti, idonei, in progetto, da sostituire, da eliminare (Allegato 6);
- Abachi (Allegato 7).
- Tavole planimetriche in scala 1:2000 numerate da 1 a 7 e relativo Quadro d'Unione



Art. 5 – Definizione e classificazione delle strade

- 1). Ai sensi dell'art. 36, comma 2, del Codice della Strada D.lgs. n. 285/92 e s.m.i., il Comune di Magenta ha approvato il Piano Urbano del Traffico con delibera di Consiglio comunale n. 58 del 09/11/2016.
- 2). Ai fini del P.U.T. ed in base alla classificazione così come definita dal Codice della Strada (art. 2, del D.lgs. n. 285/92) la tipologia delle strade urbane è indicata al punto 2.2 del Piano stesso.
- 3). Il presente Piano recepisce quanto prescritto dall'art. 23 del Codice della Strada, D.lgs. n. 285/92 s.m.i., e si attiene ad esso scrupolosamente.

Art. 6 – Classificazione degli impianti pubblicitari

- 1). Con i termini di impianti e mezzi pubblicitari si intendono tutte le strutture idonee ad evidenziare e promuovere attività professionali, esercizi commerciali, produttivi e di servizio, ovvero ad esporre messaggi informativi o pubblicitari in genere, comprendenti insegne di esercizio, targhe, preinsegne, cartelli ed altre forme di pubblicità definite dalla normativa vigente e dal presente Piano.
- 2). Ai fini del Piano la tipologia degli impianti pubblicitari vengono classificati in:
 - a) impianti permanenti o fissi, costituiti da manufatti mono o plurifacciali saldamente installati, ancorati a terra o a muro, per l'esposizione di messaggi pubblicitari permanenti, la cui autorizzazione dura 3 anni, rinnovabile più volte per periodi di 3 (tre) anni ciascuno, fino ad un massimo di 29 (ventinove) anni, con la possibilità di variazione del messaggio pubblicitario e delle altre caratteristiche del manufatto, previa comunicazione all'Amministrazione, secondo le modalità previste nel Regolamento comunale;
 - b) impianti temporanei, costituiti da manufatti mono o plurifacciali installati provvisoriamente in relazione ad eventi temporanei, con una durata non superiore a 90 (novanta) giorni consecutivi oppure, per i casi previsti al capo IV delle presenti Norme, pari a 1 (uno) anno o a 3 (tre) anni. Per gli impianti temporanei l'autorizzazione non potrà essere rinnovata ed il messaggio non potrà essere modificato, ad eccezione dei casi previsti al capo IV delle presenti Norme.
- 3). Al capo IV, art. 28 delle presenti Norme vengono individuate le tipologie di impianti consentiti.

Art. 7 – Caratteristiche tecniche e criteri strutturali

- 1). Tutti gli impianti pubblicitari da installare in modo permanente devono rispondere ad un unico criterio progettuale che tenga conto delle caratteristiche costruttive ed estetiche nel rispetto delle norme e dei vincoli di cui al presente Piano e delle indicazioni dettate dalla Commissione del Paesaggio.
- 2). Le parti di impianto destinate ad accogliere le affissioni devono essere dotate di una cornice metallica e costituite da una plancia in lamiera zincata destinata all'affissione; all'esterno di tale cornice non è ammesso alcun ulteriore elemento.
- 3). I manufatti destinati alla pubblicità temporanea, quali striscioni e gonfaloni, devono essere realizzati in materiale resistente agli agenti atmosferici oltre che saldamente ancorati alle strutture in modo tale da evitare l'effetto vela.
- 4). Gli impianti devono rispondere, nella struttura e nel loro insieme, alla capacità di resistenza ai sovraccarichi, agli urti ed in generale ai fenomeni dinamici in tutte le prevedibili condizioni di esercizio, senza deformazioni incompatibili.
- 5). Le strutture di sostegno e di fondazione devono essere calcolate per resistere alla spinta del vento ed al carico della neve; devono essere di materiale indeformabile e saldamente realizzate ed ancorate al terreno sia nel loro complesso sia nei singoli elementi.
- 6). Qualora le suddette strutture costituiscano manufatti la cui realizzazione e posa in opera sia regolamentata da specifiche norme (opere in ferro, in c.a., etc.), l'osservanza di dette norme e



l'adempimento degli obblighi da queste previsti deve essere documentato prima del ritiro dell'autorizzazione.

7). La struttura e gli elementi che lo costituiscono devono rispondere alle caratteristiche di resistenza al fuoco nel rispetto delle prescrizioni tecniche vigenti in materia.

8). I cartelli e gli altri mezzi pubblicitari, devono essere realizzati in materiale avente le caratteristiche di consistenza, durevolezza, sicurezza e resistenza agli agenti atmosferici. I materiali degli elementi che lo compongono, devono conservare le proprie caratteristiche chimico-fisiche, sotto l'azione delle sollecitazioni termiche degli agenti fisici normalmente operanti e prevedibili nell'ambiente in cui si trovano, conservando inalterate le proprie caratteristiche. Tale requisito deve essere soddisfatto sotto l'azione degli agenti chimici e biologici presenti normalmente nell'ambiente (aria, acqua, ecc.), nonché sotto l'azione degli usuali prodotti per la pulizia delle superfici.

9). Tutti gli elementi che compongono l'impianto non devono presentare porosità o cavità superficiali che non siano facilmente pulibili ed ispezionabili ed evitare il ristagno di acqua e l'accumulo di sporco.

10). L'insieme degli elementi che compongono un manufatto deve avere caratteristiche atte a dissuadere, impedire e resistere agli atti di vandalismo, come pure consentire che vi si possa facilmente porre rimedio. Tutti i manufatti devono possedere l'attitudine a non sporcarsi troppo facilmente sotto l'azione di sostanze imbrattanti di uso corrente e permettere una facile operazione di pulizia senza deterioramenti permanenti; devono inoltre possedere l'attitudine a consentire, in modo agevole, il ripristino dell'integrità, della funzionalità e dell'efficienza costituenti l'impianto pubblicitario stesso.

11). Gli impianti elettrici utilizzati devono essere concepiti e realizzati in modo tale da garantire il massimo grado di sicurezza per il rischio elettrico e per quello delle scariche accidentali; nonché rispondere alle norme CEI in materia ed essere conformi alle disposizioni espresse della L. n. 46/1990, del DPR n. 447/1991 e successive modifiche ed integrazioni, per la realizzazione degli impianti e l'impiego dei materiali secondo regola d'arte.

12). Ai sensi dell'art. 50, del D.P.R. n. 495/92, tutti gli impianti pubblicitari luminosi o illuminati, nei casi in cui ne sia consentita l'installazione, non possono avere luci intermittenti, né densità luminosa superiore a 150 candele per m², o che comunque provochino abbagliamento o intralcio alla circolazione stradale.

13). L'illuminazione deve essere realizzata dall'alto verso il basso e comunque sempre nel pieno rispetto dei disposti della L.R. 27/03/2000 n. 17 in materia di risparmio energetico e lotta all'inquinamento luminoso; inoltre il sistema di illuminazione deve essere conforme alle norme di cui alla Legge n. 46/90 del 05/03/1990 in materia di sicurezza degli impianti.

Art. 8 – Norme per l'illuminazione

1). I mezzi pubblicitari, ove consentito ai successivi articoli, possono essere luminosi (con sorgente luminosa interna costituita da cassonetti luminosi, filamenti neon ecc.) oppure illuminati indirettamente (con sorgente luminosa esterna diretta o riflessa dal supporto).

2). Tali sistemi di illuminazione devono essere concepiti e realizzati in modo da garantire il massimo grado di sicurezza per il rischio elettrico e per quello delle scariche accidentali, rispondere alle Direttive CEE, normative nazionali e norme DIN, UNI, NF ecc. in materia, nonché essere conformi e certificati alle norme vigenti per la realizzazione degli impianti e l'impiego dei materiali a regola d'arte.

3). I mezzi illuminanti devono altresì avere caratteristiche antinquinamento luminoso, ai sensi della normativa vigente, e devono essere preferibilmente dotati di lampade con la più alta efficienza possibile in relazione allo stato della tecnologia, oltre che di dispositivi che ne riducano, entro le ventiquattrore, l'emissione di luce in misura non inferiore al 30% rispetto al regime di piena operatività.

4). Le insegne luminose devono essere spente entro gli orari previsti dalla normativa vigente.

5). I mezzi luminosi non devono costituire elementi di disturbo per la circolazione dei mezzi, né verso le abitazioni limitrofe: se necessario dovranno essere opportunamente schermati, ed inoltre ogni



fenomeno di inquinamento ottico o di abbagliamento diretto dovrà essere contenuto nei valori minimi previsti dalle norme tecniche e di sicurezza italiane ed europee. Sono vietati i cartelli e gli altri mezzi pubblicitari rifrangenti, nonché le sorgenti e le pubblicità luminose che possono produrre abbagliamento.

6). È fatto espresso divieto di utilizzare, per fini pubblicitari, fasci di luce roteanti o fissi di qualsiasi tipo.

7). Va adottata particolare cautela nell'uso di sorgenti luminose giallo-arancioni, rosse e verdi, al fine di non generare confusione con la segnaletica stradale, ai sensi della normativa vigente.

8). Per gli impianti pubblicitari temporanei è ammessa, ove prevista al capo IV delle presenti Norme, un'illuminazione esclusivamente di tipo indiretto, nel rispetto delle norme di cui ai commi precedenti.

Art. 9 – Limitazioni e divieti

1). Senza preventiva autorizzazione da parte del Soprintendente, è vietata la collocazione di mezzi pubblicitari sugli edifici e nelle aree tutelate come Beni Culturali ai sensi dell'art. 10 del D.lgs. n. 42/2004; è altresì necessario il nulla osta del Soprintendente, per l'utilizzo ai fini pubblicitari delle coperture dei ponteggi predisposti per l'esecuzione degli interventi di conservazione dei Beni stessi, per un periodo non superiore alla durata dei lavori.

2). Nell'ambito del Territorio di Magenta, interamente sottoposto alla disciplina del *TITOLO III del D.lgs. n. 42/2004*, è vietato collocare mezzi pubblicitari senza preventiva autorizzazione dell'Amministrazione preposta alla tutela del vincolo.

3). Per la porzione di territorio del Comune di Magenta che ricade nella zona esterna a quella di competenza comunale (IC), il rilascio dell'Autorizzazione deve essere richiesta direttamente all'Ente Parco.

4). L'installazione di impianti pubblicitari su aiuole e aree destinate a verde pubblico è limitata ai soli manufatti dedicati alla sponsorizzazione per la manutenzione del verde, fino a un massimo di 0,50 m².

5). Nell'installazione degli impianti pubblicitari si debbono rispettare gli alberi esistenti e le relative radici; è vietato l'abbattimento di alberi per dar luogo all'installazione di impianti pubblicitari.

6). Il posizionamento dei mezzi pubblicitari in genere deve avvenire in modo tale da consentire sempre la perfetta visibilità di semafori, incroci, segnali stradali di pericolo ed attraversamenti pedonali, nel pieno rispetto del Codice della Strada e s.m.i.

7). Gli impianti dovranno comunque sempre garantire un passaggio libero conforme alle normative sull'abbattimento delle barriere architettoniche (L. 09/01/1989 n. 13) negli spazi pubblici e privati asserviti all'uso pubblico.

8). Non è consentito posizionare impianti pubblicitari di qualsiasi genere su statue, monumenti, fontane ed elementi architettonici (fregi, cornici, balaustre, inferriate decorate) caratterizzanti la facciata di edifici anche se non vincolati.

9). È vietato installare impianti pubblicitari lungo i corsi d'acqua.

10). È vietato utilizzare impianti di segnaletica stradale e sostegni di targhe toponomastiche come supporti di forme pubblicitarie permanenti e/o temporanee.

11). È vietato utilizzare sostegni di reti tecnologiche come supporti di forme pubblicitarie permanenti e/o temporanee, ad eccezione della stipula di convenzioni apposite da parte dell'Amministrazione Comunale, previo consenso dell'Ente proprietario delle reti.

12). Non è consentita l'apposizione di manifesti al di fuori degli spazi appositi. In particolare non è consentita l'affissione di manifesti sulle recinzioni né sulle cesate di cantiere, siano esse realizzate con steccati, lamiere ondulate o reti.

13). Tutti i manufatti pubblicitari, ad eccezione delle vetrofanie, delle tende pubblicitarie e delle targhe professionali, devono riportare la targhetta di identificazione, riportante gli estremi della ditta installatrice, il numero e la data di rilascio dell'Autorizzazione nonché di quella di scadenza, ovvero il



timbro o altro segno distintivo di avvenuto pagamento dell'imposta di pubblicità apposto sul manufatto dal Concessionario del servizio.

14). Cartelli pubblicitari, preinsegne e impianti a messaggio variabile di cui agli articoli 21, 20, e 23 delle presenti Norme non sono consentiti posati in parallelo rispetto al senso di marcia davanti a parchi o giardini pubblici né in parallelo in adiacenza ad edifici o recinzioni sia di tipo aperto che chiuso. Potranno essere ammessi in corrispondenza di facciate cieche o di muri ciechi di edifici industriali e simili, se posti, senza sostegni, in aderenza alla facciata, purché ne rispettino le caratteristiche e le scansioni architettoniche, previo consenso del proprietario dei muri e previo parere favorevole della Commissione del Paesaggio che ne autorizzerà anche le dimensioni in funzione delle partizioni architettoniche della facciata.

15). È vietata l'installazione di qualsiasi tipo di impianto pubblicitario, con esclusione di quelli destinati alle pubbliche affissioni o a fini istituzionali, su aiuole, aree destinate a verde pubblico o di uso pubblico e nei parchi urbani, indipendentemente dal loro stato di manutenzione, ad eccezione dei cartelli che indicano il nome di chi ne cura la manutenzione, come meglio specificato all'art. 24 delle presenti norme.

16). Allo stesso modo è fatto divieto di installazione di impianti pubblicitari qualora possano interferire con il mantenimento o il regolare sviluppo del patrimonio arboreo. È inoltre vietato utilizzare alberi come supporti pubblicitari.

17). Sono vietati gli impianti pubblicitari dotati di sorgenti sonore, e quelli indicati all'art. 8, comma 7). delle presenti norme.

Art. 10 – Deroghe

1. L'Amministrazione Comunale si riserva la facoltà di stipulare apposite convenzioni con gli operatori del settore in deroga alle presenti Norme, sempre che non siano in contrasto con le leggi vigenti in materia.

2. Possono essere previste, ad insindacabile giudizio dell'Amministrazione, deroghe alle distanze di cui delle presenti Norme, sempre nel rispetto del D.lgs. n. 285/92, Codice della Strada e del D.P.R. n. 495/92, Regolamento di esecuzione e di attuazione del Codice della Strada e s.m.i., per impianti di rilevanza pubblica.



CAPO II – CLASSIFICAZIONE GENERALE

Art. 11 – Classificazione degli impianti pubblicitari

- 1). Ai fini del presente Piano si definiscono Impianti Pubblicitari i manufatti destinati a supportare messaggi promozionali sia direttamente sia mediante l'apposizione di elementi cartacei o di altra natura. Gli impianti possono essere Permanenti o Temporanei.
- 2). Gli impianti, ai fini del presente piano, sono distinti in due classi principali:
 - a). PUBBLICITÀ ESTERNA: comprende le insegne d'esercizio e tutti i manufatti installati sugli edifici o nelle pertinenze degli stessi e la cui ragion d'essere è la pubblicità dell'attività ivi esercitata; ovvero, nel caso delle preinsegne, a localizzarla nel territorio.
 - b). PUBBLICA AFFISSIONE: composta dagli impianti destinati alla pubblicità commerciale, istituzionale e sociale. Gli impianti di pubblica affissione si dividono in:
 - IMPIANTI RISERVATI ALLE AFFISSIONI DI NATURA ISTITUZIONALE: sono effettuate dal Servizio Affissioni per adempiere agli obblighi di legge, per comunicazioni dell'Ufficio pubblicità ritenute di pubblico interesse, su richiesta di altri soggetti pubblici, ovvero su istanza di soggetti privati secondo le modalità indicate nel Regolamento Comunale.
 - IMPIANTI RISERVATI ALLE AFFISSIONI DI NATURA SOCIALE o comunque prive di rilevanza commerciale: sono effettuate dal Servizio Affissioni per comunicazioni ritenute dall'Amministrazione comunale di pubblico interesse, su richiesta di altri soggetti pubblici, ovvero su istanza di soggetti privati secondo le modalità indicate nel Regolamento Comunale. Il contenuto del messaggio deve essere strettamente riferito alla manifestazione o alle attività dell'ente o del soggetto promotore. L'Amministrazione Comunale può uniformare l'utilizzo degli impianti di natura istituzionale e quelli di natura sociale e non commerciale sulla base di specifiche esigenze contingenti o, nel caso di centri minori del territorio, in forma strutturale.
 - IMPIANTI RISERVATI ALLE AFFISSIONI DI NATURA COMMERCIALE effettuate dal Servizio Affissioni;
 - IMPIANTI RISERVATI ALLE AFFISSIONI DIRETTE: sono effettuati da soggetti privati, comunque diversi dal concessionario del pubblico servizio; ovvero gli impianti destinati all'affissione di manifesti di natura commerciale da parte di soggetti privati anche per conto terzi su suolo pubblico e privato.
- 3). All'interno di pubblici servizi, e nei locali di pubblico spettacolo, è consentita la presenza di materiale pubblicitario di qualsiasi natura per effettuare pubblicità per conto altrui, sempre che esso non sia visibile direttamente dall'esterno, in particolar modo trattandosi di materiale audiovisivo o a messaggio variabile. Il materiale non potrà avere dimensioni complessivamente superiori a m² 2,00. Dette quantità non sono computate nel dimensionamento del Piano di cui all'art. 3.
- 4). Ai fini del presente Piano si definiscono:
 - a) simbolo: segno grafico non composto da caratteri alfanumerici;
 - b) sigla: la lettera o le lettere iniziali di una o più parole usate come abbreviazione al posto della denominazione per esteso;
 - c) scritta: uno o più vocaboli composti unicamente da caratteri alfanumerici;
 - d) marchio: il simbolo, la sigla, la scritta o la composizione di questi.



CAPO III – DISCIPLINA DELLA PUBBLICITA' ESTERNA

Art. 12 – Impianti pubblicitari permanenti

1). Tra gli impianti pubblicitari permanenti, per la cui definizione si rimanda all'art. 6, comma 2, lettera a). delle presenti Norme Tecniche, sono ammessi:

- Insegna di esercizio;
- Targa professionale;
- Vetrofania;
- Mezzi pubblicitari espositori a messaggi a variabilità continua o periodica legati propri delle attività commerciali o artigianali esercitate;
- Bacheca o mezzo pubblicitario di servizio;
- Scritte pubblicitarie su tenda solare;
- Manufatto pubblicitario tridimensionale;
- Preinsegna;
- Cartello pubblicitario;
- Mezzo pubblicitario in aderenza a costruzioni o su superfici opache;
- Impianto a messaggio variabile;
- Cartello di indicazione manutenzione aree verdi;
- Mezzi pubblicitari nei distributori di carburante
- Impianti pubblicitari di servizio

Art. 13 – Insegna di esercizio

1). Si definisce insegna di esercizio la scritta in caratteri alfanumerici, riportante il nome del soggetto o la denominazione e/o ragione sociale dell'impresa che svolge l'attività, e/o della tipologia di attività esercitata completata eventualmente da simboli e da marchi dell'azienda, dei prodotti e dei servizi offerti, realizzata e supportata con materiali di qualsiasi natura, installata nella sede dell'attività a cui si riferisce o nelle pertinenze accessorie alla stessa (ovvero gli spazi e le aree limitrofe alla sede di attività, poste a servizio, anche non esclusivo, di essa), al fine di indicare al pubblico il luogo di svolgimento dell'attività economica.

È considerabile area privata di pertinenza anche un'area ove sia stata concessa l'occupazione continuativa di suolo pubblico, se regolamentata da apposita convenzione frutto di accordo intercorso con l'Amministrazione Comunale: in tal caso l'autorizzazione potrà essere concessa al massimo per il periodo di durata della convenzione stessa.

Sono ammessi anche simboli e marchi di ditte diverse da quella principale, purché attinenti all'attività svolta dalla medesima. Se le iscrizioni sono realizzate in un alfabeto diverso da quello latino dovranno riportare la medesima dicitura in entrambi gli alfabeti.

2). Sono equiparate alle insegne le iscrizioni che identificano l'attività o l'esercizio cui si riferiscono, realizzate con lettere singole oppure con tecniche pittoriche o proiezioni direttamente su muro nonché stendardi, bandiere e altri mezzi pubblicitari se di tipo permanente riportanti la ragione sociale o il logo dell'attività cui si riferiscono, anche qualora removibili. Non sono considerate pubblicitarie le bandiere nazionali, così come le bandiere riportanti simboli di partiti politici o di associazioni di categoria, qualora non siano legate ad attività o iniziative commerciali. In questi casi non è necessaria l'autorizzazione, sempre che tali bandiere siano poste in area privata oppure, se sporgenti su suolo pubblico, rispettino le sporgenze previste per le insegne a bandiera. Negli altri casi le bandiere saranno equiparate ad insegne



di esercizio di cui al presente articolo o a standardi pubblicitari di cui all'art. 30 delle presenti Norme, di cui dovranno rispettare le caratteristiche.

3). Le insegne possono essere luminose sia per luce propria che per luce indiretta, per le cui caratteristiche si rimanda all'art. 8 delle presenti Norme.

4). Le insegne dovranno essere compatibili con le caratteristiche degli edifici e dell'ambiente in cui si inseriscono, a giudizio della Commissione del Paesaggio, ove dovuta, e, in particolare, in caso di edifici o aree sottoposti a vincolo, oppure di particolare pregio artistico, architettonico e/o ambientale così come evidenziata nella **Tav. DP 02a** e **Tav. DP 02b – Carta della Sensibilità paesistica**, o infine rientranti nelle zone del Centro Storico, evidenziata nella **Tav. RP 01a** e **RP 01b – Carta della Disciplina delle aree** del PGT vigente, dovranno essere particolarmente curate nei materiali, nella forma e nei colori.

5). Ove non diversamente specificato nei seguenti commi, le dimensioni massime ammesse per ogni tipologia di insegna sono in funzione delle caratteristiche architettoniche dell'edificio nonché del contesto in cui sono inserite, a giudizio della Commissione del Paesaggio, ove dovuta.

6). Le insegne si classificano in:

- a) insegne in sovrapposizione di facciata;
- b) insegne su vetrina;
- c) insegne a bandiera;
- d) insegne isolate (con supporto proprio).

a) **INSEGNE IN SOVRAPPOSIZIONE DI FACCIATA**

Le insegne in sovrapposizione di facciata sono applicate frontalmente in aderenza alla parete su cui vengono installate e presentano la faccia decorata o scritta parallela alla facciata dell'edificio. Esse sono ammesse nei soli casi previsti dal Regolamento Edilizio con le precisazioni che seguono:

- scritte su supporto trasparente, eventualmente affiancate da marchi o loghi, sono equiparate a lettere singole e pertanto ammissibili, previo parere favorevole della Commissione del Paesaggio;
- insegne di dimensioni massime di cm. 30 x 30 o di superficie equivalente non luminose sono equiparabili a targhe di cui all'art. 13 delle presenti Norme e pertanto ammissibili;
- insegne a lettere singole opache o retroilluminate sono, al pari di quelle illuminate di riflesso, ammissibili, previo parere favorevole della Commissione del Paesaggio;
- insegne poste su recinzioni o cancelli o su parti di edificio (ad es. imbotti laterali delle vetrine), sono equiparabili ad insegne in sovrapposizione di facciata e pertanto soggette alle medesime regole.

b) **INSEGNE SU VETRINA**

Le insegne su vetrina sono ammesse nel rispetto della normativa vigente, oppure se interne alla vetrina, non in aderenza ad essa, ancorché luminose o illuminate.

c) **INSEGNE A BANDIERA**

Le insegne a bandiera sporgenti su suolo pubblico **non** sono ammesse ad eccezione di quelle obbligatorie per legge, quali, quelle riferite a rivendite di generi di monopolio, uffici postali, farmacie e posti di pronto soccorso, comunque preventivamente sottoposte da autorizzazione paesaggistica: in questi casi saranno autorizzate in un solo esemplare per affaccio, dovranno limitarsi ad indicare il simbolo prescritto dalla normativa vigente ed avere le dimensioni previste per legge. In tali casi l'altezza minima da terra dell'insegna dovrà essere di m. 2,20 e la sporgenza massima della medesima, dal filo fabbricato, non potrà superare i cm. 90. I cassonetti omnicomprensivi, luminosi o non, mono o bifacciali, a lettere fisse o variabili, contenenti indicazioni riferite alle attività svolte all'interno delle tabaccherie, potranno essere autorizzati solo qualora rispettino le dimensioni regolamentari previste per le insegne dei tabacchi e comprendano in aggiunta le solo scritte obbligatorie per legge, fino ad un massimo di cm. 40 di larghezza x cm. 90 di altezza, sempre che garantiscano un'altezza minima da terra di m. 2,20. In caso contrario



dovranno sottostare alle norme previste per le altre insegne a bandiera e saranno soggette al pagamento dell'imposta di pubblicità.

La croce rossa luminosa è consentita esclusivamente per indicare gli ambulatori pubblici e/o i posti di pronto soccorso; la croce luminosa indicante le farmacie, posta sulle pareti o nelle pertinenze accessorie delle stesse, è consentita nel numero massimo di una, anche bifacciale, per affaccio. Nel caso delle parafarmacie, previa richiesta di autorizzazione paesaggistica, è possibile applicare insegne a bandiera di colore blu.

Se la croce è a messaggi variabili dovrebbe indicare, anche ai fini dell'esenzione dall'imposta, i soli messaggi riguardanti gli orari di apertura; in caso contrario dovrà sottostare alle norme previste per le altre insegne a bandiera. Se le insegne a bandiera sporgono all'interno di porticati privati ad uso pubblico, le stesse, previo nulla-osta da parte del Condominio, dovranno avere altezza minima di m. 2,20 da terra; allo stesso modo se poste o su aree private aperte al pubblico, dovranno avere la medesima altezza da terra, ed una sporgenza massima dal filo fabbricato che non potrà superare i cm. 90. Nei porticati di interesse storico e monumentale di cui all'art. 10 del D.lgs. n. 42/2004 **non è invece ammessa alcuna installazione di insegne a bandiera**; eventuali impianti esistenti potranno essere mantenuti, previa autorizzazione da parte della Soprintendenza, nonché dalla regolare autorizzazione rilasciata dal Comune di Magenta.

Tutte le altre insegne a bandiera, se sporgenti su suolo pubblico, possono essere autorizzate esclusivamente in n. 1 esemplare per ogni affaccio dell'esercizio.

d) INSEGNE ISOLATE

Le insegne isolate sono strutture esterne agli edifici, autonome o raggruppate su un unico elemento espositivo, autoportanti, montate su supporto proprio e realizzate su manufatto rigido o tipo standardo a bandiera, anche plurifacciale, di tipo permanente, anche qualora removibili, collocate nell'area privata di pertinenza dell'attività cui si riferiscono. Esse possono essere collocate esclusivamente su area privata, senza possibilità di aggetto sul suolo pubblico, ad eccezione di quelle riferite a rivendite di generi di monopolio, uffici postali, farmacie e posti di pronto soccorso, che possono essere autorizzate su suolo pubblico in un solo esemplare, eventualmente in aggiunta rispetto all'insegna a bandiera sporgente dalla facciata, esclusivamente nei casi ove la stessa è difficilmente visibile dalla strada principale.

Esse possono essere:

- a) su palina, sollevate dal suolo e supportate da pali di sostegno vincolati al terreno, anche a cassonetto luminoso;
- b) a totem, costituite da una struttura indipendente ancorata al terreno e con superficie espositiva il cui margine inferiore è appoggiato al suolo.

Tali insegne devono rispettare le condizioni e le in merito alla segnaletica stradale nonché distare almeno 20,00 m. dalle intersezioni e almeno 5,00 m. dai pali della luce e dagli impianti di pubblica utilità, ad eccezione di quelle parallele all'asse delle strada distanti almeno 3,00 m. dalla carreggiata, e non in corrispondenza di intersezioni a raso, e di quelle perpendicolari all'asse stradale distanti almeno 3,00 m. dalla recinzione o dal confine di proprietà; esse dovranno infine mantenere una distanza di 15,00 mt da altri impianti pubblicitari di tipo permanente (cartelli, preinsegne e altri manufatti di cui agli artt. 21, 20, 19, 22 e 25 delle presenti Norme).

In caso di utilizzo delle pertinenze da parte di più attività, oppure nel caso di complessi commerciali, artigianali e industriali, è preferibile servirsi di un mezzo pubblicitario unitario che raggruppi più insegne (purché riferite esclusivamente ad attività esercitate in loco) e che andrà autorizzato in maniera unitaria.

7). Tutte le insegne sono soggette al parere della Commissione del Paesaggio, che ne valuterà l'inserimento ed il posizionamento rispetto alle caratteristiche architettoniche degli edifici; tale Commissione può derogare dalle presenti Norme quando le insegne siano in grado di decorare, caratterizzare o evidenziare qualitativamente l'edificio.



Fanno eccezione le insegne a targa opache o con illuminazione di riflesso integrata nell'insegna, se di dimensioni massime di cm. 30x30 o superficie equivalente, sempre che non siano poste sugli edifici di valore storico-architettonico, così come le insegne su vetrina, come definite al comma 6 lettera b) del presente articolo, poste negli appositi spazi ciechi di edifici non di pregio storico-architettonico, se non illuminate da faretti posti sulla facciata, ed infine le insegne interne alla vetrina: in questi casi l'autorizzazione verrà data d'ufficio.

8). Nessuna limitazione di distanza è fissata tra le insegne, siano in sovrapposizione di facciata, su vetrina o a bandiera, in caso di esercizi adiacenti, così come non è prescritta tra le stesse e altre tipologie di manufatti pubblicitari di cui agli artt. 13,14, 15, 16, 17 e 18 delle presenti Norme, sempre che nel complesso, su parere della Commissione del Paesaggio, non deturpino l'edificio su cui sono apposti o l'ambiente circostante.

Art. 14 – Targa professionale

1). Si considera targa professionale il manufatto rigido, di forma piana, realizzato con materiali di qualsiasi natura, recante una scritta in caratteri alfanumerici, completata eventualmente da simboli o marchi, installata in aderenza alla parete dell'edificio o alla recinzione in cui l'attività si svolge, a lato dell'ingresso pedonale o carraio di accesso o delle pertinenze accessorie, indicante professioni o attività in genere.

2). La targa non deve contenere messaggi pubblicitari, ma unicamente i dati del professionista o dello studio professionale, con eventuali loghi, titoli di studio, orari ecc. In caso contrario si configurerà come insegna di esercizio e sarà soggette alle medesime disposizioni.

3). Le targhe professionali dovranno avere una dimensione massima di cm. 30x20 ad eccezioni di quelle che devono essere inserite su un porta-targhe esistente che possono avere la medesima superficie equivalente. Non possono essere luminose, ma possono essere illuminate di riflesso. Le targhe indicanti attività commerciali in generale non dovranno superare la misura di cm. 50x30. L'autorizzazione all'esposizione di targhe, se di dimensioni conformi a quanto previsto al comma precedente, sarà rilasciata d'ufficio. È previsto il parere della Commissione del Paesaggio nel caso in cui siano illuminate da faretti posti sull'edificio oppure se poste su edifici di valore storico-architettonico.

4). In caso di presenza di due o più targhe sulla medesima facciata, le stesse devono uniformarsi per dimensioni, materiali e colori, eventualmente ricorrendo ad appositi manufatti (impianti di targhe coordinate), che dovranno essere sottoposti a parere della Commissione del Paesaggio. All'interno di tali manufatti le targhe dovranno avere le dimensioni massime previste dal comma 3). del presente articolo.

5). Non sono ammesse targhe poste perpendicolarmente alla superficie su cui devono essere installate.

6). La targa obbligatoria indicante i dati dell'Amministratore di Condominio, pur non necessitando di autorizzazione, sono regolate dall'art. 83, commi 6 e 7 del Regolamento Edilizio, e dovranno avere dimensioni massime di cm. 20x15.

7). Le targhe professionali di cui al precedente punto 3)., da installarsi nel Centro Storico di Magenta nonché nei centri storici delle due frazioni di Pontenuovo e Pontevecchio, in considerazione del valore storico e ambientale degli edifici ed a salvaguardia degli stessi, dovranno uniformarsi ad un modello standard che l'Amministrazione ha individuato come segue:

- targa in ottone di forma rettangolare nella misura massima cm. 30x20, anche con eventuale supporto in plexiglass. Quando le targhe affisse in uno stesso edificio superino il numero di tre, è fatto obbligo di sostituirle con unico porta targhe unificato, finalizzato da una collocazione regolare delle medesime. Nel caso in cui preesistano nello stesso edificio targhe anche aventi dimensioni differenti, è fatto obbligo di sostituirle se si dovessero posizionare nuove targhe. Le targhe dovranno essere applicate solo su spazi neutri dell'edificio, con divieto di ricoprire elementi di particolare valenza compositiva o decorativa.



Art. 15 – Vetrofania

- 1). Si intende vetrofania la riproduzione su superfici vetrate di scritte a carattere permanente (così come definito all'art. 6 comma 2 lettera a) delle presenti Norme), costituite da caratteri alfanumerici oppure da immagini, simboli o marchi finalizzati alla diffusione di messaggi pubblicitari e/o propagandistici.
- 2). Le vetrofanie costituite da scritte, simboli o marchi inerenti l'attività esercitata dovranno avere una dimensione complessiva riferita al 60% della vetrina, ove per superficie complessiva si intende quella della singola vetrina, indipendentemente dalle caratteristiche dell'infixo, non la sommatoria di tutte le vetrine dell'esercizio commerciale.
- 3). Potranno essere ammesse pellicole adesive contenenti disegni, immagini, loghi o scritte, poste su edifici (o parti di essi) a destinazione commerciale o produttiva, che ricoprono interamente la superficie della vetrina, previa verifica del rispetto dei rapporti aero-illuminanti. Tali installazioni, anche qualora non contengano scritte, loghi o messaggi, saranno assimilabili a mezzi pubblicitari, se:
 - a) i messaggi diffusi nell'esercizio di una attività economica allo scopo di promuovere la domanda e la diffusione di beni e servizi di qualsiasi natura;
 - b) i messaggi finalizzati a migliorare l'immagine del soggetto pubblicizzato;
 - c) i mezzi e le forme atte a indicare luogo nel quale viene esercitata una attività;e pertanto soggetti al pagamento della relativa imposta.

Art. 16 – Mezzi pubblicitari espositori a messaggi a variabilità continua o periodica propri delle attività commerciali o artigianali esercitate

- 1). Per mezzi pubblicitari espositori si intendono quei manufatti di tipo permanente che non rientrano nella definizione di insegna di esercizio di cui all'art. 13 delle presenti Norme né in quella di bacheca o mezzi pubblicitari di servizio di cui all'art. 17, in quanto destinati alla diffusione di messaggi pubblicitari temporanei di tipo promozionale, esclusivamente legati all'attività esercitata, con variabilità continua (ad es. impianti pubblicitari a messaggio variabile) o periodica (ad esempio porta poster).
- 2). Tali impianti pubblicitari, se installati a muro o su supporto proprio, potranno essere posti esclusivamente nella sede dell'attività a cui si riferiscono o nelle aree di pertinenza private dell'esercizio stesso e dovranno sottostare alle limitazioni relative alle insegne di esercizio. Essi saranno soggetti al parere della Commissione del Paesaggio, ad eccezione di quelli posizionati all'interno delle vetrine, che sono normati dall'art. 35 delle presenti Norme.
- 3). All'interno di tale categoria, video LCD, mezzi pubblicitari a led o a diodi luminosi a messaggio variabile non potranno essere posizionati sulle facciate di edifici a carattere prevalentemente residenziale, a meno che possiedano le caratteristiche previste all'art. 23 delle presenti Norme. Se posti all'interno delle vetrine degli esercizi commerciali dovranno invece rispettare quanto previsto all'art. 35 delle presenti Norme.
- 4). Tali impianti pubblicitari dovranno contenere esclusivamente messaggi promozionali afferenti alle attività cui si riferiscono. Nel caso di messaggi con variabilità periodica, qualora si conoscano già i messaggi pubblicitari che si vogliono esporre durante il periodo di validità dell'autorizzazione, gli stessi dovranno essere presentati in sede di domanda.

Art. 17 – Bacheca o mezzo pubblicitario di servizio

- 1). Per bacheca o mezzo pubblicitario di servizio si intende una vetrinetta con frontale apribile o a giorno o qualunque altro manufatto installato a muro o a terra su supporto proprio (ad es. lavagne, cavalletti ecc.), destinato all'esposizione o alla diffusione di informazioni o di indicazioni, quotidiani, volantini o altri mezzi di stampa, menù, prezzi, tariffe o orari di esercizi commerciali o di pubblico esercizio, di



servizio alle attività esercitate, anche a messaggio variabile, nonché alla pubblicizzazione di spettacoli teatrali o cinematografici.

In questa categoria sono compresi anche i manufatti a rimozione quotidiana notturna. Tali impianti non potranno esporre pubblicità per conto terzi, ma potranno promuovere esclusivamente i prodotti afferenti alle attività esercitate, e dovranno essere posti nell'area di pertinenza dell'attività o comunque adiacente ad essa.

2). Bacheche o vetrinette poste in aderenza agli edifici o alle recinzioni devono attenersi alle limitazioni previste per le insegne di esercizio in sovrapposizione di facciata di cui all'art.13 comma 6 lettera a); se sporgenti su suolo pubblico esse, ad eccezione di quelle di dimensioni massime di 30x30 cm. poste su edifici non di pregio storico-architettonico, sono soggette a parere della Commissione del Paesaggio.

Bacheche o vetrinette assimilabili a vetrine potranno essere allestite come previsto all'art. 35 delle presenti Norme; potranno contenere vetrofanie contenenti loghi, simboli o marchi per un max. del 10% della loro superficie e potranno prevedere esclusivamente un'illuminazione di riflesso (faretti, led, ecc.) interna ad esse. Tali bacheche potranno essere installate solo su aree private di servizio alle attività adiacenti o comunque condominiali.

3). Mezzi pubblicitari di servizio posati a terra, anche a rimozione quotidiana notturna, potranno essere posti esclusivamente nelle aree di pertinenza private dell'esercizio stesso, ad eccezione di attività di teatri e musei, sportive e culturali in genere, che potranno essere posizionati anche su suolo pubblico a seguito di preventiva richiesta di occupazione di suolo pubblico ed eventuale pagamento della relativa imposta. È considerabile area privata di pertinenza anche un'area ove sia stata concessa l'occupazione di suolo pubblico entro il periodo di durata della concessione.

4). Gli impianti di servizio posati a terra su proprietà privata non saranno soggetti ad autorizzazione ma solo a denuncia presso il Soggetto incaricato della riscossione del tributo e pagamento della relativa imposta, qualora dovuta.

5). Bacheche o mezzi pubblicitari di servizio posti all'interno delle vetrine saranno assimilabili a quanto previsto all'art. 35 delle presenti Norme.

Art. 18 – Scritte pubblicitarie su tenda solare

1). Le tende pubblicitarie sono manufatti in tessuto o in materiali assimilabili posti esternamente a protezione di vetrine o ingressi recanti scritte o marchi relativi all'attività ivi esercitata.

2). La pubblicità su tenda, posata rispettando le disposizioni prescritte dall'art. 77 del Regolamento Edilizio del Comune di Magenta, è ammessa previa presentazione di una comunicazione allo Sportello Unico per l'Edilizia.

3). L'inserimento di scritte o loghi sulle tende è ammesso purché:

- si riferiscano esclusivamente ad attività commerciali poste al piano terra;
- riproducano solo l'attività esercitata, la ragione sociale e/o i marchi delle merci poste in vendita nei locali sede dell'attività;
- siano poste sui pendenti della tenda (mantovana).

Particolare attenzione dovrà essere posta nella scelta delle dimensioni, dei colori e della grafica dei loghi e delle scritte da apporre sulle tende, anche in funzione di quelle delle attività adiacenti e soprattutto nel caso di edifici di pregio storico-architettonico.

4). Non è ammessa l'illuminazione.

5). Le tende con scritte pubblicitarie sporgenti su suolo pubblico sono soggette al pagamento della tassa di occupazione di suolo pubblico oltre all'imposta di pubblicità.



Art. 19 – Manufatto pubblicitario tridimensionale

- 1). Si definisce manufatto pubblicitario tridimensionale qualsiasi manufatto di tipo tridimensionale, utilizzato con scopi pubblicitari, riportante messaggi o raffigurante immagini attinenti all'attività esercitata, posto in corrispondenza dell'attività cui si riferisce o nelle immediate pertinenze.
- 2). Tali manufatti sono ammessi esclusivamente su area privata, previo parere della Commissione del Paesaggio, se si configurano come impianti pubblicitari permanenti. Nel caso in cui siano temporanei, a rimozione quotidiana notturna, non saranno invece soggetti ad autorizzazione ma solo a denuncia presso il Soggetto incaricato della riscossione del tributo e ad eventuale pagamento della relativa imposta, qualora dovuta.

Art. 20 – Preinsegna

- 1). Si definisce preinsegna la scritta in caratteri alfanumerici, completata da freccia di orientamento ed eventualmente da simboli e da marchi, realizzata su manufatto bifacciale e bidimensionale, utilizzabile su una sola o su entrambe le facce, supportato da una idonea struttura di sostegno, finalizzata alla pubblicizzazione direzionale della sede dove si esercita una determinata attività ed installata in modo da facilitare il reperimento della sede stessa e **comunque nel raggio massimo di 5 km**. Non può essere luminosa, né per luce propria, né per luce indiretta. Non rientrano in questa categoria le preinsegne poste all'interno di un'area di proprietà privata recintata quali indicazioni di servizio all'attività esercitata, le quali, se visibili dalla strada, rientreranno nelle categorie di insegna di esercizio o di mezzi pubblicitari di servizio di cui ai commi precedenti, di cui dovranno rispettare le caratteristiche.
- 2). Le preinsegne devono avere forma rettangolare e dimensioni contenute entro i limiti inferiori di 1,00 x 0,20 m. e superiori di 1,50 x 0,30 m., con una singola freccia direzionale all'interno della sagoma rettangolare.
- 3). È ammesso l'abbinamento sulla stessa struttura di sostegno di un numero massimo di n. 7 preinsegne per ogni senso di marcia, a condizione che abbiano le stesse dimensioni.
- 4). Ogni preinsegna dovrà contenere una singola indicazione ed un margine inferiore di separazione, ed è fatto divieto di abbinare più indicatori pubblicizzanti la medesima attività e sede della stessa o contenenti il medesimo messaggio pubblicitario, nel qual caso il manufatto si configurerebbe come cartello pubblicitario stradale e, come tale, dovrebbe rispettarne dimensioni e distanze.
- 5). Non sono ammessi impianti di preinsegne posati in parallelo in adiacenza ad edifici o recinzioni di tipo aperto o chiuso ad eccezione di quanto previsto all'art. 9 comma 14 delle presenti Norme; non sono inoltre ammesse preinsegne poste in diagonale rispetto all'asse della strada, a meno che non siano posizionate all'interno di una proprietà privata, senza sporgere su area pubblica.
- 6). Preinsegne poste su area pubblica saranno ammesse solo previa concessione da parte dell'Amministrazione Comunale, previo adeguamento del Piano Generale degli Impianti Pubblicitari per quanto riguarda la pubblicità esterna.

Art. 21 – Cartello pubblicitario

- 1). Si definisce cartello un manufatto bidimensionale, mono o bifacciale, supportato da idonea struttura di sostegno ancorata permanentemente al suolo, finalizzato alla diffusione di messaggi pubblicitari o propagandistici effettuati direttamente su pannello rigido (mediante serigrafia, pellicola adesiva ecc.). È utilizzabile su entrambe le facce anche per immagini diverse.
- 2). Tale impianto può essere posato in parallelo rispetto al senso di marcia esclusivamente in assenza di costruzioni ne può essere posto in parallelo in adiacenza ad edifici o recinzioni di tipo aperto o chiuso ad eccezione di quanto previsto all'art. 9 comma 14 delle presenti Norme.



- 3). Non sono ammessi cartelli pubblicitari posti in diagonale rispetto all'asse della strada, a meno che non siano posizionati all'interno di una proprietà privata, senza sporgere su area pubblica.
- 4). Cartelli pubblicitari posti su area pubblica saranno ammessi solo previa concessione da parte dell'Amministrazione Comunale.

Art. 22 – Mezzo pubblicitario in aderenza a costruzioni o su superfici opache

- 1). Si definisce mezzo pubblicitario in aderenza a costruzioni o su superfici opache un manufatto bidimensionale monofacciale, realizzato in materiali di qualsiasi natura, vincolato a parete, posizionato su frontespizi di edifici, in stretta aderenza ad essi tale da mantenerne inalterato il profilo, riportante disegni, scritte, loghi ecc., finalizzato alla diffusione di messaggi pubblicitari o propagandistici effettuati direttamente (mediante serigrafia, pellicola adesiva, tecniche pittoriche ecc.). Non rientrano in tale categoria le insegne di esercizio, per le quali si rimanda al precedente art. 13 delle presenti Norme.
- 2). Tali impianti sono ammessi esclusivamente su fronti interamente ciechi di edifici privati, previo parere favorevole della Commissione del Paesaggio, oppure all'interno di apposite nicchie o specchiature cieche di finestre o aperture di edifici privati, non esclusivamente residenziali, privi di elementi decorativi e privi di valore storico artistico.
- 3). L'impatto scenico riprodotto su tali impianti deve risultare compatibile con le caratteristiche dell'edificio e dell'assetto urbano del contesto di riferimento, in particolare in prossimità di luoghi di valore storico e/o architettonico e/o ambientale. A questo proposito l'impianto pubblicitario è soggetto al parere della Commissione del Paesaggio.
- 4). Tali impianti pubblicitari non potranno essere luminosi né retroilluminati ma esclusivamente opachi o illuminati di riflesso.
- 5). Anche nel caso in cui tali manufatti non contengano scritte, loghi o messaggi, saranno assimilabili a mezzi pubblicitari e soggetti a pagamento della relativa imposta qualora ricadano nelle definizioni previste al precedente art. 15 comma 3 del presente Piano.

Art. 23 – Impianto a messaggio variabile

- 1). Si definisce impianto a messaggio variabile un manufatto finalizzato alla pubblicità e/o propaganda sia di prodotti che di attività, caratterizzato dalla variabilità del messaggio e/o delle immagini trasmesse, tramite prismi rotanti a teli scorrevoli (rotor), led e diodi luminosi ecc., attraverso un controllo elettronico che gestisce la variabilità del messaggio.
- 2). Esso è ammesso esclusivamente su proprietà privata o su frontespizi ciechi di edifici privati privi di elementi decorativi: è ammessa una superficie pubblicitaria totale non superiore al 30% della superficie cieca dell'edificio e comunque non superiore a 18,00 m² complessivi.
- 3). Gli impianti comunque non potranno avere una profondità maggiore di 30 cm.; gli impianti dovranno essere asportabili.
- 4). Il livello di luminosità non deve recare disturbo a persone o all'ambiente circostante e deve sottostare alle norme sull'illuminazione di cui all'art. 8 delle presenti Norme.
- 5). Tale tipologia di impianto è sempre soggetta a parere della Commissione del Paesaggio che ne giudicherà l'impatto relativamente all'edificio ed al contesto in cui è inserito.
- 6). Impianti pubblicitari a messaggio variabile su area privata che non siano di servizio alle adiacenti attività commerciali non sono ammessi.
- 7). Impianti pubblicitari a messaggio variabile posti su area pubblica saranno ammessi solo previa concessione che sarà regolata da apposita convenzione di utilizzo, a insindacabile giudizio dell'Amministrazione Comunale, sia per quanto riguarda le dimensioni che il loro posizionamento.



Art. 24 – Cartello di indicazione manutenzione aree verdi

- 1). Elemento monofacciale o bifacciale vincolato al suolo da idonea struttura di sostegno finalizzato alla comunicazione dell'impresa che cura la manutenzione di un'area verde pubblica, mediante specifica convenzione di sponsorizzazione, a condizione che tali elementi non superino le dimensioni massime di 40 x 70 cm. e non ostacolino la visuale ai conducenti dei veicoli, ai fini del Codice della Strada.
- 2). Tali impianti possono essere installati anche nelle aree verdi in deroga all'art. 9 commi 14 e 15 delle presenti Norme, sempre che gli stessi non ingenerino confusione con la segnaletica stradale e non creino ostacolo alla circolazione.

Art. 25 – Mezzi pubblicitari nei distributori di carburante

- 1). Nell'area occupata dai distributori di carburante è consentito il posizionamento di mezzi pubblicitari di tipo permanente, seppur con variabilità periodica, con le seguenti prescrizioni:
 - non occupino il fronte stradale o le zone di accesso all'area di servizio o le corsie di accelerazione e decelerazione;
 - siano costituiti da materiali non deperibili, resistenti agli agenti atmosferici e di facile manutenzione, nonché messi in opera per resistere alla spinta del vento;
 - la superficie complessiva di tali impianti non superi il 20% dell'area occupata dalla stazione di servizio.
- 2). Qualora tali mezzi pubblicitari siano di tipo temporaneo, non saranno soggetti ad autorizzazione ma solo a denuncia presso il Soggetto incaricato della riscossione del tributo e pagamento della tassa dovuta.

Art. 26 – Impianti pubblicitari di servizio

- 1). È definito impianto pubblicitario di servizio qualunque manufatto avente quale scopo primario un servizio di pubblica utilità nell'ambito dell'arredo urbano e stradale (paline e pensiline fermata autobus, transenne para-pedonali, cestini per rifiuti, panchine, orologi e simili) recante uno spazio pubblicitario.
- 2). Tali impianti non sono ammessi su tutto il territorio comunale ad eccezione di quelli convenzionati direttamente con l'Amministrazione Comunale.



CAPO IV – PUBBLICITA' ESTERNA TEMPORANEA

Art. 27 – Impianti pubblicitari temporanei

1). Gli impianti pubblicitari temporanei, come meglio specificato all'art. 6 comma 2 lettera b delle presenti Norme Tecniche, sono manufatti ad una o più facce aventi una struttura di sostegno e finalizzati all'esposizione i messaggi correlati ad eventi, iniziative e promozioni di tipo culturale, sportivo, istituzionale o commerciale di durata limitata.

2). Tali impianti vengono installati provvisoriamente, limitatamente al periodo di svolgimento dell'evento cui si riferiscono oltre che ai 7 giorni precedenti e alle 24 ore successive, termine entro cui l'installatore dovrà rimuovere l'impianto. Il periodo di esposizione non potrà comunque superare i 90 (novanta) giorni. In deroga alle disposizioni precedenti e per le sole tipologie previste agli articoli successivi, è ammessa la possibilità di esposizione di 1 (uno) o 3 (tre) anni.

2 bis). Per le forme pubblicitarie di cui agli articoli 30 e 31, per una medesima posizione ed un medesimo messaggio pubblicitario potranno essere presentate più richieste annue, ciascuna di max. 90 (novanta) giorni consecutivi (per un max. di 180 giorni) per gli standardi, oppure ciascuna di max. 30 (trenta) giorni consecutivi (per un max. di 60 gg) per le locandine su supporto: in caso contrario il manufatto si configurerà quale cartello pubblicitario, insegna di esercizio o altro mezzo pubblicitario di tipo permanente, seppur a messaggi variabili, rientrando nelle categorie previste al capo III delle presenti Norme, di cui dovrà rispettare le caratteristiche.

3). I mezzi pubblicitari temporanei non possono essere collocati nei luoghi nei quali è vietata l'installazione di impianti pubblicitari ai sensi dell'art. 9 delle presenti Norme, ad eccezione del comma 14 e 15 del medesimo articolo, se promossi da Associazioni legalmente riconosciute o da Istituzioni.

4). Le superfici espositive e di sostegno devono essere costituite da materiali non deperibili e resistenti agli agenti atmosferici, e i mezzi pubblicitari devono essere stabilmente ed opportunamente ancorati al suolo o agli appositi sostegni.

Art. 28 – Tipologie di impianti consentiti

1. Gli impianti di pubblicità temporanea consentiti sono:

- a) Striscione
- b) Stendardo
- c) Locandina su supporto
- d) Mezzo pubblicitario pittorico
- e) Cartello pubblicitario di cantiere
- f) Allestimento pubblicitario di vetrine
- g) Sosta di veicoli attrezzati e/o adibiti a impianti di pubblicità o propaganda

La collocazione di tali impianti deve rispettare i parametri definiti per ciascuna tipologia e per ciascuna zona territoriale negli articoli qui di seguito riportati.

Art. 29 – Striscione

1). Elemento bidimensionale realizzato con materiali di qualsiasi natura, privo di rigidità propria, mancante di una superficie di appoggio e posizionato trasversalmente alla carreggiata stradale.

2). L'apposizione di tali impianti è consentita esclusivamente su sostegni appositi. È comunque vietato l'ancoraggio a sostegni della segnaletica stradale, pali dell'illuminazione, alberature o elementi edilizi.



- 3). Tali impianti dovranno essere realizzati in materiale resistente agli agenti atmosferici ed essere saldamente ancorati alle strutture in modo tale da evitare l'effetto vela, nonché dotati di meccanismi di sicurezza atti ad evitare la caduta sulla pubblica via.
- 4). Per gli striscioni installati sugli appositi impianti o spazi di proprietà comunale non è necessario presentare istanza al Comune ma apposita domanda al Soggetto incaricato della riscossione del tributo, che provvederà direttamente alla sua riscossione, rilasciandone la relativa ricevuta, valida come titolo autorizzativo.

Art. 30 – Stendardo

- 1). Elemento bidimensionale realizzato con materiali di qualsiasi natura, privo di rigidità propria, sostenuto da una struttura ancorata a terra (tipo banner o vela) o vincolata ad edifici, anche sporgente a bandiera (tipo bandiere pubblicitarie) oppure in aderenza a recinzioni, ponteggi di cantiere o altre strutture, recante messaggi pubblicitari temporanei di tipo immobiliare, commerciale, culturale o sportivo. Se tale impianto si configura a carattere permanente, tale da pubblicizzare la sede di esercizio, verrà equiparato ad insegna di esercizio, di cui dovrà rispettarne le caratteristiche.
- 2). L'impianto è ammesso esclusivamente su edifici o aree di proprietà privata con possibilità di aggetto sul suolo pubblico. È equiparata ad area privata un'area ove sia stata concessa l'occupazione di suolo pubblico.
- 3). Il periodo massimo di esposizione dello stendardo sarà di 90 (novanta) giorni, con le specifiche di cui all'art. 27 comma 2 bis delle presenti Norme, o, esclusivamente per messaggi di compravendita o locazione di immobili o per indicare, sulla vecchia sede, il trasferimento di un'attività, potrà essere pari a 1 anno.
- 4). L'impianto pubblicitario non è soggetto a parere della Commissione del Paesaggio, tranne nel caso in cui si configuri quale insegna di esercizio o mezzo pubblicitario permanente, seppur a messaggi variabili, e non quale manufatto pubblicitario temporaneo.
- 5). L'impianto pubblicitario dovrà essere realizzato in materiale resistente agli agenti atmosferici ed essere saldamente ancorato alla struttura di sostegno in modo tale da evitare l'effetto vela ed evitare la caduta sulla pubblica via, qualora aggetti su suolo pubblico.

Art. 31 – Locandina su supporto

- 1). Manifesto cartaceo, o comunque privo di rigidità, applicato su idonea struttura rigida di sostegno a cavalletto o similari vincolata al suolo, di tipo affissionale, anche bifacciale, finalizzato alla pubblicizzazione di iniziative temporanee di carattere commerciale, culturale o sportivo.
- 2). L'esposizione è consentita limitatamente al periodo di svolgimento dell'iniziativa cui si riferisce oltre a 7 giorni prima dell'inizio della manifestazione e sino a 24 ore dopo: le date dell'evento o iniziativa dovranno essere indicate sul mezzo pubblicitario. L'impianto non può comunque rimanere esposto per un tempo superiore a 30 (trenta) giorni, con le specifiche di cui all'art. 27, comma 2bis), delle presenti Norme.
- 3). L'installazione di tali impianti per iniziative di tipo commerciale è consentita solo nel caso di nuova apertura, cambiamenti di sede o di settore merceologico, oppure per vendite straordinarie.
- 4). Tali mezzi pubblicitari sono ammessi esclusivamente nella sede dell'azienda, su area privata, oppure, se su suolo pubblico, nelle immediate vicinanze della stessa, intendendosi con tale espressione una distanza massima di m. 10,00, misurata sul percorso stradale, dalla sede dell'azienda oggetto di pubblicità. In questi casi è ammesso un numero massimo di 4 elementi, salvo debita autorizzazione in caso di motivate esigenze.
- 5). Gli impianti reclamizzanti spettacoli viaggianti o iniziative di tipo sportivo o culturale possono essere autorizzati, previo parere favorevole della Polizia Locale, su strade classificate nel PGTU come urbana



di quartiere Tipo E, urbana principale Tipo EF1 e urbana secondaria di Tipo EF2 nei tratti di accesso all'abitato, al di fuori del centro storico, aventi banchine o spazi laterali idonei al collocamento e comunque tali da non ostacolare il transito di pedoni, portatori di handicap, veicoli e non ostacolino la visuale ai conducenti.

6). È vietata l'installazione di tali impianti su paline di segnali stradali e semafori, su opere d'arte, monumenti, parapetti ed altri elementi architettonici, così come elencati all'art. 9 delle presenti Norme.

Art. 32 – Gonfaloni su pali di illuminazione pubblica

1). Manifesti pubblicitari cartacei o in altro materiale privi di rigidità, mono o bifacciali, applicati su idonea struttura rigida di sostegno vincolata a pali di illuminazione pubblica.

2). È vietata l'installazione di tali impianti su paline di segnali stradali e semafori o altre tipologie di pali che non siano quelli di illuminazione pubblica.

3). Gonfaloni su pali di illuminazione pubblica saranno ammessi solo previa concessione da parte dell'Amministrazione Comunale.

Art. 33 – Mezzo pubblicitario pittorico

1). Manufatto bidimensionale realizzato con materiali di qualsiasi natura, privo di rigidità propria, di grande superficie, mancante di una superficie di appoggio e retto da una struttura di sostegno rigida vincolata a strutture di elevazione, quali cesate o ponteggi di cantiere o facciate di costruzioni in occasione di lavori edilizi, finalizzato all'esposizione di messaggi pubblicitari. Il telaio di sostegno deve essere opportunamente dimensionato e vincolato alla struttura in elevazione nel rispetto delle prescrizioni di cui all'art. 7 delle presenti Norme.

2). In base alle finalità cui è destinato può essere di tipologia artistica, se riproduce immagini riferite alle decorazioni di facciata, riprese fotografiche o riproduzioni di opere d'arte, oppure pubblicitaria, riportante messaggi pubblicitari a mezzo di scritte e/o immagini, o infine mista, se combina in vario modo la tipologia artistica con messaggi pubblicitari.

3). La collocazione di suddette tipologie è consentita esclusivamente in occasione dello svolgimento di lavori edilizi.

4). L'impatto scenico riprodotto sulle gigantografie deve risultare compatibile con le caratteristiche dell'edificio e l'assetto urbano del contesto di riferimento, in particolare in prossimità di luoghi con pregio di carattere architettonico e/o ambientale. A questo proposito l'impianto, qualora di tipologia pubblicitaria o mista, è soggetto al parere della Commissione del Paesaggio.

5). In caso di posizionamento su edifici vincolati come Beni Culturali sarà necessario un preventivo parere da parte della Soprintendenza relativamente alla compatibilità della loro collocazione.

6). La durata dell'impianto è stabilita in relazione alla durata delle opere edilizie, che devono essere legittimate da regolare atto abilitativo, e comunque non potrà essere superiore a 3 (tre) anni dall'inizio lavori.

Art. 34 – Cartello pubblicitario di cantiere

1). Manufatto bidimensionale, mono o bifacciale, vincolato al suolo o a strutture temporanee di cantieri edili, quali ponteggi, recinzioni o parti di edificato, recante messaggi pubblicitari attinenti le attività del cantiere, pubblicizzante la costruzione di immobili o finalizzato alla compravendita degli stessi.

2). Tali mezzi pubblicitari dovranno essere posti all'interno dell'area di pertinenza occupata dal cantiere edile o in corrispondenza della recinzione, senza sporgere su area pubblica, e dovranno esporre messaggi pubblicitari esclusivamente riferiti all'intervento edilizio in corso di esecuzione. Se posti al di fuori



dell'area di cantiere saranno considerati al pari delle installazioni pubblicitarie permanenti e dovranno attenersi ai criteri di cui all'art. 21 delle presenti norme.

3). La durata massima dell'impianto è stabilita in relazione alla durata delle opere edilizie, che devono essere legittimate da regolare atto abilitativo. La validità dell'autorizzazione, comunque, non potrà essere superiore a 3 (tre) anni dall'inizio lavori.

4). Il cartello di cantiere, indicatore dei lavori edili e riportante i dati del committente, del direttore dei lavori, dell'impresa costruttrice e le altre indicazioni di legge, non è soggetto al presente Piano, ma dovrà uniformarsi a quanto stabilito dall'art. 33 del Regolamento Edilizio; il medesimo potrà essere integrato al cartello pubblicitario della realizzazione edilizia in corso di esecuzione.

5). L'impianto non è soggetto all'acquisizione di Autorizzazione Paesaggistica, previa verifica della validità del titolo abilitativo.

Art. 35 – Allestimento pubblicitario di vetrine

1). Si definisce allestimento pubblicitario di vetrine qualunque mezzo multimediale, locandina, manifesto, bacheca a tiranti o altra tipologia di manufatto a carattere pubblicitario di tipo temporaneo o a messaggi variabili nel tempo, ancorché luminoso o illuminato, posto in adiacenza alla superficie vetrata dei negozi, internamente ad essa, in modo tale che lo stesso sia visibile solo ed esclusivamente dalla strada pubblica, di dimensioni superiori a 0,5 m² per vetrina, tendente a pubblicizzare messaggi pubblicitari e/o propagandistici attinenti all'attività esercitata, così come definiti al precedente art. 15 comma 3. Insegne di esercizio o altri manufatti permanenti ad esse assimilabili, seppur posti all'interno della vetrina e visibili esclusivamente dalla strada, saranno equiparati ad insegne di esercizio su vetrina di cui all'art. 13, comma 6, lettera b), e dovranno pertanto essere regolarmente autorizzate. Non sono considerati mezzi pubblicitari i prodotti in vendita esposti.

2). L'esposizione in vetrina sia di messaggi di tipo temporaneo riferiti all'attività esercitata nei locali (avvisi al pubblico, vendite promozionali e di fine stagione, avvisi di prossima apertura), sia di messaggi o mezzi pubblicitari variabili periodicamente, non dovrà essere sottoposta a domanda di autorizzazione ma esclusivamente a denuncia presso il Soggetto incaricato della riscossione del tributo ed eventuale pagamento della relativa imposta.

Art. 36 – Sosta di qualsiasi veicoli attrezzati e/o adibiti a impianti di pubblicità o propaganda

1. È vietata la pubblicità effettuata nel territorio comunale mediante la sosta di veicoli, autoveicoli per uso speciale, rimorchi, rimorchi ad uso speciale, auto pubblicitarie e per mostre pubblicitarie e rimorchi attrezzati per uso negozio qualora gli stessi siano attrezzati e/o adibiti a impianti di pubblicità o propaganda, a meno che la sosta non sia espressamente consentita dal Comune e che avvenga nelle aree a parcheggio pubbliche all'uopo destinate con le seguenti precisazioni:

- a) è sempre vietata, su area pubblica all'interno del centro abitato, la sosta di carrelli, rimorchi o appendici;
- b) la sosta dovrà avvenire nel rispetto della segnaletica orizzontale, ove presente, e di tutte le prescrizioni previste dalla normativa vigente sulla circolazione stradale, senza che il posizionamento del mezzo pubblicitario pregiudichi la visibilità della segnaletica stradale o la sicurezza della stessa;
- c) il posizionamento dei veicoli non deve impedire la visibilità di altri impianti pubblicitari già installati;
- d) il posizionamento dei veicoli non deve impedire l'accessibilità a passi carrai o accessi pedonali né a percorsi pedonali o carrabili;



- e) in mancanza di autorizzazione la pubblicità, quando il veicolo è in sosta nelle aree previste o in altre aree a parcheggio, dovrà essere rimossa ovvero coperta in modo tale che sia privata della sua efficacia (ad esempio tramite teloni, tende abbassabili e rialzabili, ecc).
- 2). Nelle aree pubbliche destinate appositamente dall'Amministrazione Comunale è ammessa la sosta dei mezzi pubblicitari di cui al comma 1 previo nulla-osta da parte del Comando di Polizia Locale, e successiva denuncia al Soggetto incaricato della riscossione del tributo, che provvederà alla riscossione dello stesso e di altri eventuali tributi dovuti per legge, rilasciandone la relativa ricevuta. Tale ricevuta e copia del nulla-osta dovranno essere esposti sul cruscotto del veicolo in modo da essere chiaramente visibili dall'esterno di esso in caso di controllo da parte delle autorità competenti: la mancata esposizione sarà considerata come mancanza di atto autorizzativo.
- 3). L'autorizzazione è necessaria anche se i veicoli vengono parcheggiati in area privata con visibilità allargata alla strada pubblica: in questi casi il nulla-osta da parte dell'Ufficio Comunale preposto potrà essere concesso, previa presentazione del nulla-osta della proprietà, sempre che la posizione richiesta non sia in contrasto con il Codice della strada né possa pregiudicare la visibilità della segnaletica stradale o la sicurezza della circolazione stradale. Il posizionamento di tali veicoli su area privata dovrà comunque rispettare le limitazioni di cui all'art. 9 delle presenti Norme, **e sarà comunque vietato** nelle zone dei Centri Storici di cui alla "*Classe V – Sensibilità paesistica molto alta*", regolata dell'art. 4, comma 1, delle presenti Norme. Ad essa si devono aggiungere le seguenti zone:
- nella zona di rispetto cimiteriale;
 - nella zona circostante l'Ospedale Fornaroli;
 - e in tutta le aree adiacenti alle zone scolastiche, ai luoghi di Culto e loro pertinenze.
- 4). Tale forma di pubblicità è concessa per un massimo di 15 (quindici) giorni, periodo durante il quale sarà possibile variare il messaggio pubblicitario e la posizione del mezzo, sempre che tutti i messaggi e le posizioni siano richieste nella medesima domanda.



CAPO V – PUBBLICHE AFFISSIONI

Art. 37 – Impianti di Pubblica Affissione

- 1). L'affissione di manifesti istituzionali, sociali, funebri, commerciali, culturali o sportivi è effettuata esclusivamente su appositi impianti per affissioni di proprietà comunale gestiti dal Concessionario del Servizio Pubbliche Affissioni.
- 2). L'Amministrazione Comunale, di concerto con il Concessionario del servizio, dispone la collocazione sul territorio comunale degli impianti esistenti, costituiti da cartelli, totem e tabelle affissionali, e di eventuali impianti di nuova acquisizione.
- 3). Esclusivamente per l'affissione di manifesti commerciali possono essere installati impianti da parte di soggetti privati (affissioni dirette), entro il limite massimo previsto dall'art. 3 del presente Piano, a seguito di stipula di apposita convenzione con l'Amministrazione: tali impianti potranno essere posizionati secondo gli abachi allegati alle presenti norme.

Art. 38 – Affissione di manifesti istituzionali

- 1). Le affissioni di natura istituzionale, obbligatorie per legge, oppure di tipo culturale, sportivo, sociale o comunque prive di natura commerciale, sono effettuate esclusivamente dal Servizio Affissioni Comunale o dal Concessionario del servizio, su istanza degli uffici Comunali secondo le modalità vigenti.
- 2). Il contenuto del messaggio deve essere strettamente riferito alla manifestazione.
- 3). Su ogni manifesto è ammesso uno spazio massimo di 300 cm² da riservarsi all'apposizione dei marchi degli eventuali sponsor.

Art. 39 – Affissione di manifesti commerciali

- 1). Le affissioni di natura commerciale o comunque aventi rilevanza economica sono effettuate, su istanza di soggetti privati e secondo le modalità vigenti, dal Servizio Affissioni Comunale, dal Concessionario del servizio o direttamente da soggetti privati, comunque diversi dal concessionario del servizio, ove lo stesso sia appaltato, anche a seguito di apposite concessioni rilasciate dall'Amministrazione Comunale.
- 2). I messaggi contenuti sui manifesti, per forma e colori, ed in particolare nell'uso del colore rosso, non dovranno generare confusione con la segnaletica stradale né arrecare disturbo visivo agli utenti della strada o distrarne l'attenzione con conseguente pericolo per la sicurezza della circolazione.

Art. 40 – Affissione di manifesti funebri

- 1). Il Soggetto incaricato della riscossione del tributo 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 nel presente Piano. L'affissione dei manifesti funebri può avvenire esclusivamente sugli impianti comunali all'uopo destinati. Restano comunque dovuti sia i diritti sulla pubblica affissione che le maggiorazioni previste dalla norma.



CAPO VI - ALTRE FORME DI PUBBLICITA'

Art. 41 – Pubblicità sui veicoli

- 1). La pubblicità sui veicoli è regolata dalla normativa vigente e non può essere effettuata per conto terzi a titolo oneroso. Qualora i veicoli siano itineranti essa non è ammessa nella zona Z.T.L. (Zona a Traffico Limitato) e nelle altre aree vietate alla circolazione dei veicoli, così come nelle aree verdi pubbliche.
- 2). I veicoli (e relative appendici) circolanti sul territorio comunale dovranno essere adeguatamente immatricolati ed omologati per la circolazione, ove previsto, e dovranno rispettare tutte le prescrizioni di legge, i requisiti di sicurezza e le norme di comportamento riguardanti la marcia dei veicoli su strada ai sensi della normativa vigente.

Art. 42 – Pubblicità fonica

- 1). La pubblicità fonica è consentita dal Comune, tramite il Soggetto incaricato della riscossione del tributo, nel rispetto della normativa vigente, dei limiti stabiliti dalle disposizioni inerenti l'esposizione al rumore e dal Piano di Zonizzazione acustica del Comune di Magenta approvato con delibera di consiglio comunale n. 44 del 30/10/2006.
- 2). La pubblicità fonica effettuata con autoveicoli, motoveicoli, rimorchi e ciclomotori all'interno dei centri abitati è autorizzata nei giorni feriali dalle ore 9,00 alle ore 12,00 e dalle ore 16,00 alle ore 19,00. Nei giorni festivi e al di fuori degli orari previsti è possibile concedere deroghe durante lo svolgimento di manifestazioni di carattere sportivo, culturale, sociale, religioso e simili. I mezzi circolanti dovranno essere regolarmente denunciati e circolanti in aderenza alla normativa vigente.
- 3). Per la pubblicità elettorale si applicano le disposizioni che regolano la materia.
- 4). All'interno degli impianti sportivi e su suolo pubblico, se rivolta alla promozione di manifestazioni sportive o di particolare interesse per la cittadinanza, è ammessa la pubblicità fonica effettuata per conto altrui attraverso appositi apparecchi amplificatori e simili.
- 5). Essa è vietata nelle "aree di particolare rilevanza" e più precisamente ad una distanza inferiore a 100,00 m. da strutture sanitarie e assimilate, di luoghi culturali e/o di studio (ad es. scuole, biblioteche ecc.) limitatamente agli orari di apertura degli stessi, di strutture cimiteriali e luoghi di culto.

Art. 43 – Pubblicità varia

- 1). La pubblicità varia, consistente in:
 - a) pubblicità effettuata con striscioni, festoni di bandierine od altri mezzi simili, che attraversano strade o piazze;
 - b) pubblicità effettuata da aeromobili mediante scritte, striscioni, disegni fumogeni, lancio di oggetti o manifestini, compresa quella eseguita su specchi d'acqua o fasce marittime limitrofe al territorio comunale;
 - c) pubblicità eseguita con palloni frenati o simili;
 - d) pubblicità effettuata mediante distribuzione, anche con veicoli, di manifestini o di altro materiale pubblicitario, oppure mediante persone circolanti con cartelli od altri mezzi pubblicitari;
 - e) pubblicità effettuata a mezzo di apparecchi amplificatori e simili;
- la pubblicità varia non può essere effettuata nella Z.T.L. del Comune di Magenta, come indicata dalla cartellonistica e dal PGTU, come segue:
- Piazza Liberazione;
 - Via Roma;



- Via IV giugno;
- Piazza Camillo Formenti;
- Via Volta;
- Via Mazzini;
- Via Pretorio;
- Piazza Parmigiani;
- Via Garibaldi.

Allo stesso modo tale forma di pubblicità non potrà essere effettuata:

- nella piazza del mercato né nei viali formati dai banchi di vendita durante i giorni di mercato;
- nei parchi e nei giardini pubblici.

2). La pubblicità tramite distribuzione di volantini potrà essere effettuata in aree pubbliche, eccettuate quelle di cui al comma 1, in luoghi privati o all'interno di locali pubblici ed attività commerciali, e dovrà avvenire esclusivamente lasciando i volantini nelle mani delle persone che vogliono riceverli, tramite personale regolarmente incaricato ed autorizzato in base alla normativa vigente, assumendosi piena responsabilità in caso di violazione delle norme, anche per ciò che riguarda il testo contenuto nel messaggio pubblicitario. I soggetti incaricati, a qualsiasi titolo, all'esercizio della pubblicità tramite volantinaggio, sono tenuti a non disperdere i volantini su aree pubbliche del territorio comunale né su suoli privati.

È severamente vietata:

- l'affissione e/o l'apposizione di volantini o manifesti sui pali dell'illuminazione pubblica, sulla segnaletica stradale, su alberi, su recinzioni o edifici pubblici; allo stesso modo è vietata su recinzioni o facciate di edifici privati;
- la distribuzione di volantini, dépliant, manifesti, opuscoli pubblicitari o simili sotto le porte di accesso, sugli usci o negli androni di abitazioni private, ad eccezione delle cassette postali; sul parabrezza o lunotto posteriore delle autovetture in sosta o, comunque, su qualunque tipo di veicolo;
- la distribuzione di volantini o altro materiale pubblicitario ai conducenti o ai passeggeri di auto durante la circolazione stradale oppure in prossimità o in corrispondenza di incroci;
- il lancio di volantini o altro materiale pubblicitario dalle vetture in movimento.

3). Qualora il volantinaggio sia eseguito in concomitanza di altre forme pubblicitarie sarà comunque soggetto a relativa imposta di pubblicità, in aggiunta alle altre eventualmente già applicate.

4). La pubblicità tipo "Street marketing" tramite persone circolanti con cartelli (tipo uomini sandwich) o altri mezzi pubblicitari è ammessa in genere nelle aree destinate alla circolazione dei pedoni (marciapiedi, piste ciclo-pedonali o aree pedonali), ad eccezione di quelle di cui al comma 1 del presente articolo, sempre che siano rispettate tutte le norme comportamentali relative alla circolazione stradale dei pedoni e tutte le eventuali limitazioni specifiche prescritte per l'utilizzo di tali mezzi pubblicitari. Tale forma di pubblicità può essere abbinata al volantinaggio, con le specifiche di cui al comma 3 del presente articolo.

5). La pubblicità tramite palloni frenati, gonfiabili ed altre similari installazioni pubblicitarie temporanee (tipo flyman ecc.) finalizzate all'evidenziazione di un'attività e rientranti nella pubblicità varia, se fissate a terra, potrà essere effettuata su aree private (di proprietà o previo nulla-osta da parte del proprietario), previo ottenimento di apposito nulla-osta da parte degli uffici competenti, sempre che il posizionamento dei mezzi pubblicitari non sia in contrasto con la normativa vigente né possa pregiudicare la visibilità della segnaletica stradale o la sicurezza della circolazione stradale e non solo.

Art. 44 – Pubblicità con proiezioni

1. La pubblicità temporanea effettuata con proiezioni, ologrammi ecc. potrà essere effettuata esclusivamente su aree di proprietà privata, previa presentazione del nulla-osta della/e proprietà, a



seguito di ottenimento di apposito nulla-osta da parte degli uffici competenti, sempre che il posizionamento dei mezzi pubblicitari non sia in contrasto con la normativa vigente, né possa pregiudicare la visibilità della segnaletica stradale o la sicurezza della circolazione stradale, né infine possa dar luogo a fenomeni di riflessione o rifrazione delle proiezioni stesse.

2). Tale forma di pubblicità sarà concessa per un massimo di n. 2 richieste di 90 (novanta) giorni ciascuna, oppure per più richieste per periodi inferiori a 90 (novanta) giorni ciascuna, per un massimo di n. 180 (centottanta) giorni non consecutivi, altrimenti rientrerà nelle altre forme pubblicitarie di tipo permanente previste dalle presenti Norme (insegna d'esercizio, impianto pubblicitario di servizio o a messaggi variabili ecc.), di cui dovrà rispettare le relative norme.

Art. 45 – IMPIANTI INNOVATIVI E TECNOLOGICAMENTE AVANZATI

1). L'amministrazione comunale, nell'intento di incentivare l'innovazione tecnologica, potrà autorizzare impianti pubblicitari innovativi, ovvero manufatti che, quale conseguenza di tecnologie avanzate o di specifiche e innovative proposte del settore pubblicitario, non rientrano tra quelli previsti nei punti precedenti.

2). Oltre a rispettare canoni di innovazione e tecnologia avanzata, tali impianti dovranno avere caratteristiche di costruzione e mantenimento rispettose dell'ambiente ed essere a basso consumo energetico.

Art. 46 – PROGETTI PARTICOLARI

1). L'amministrazione comunale, nell'intento di promuovere il recupero e la riqualificazione di particolari ambiti territoriali, potrà consentire l'installazione di impianti pubblicitari secondo progetti specifici.

2). In tali ambiti, al fine del miglioramento del decoro urbano e dell'impatto visivo, l'amministrazione comunale potrà autorizzare l'installazione di impianti pubblicitari sulle recinzioni di cantiere a condizione che siano:

- realizzati con materiale di pregio;
- illuminati;
- protetti con apposite pellicole antigraffiti;
- mantenuti in perfetto stato di conservazione per tutta la durata del cantiere.

3). Per l'approvazione di tali progetti il termine di cui all'articolo 48 è raddoppiato.



CAPO VII – PROCEDURE AMMINISTRATIVE

Art. 47 – Obbligo di autorizzazione

- 1). I mezzi pubblicitari non possono essere installati o esposti in luogo pubblico o da esso visibili, senza preventiva autorizzazione dell'Amministrazione comunale.
- 2). Chiunque intende installare mezzi pubblicitari deve fare domanda al fine di ottenere l'autorizzazione, in conformità a quanto previsto dalla modulistica e producendo la documentazione indicata dal competente Servizio.

Art. 48 – Domande di autorizzazione

- 1). Le domande di cui al precedente articolo saranno autorizzate o riceveranno motivato diniego entro 30 giorni dalla loro protocollazione all'Ufficio competente, che ha il compito di esaminarle secondo uno stretto ordine cronologico.
- 2). I termini perentori di cui sopra sono sospesi, sino allo scadere del periodo assegnato per la presentazione della diversa soluzione o della documentazione integrativa richiesta, nel caso in cui il competente ufficio comunale, entro il termine di cui al comma precedente, inviti i richiedenti a proporre soluzioni di-verse ovvero a produrre documentazione ulteriore o integrativa.
- 3). Nel caso di cui al comma 2, che precede, le domande presentate che non siano state integrate entro il tempo stabilito saranno archiviate.

Art. 49 – Efficacia delle autorizzazioni e revoche

- 1). Le autorizzazioni hanno validità non superiore a 3 (tre) anni, con possibilità di rinnovo in base a istanza o comportamento concludente; esse sono rilasciate restando in ogni caso impregiudicati i diritti dei terzi. Nel caso in cui l'autorizzazione non venisse rinnovata, senza che l'impianto pubblicitario sia rimosso, si incorrerà nelle sanzioni di cui al successivo art. 55.
- 2). L'autorizzazione all'installazione di cartelli o di altri mezzi pubblicitari ha carattere meramente precario e potrà essere revocata dall'Amministrazione Comunale con preavviso di 15 (quindici) giorni, comunque non prima di un anno a meno di motivi di urgente ed indifferibile utilità pubblica.
- 3). Per motivate sopravvenute ragioni di pubblico interesse, in particolare per l'adeguamento della segnaletica stradale, le autorizzazioni possono essere revocate in qualsiasi momento o non rinnovate, con conseguente obbligo di ripristino della situazione antecedente.

Art. 50 – Presentazione della Domanda al Comune

- 1). La domanda per ottenere l'autorizzazione amministrativa, deve essere presentata in carta resa legale al Settore Edilizia Privata, corredata dai seguenti documenti:
 - a) progetto quotato in scala 1:20 dell'opera e relativa descrizione tecnica, dai quali siano individuabili gli elementi essenziali dell'opera e la sua eventuale collocazione sul fabbricato, compreso il disegno del possibile supporto, debitamente firmato dal titolare dell'impresa esecutrice o dall'interessato, se l'opera è realizzata in economia;
 - b) planimetria in scala 1:100 del prospetto sul quale l'impianto pubblicitario viene inserito, completo delle misure dell'impianto pubblicitario stesso nel contesto urbano, nonché delle distanze di rispetto da mantenere nei casi previsti dalle presenti norme;
 - c) rilievo dello stato di fatto in scala 1:20 per le vetrine e le bacheche;



- d) bozzetto colorato del messaggio pubblicitario da esporre. Se la domanda riguarda cartelli o altri mezzi pubblicitari a messaggio variabile, devono essere allegati i bozzetti di tutti i messaggi previsti;
 - e) documentazione fotografica che illustri il punto di collocazione nell'ambiente circostante;
 - f) estratto della mappa catastale del luogo interessato;
 - g) autodichiarazione redatta ai sensi del D.P.R. 20/12/2000 n. 445, con la quale si attesta che l'opera, escluse targhe e vetrofanie, sarà realizzata rispettando le norme di disciplina della materia, che il manufatto sarà calcolato e posto in opera tenendo conto della natura del terreno e della spinta del vento, in modo da garantirne la stabilità e sarà realizzato con materiale non deperibile e resistente agli agenti atmosferici;
 - h) autodichiarazione redatta ai sensi della legge di cui sopra o relativa documentazione, dalla quale emerga che l'attività oggetto di richiesta è regolarmente autorizzata, ovvero che il titolare è iscritto agli albi professionali istituiti e che la destinazione d'uso dei locali è legittima;
 - i) nulla osta della proprietà o dell'Amministratore del condominio ovvero autodichiarazione di proprietà;
 - j) parere della Soprintendenza ai Beni Ambientali ed Architettonici qualora richiesto.
- 2). Per impianti posti nelle strade statali, regionali e provinciali, l'interessato deve presentare istanza di autorizzazione all'Ente proprietario della strada, fermo restando che il rilascio dell'autorizzazione è subordinato al nulla osta dell'Amministrazione Comunale.
- 3). Il rilascio dell'autorizzazione è di competenza del Comune per i tratti di strade statali, regionali, provinciali o di altri enti e ditte private, correnti all'interno del centro abitato, individuato ai sensi del Codice della Strada con apposito provvedimento comunale.
- 4). Ogni domanda deve riferirsi a una sola attività e potrà comprendere più impianti, individuati esattamente sugli elaborati allegati alla richiesta.
- 5). La domanda per la installazione di mezzi pubblicitari a carattere sanitario deve essere presentata all'ufficio competente, previa autorizzazione del messaggio pubblicitario da parte dei rispettivi ordini o collegi professionali locali, nel rispetto della legge 05/02/1992 n. 175 “Norme in materia di pubblicità sanitaria e di repressione dell'esercizio abusivo della professione”.

Art. 51 – Casi Particolari

- 1). Per l'installazione di cartelli pubblicitari, striscioni, stendardi, segni orizzontali reclamistici con caratteri di temporaneità, la documentazione può essere limitata alla presentazione degli elaborati di cui ai punti c), d), e), h), i) del precedente articolo, salvo diverse indicazioni da parte del competente ufficio.
- 2). Per l'esposizione di messaggi temporanei effettuata sulle vetrine e sulle porte di ingresso dei locali cui si riferisce deve essere presentata comunicazione scritta al protocollo generale del Comune, nella quale sono indicati i messaggi pubblicitari, gli elementi essenziali dell'attività a cui si riferiscono, la superficie occupata e il periodo (non superiore a 3 (tre) mesi). Copia della documentazione stessa, con riportato il timbro del protocollo del Comune, dovrà essere trattenuta dall'interessato e esibita in caso di controllo da parte del competente Comando di Polizia Locale o da personale dei Settori Urbanistica e Lavori Pubblici del Comune di Magenta.
- 3). La durata delle autorizzazioni a carattere temporaneo, non può superare complessivamente i 6 mesi a esclusione dei cartelli riguardanti locazione o compravendita di immobili che potranno avere una durata massima, anche se frazionata in più periodi, di 24 mesi.

Art. 52 – Casi Particolari di Affissioni Dirette

- 1). I manifesti e le locandine affisse direttamente dagli interessati non necessitano di autorizzazione amministrativa ma devono assolvere l'imposta di pubblicità, se dovuta, e riportare comunque il timbro



del concessionario. Possono essere affissi esclusivamente all'interno delle vetrine dei negozi previo accordo con i proprietari.

2). I manifesti e le locandine riferiti a spettacoli viaggianti, manifestazioni politiche e sportive potranno essere affissi a cura degli interessati esclusivamente, previa autorizzazione amministrativa e pagamento dell'imposta di pubblicità, sulle posizioni individuate da apposito elenco.

3). I manifesti e le locandine dovranno essere rimossi entro le 24 ore successive alla conclusione della manifestazione pubblicizzata. Trascorso inutilmente tale termine, l'esposizione verrà considerata abusiva e quindi sanzionabile ai sensi del D.lgs. n. 507/93, così come riportato nel successivo art. 55.

Art. 53 – Interventi di Sostituzione e Modifica

1). Qualora s'intenda sostituire un'insegna, un cartello o un altro mezzo pubblicitario esistente, legittimamente installato, dovrà essere presentata domanda con le modalità previste dagli artt. 46 e 48, nell'osservanza delle presenti norme tecniche.

2). Qualora il soggetto titolare dell'autorizzazione intenda variare il messaggio pubblicitario dell'insegna, deve fare domanda allegando il bozzetto del nuovo messaggio. La nuova autorizzazione sarà rilasciata dal competente ufficio, previo il solo parere della Polizia Locale.

3). La sostituzione di insegne e/o messaggio pubblicitario non è soggetta a preventiva acquisizione di Autorizzazione Paesaggistica esclusivamente nel caso in cui la sostituzione venga effettuata con insegne analoghe per dimensioni e collocazione.

Art. 54 – Obblighi del Titolare dell'Autorizzazione

1). È fatto obbligo al titolare dell'autorizzazione di verificare il buono stato di conservazione dei cartelli e degli altri mezzi pubblicitari e delle loro strutture di sostegno e effettuare tutti gli interventi necessari al loro buon mantenimento e decoro. Adempiere, nei tempi richiesti, a tutte le prescrizioni impartite dal Comune al momento del rilascio dell'autorizzazione o anche successivamente per intervenute e motivate esigenze. Procedere alla rimozione in caso di decadenza o di 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. Fissare saldamente su ogni cartello o mezzo pubblicitario autorizzato una targhetta, posta in posizione facilmente accessibile, sulle quale sono riportati, con caratteri incisi, i seguenti dati:

- a) amministrazione rilasciante;
- b) soggetto titolare;
- c) numero dell'autorizzazione;
- d) progressiva chilometrica del punto di installazione;
- e) data di scadenza.

2). La targhetta di cui sopra deve essere sostituita a ogni rinnovo dell'autorizzazione e ogni qualvolta intervenga una variazione di uno dei dati su di essa riportati.

3). La targhetta deve essere agevolmente accessibile ma non deve mai assumere forme di manifesta pubblicità per il concessionario.

4). L'autorizzazione non esonera il titolare dall'obbligo di attenersi strettamente, sotto la propria responsabilità, alle leggi e ai regolamenti vigenti, nonché al rispetto di ogni eventuale diritto di terzi o di quanto prescritto dai regolamenti condominiali.

5). È fatto obbligo al titolare dell'autorizzazione, rilasciata per la posa di segni orizzontali reclamistici, nonché di striscioni, locandine e stendardi, di provvedere alla rimozione degli stessi entro le 24 ore successive alla conclusione della manifestazione pubblicizzata, ripristinando lo stato dei luoghi e il grado di aderenza delle superfici stradali.



Art. 55 – Decadenza dell'autorizzazione

- 1). Costituiscono cause di decadenza dell'autorizzazione:
 - a) la cessazione o il trasferimento dell'attività pubblicizzata;
 - b) l'annullamento o la revoca, l'inesistenza o l'irregolarità della autorizzazione all'esercizio dell'attività;
 - c) la non rispondenza del messaggio pubblicitario autorizzato alle attività cui esso inerisce;
 - d) la mancata osservanza delle condizioni alle quali fu subordinata l'autorizzazione;
 - e) la mancata realizzazione dell'opera entro novanta giorni dal rilascio dell'autorizzazione;
 - f) il mancato ritiro dell'autorizzazione entro trenta giorni dalla data della notifica, salvo proroga motivata richiesta dagli interessati;
 - g) lo stato di degrado del manufatto pubblicitario.

Art. 56 – Collocamento in opera della pubblicità e responsabilità

- 1). Il collocamento in opera della pubblicità, comprese le armature che potessero occorrere, la manutenzione della pubblicità e delle armature stesse, il ripristino delle pareti e la ripresa della tinteggiatura sulle pareti, sia in occasione dell'installazione di nuovo impianto o modifiche di quello esistente, sia per rimozione definitiva di impianto esistente e delle relative armature e le rimesse in pristino delle murature, degli intonaci e delle tinteggiature nei modi idonei a cancellare ogni traccia dell'impianto soppresso, nonché gli eventuali spostamenti della pubblicità stessa, sono a esclusivo carico del soggetto concessionario e/o autorizzato a cura del quale dovranno essere eseguiti.
- 2). Il soggetto autorizzato all'esposizione di materiale pubblicitario o alla collocazione degli impianti è espressamente obbligato, senza eccezioni o limiti di sorta, a manlevare e tenere indenne il Comune stesso da qualsiasi azione, pretesa, richiesta che comunque da chiunque, in qualsiasi tempo e sede, per qualsiasi causa e titolo potesse nei confronti del Comune avanzarsi in relazione, connessione, dipendenza, sia diretta che indiretta, alla concessione e all'autorizzazione a effettuare attività pubblicitaria e installare mezzi pubblicitari.
- 3). I richiedenti si intendono altresì responsabili di tutte le conseguenze di eventuali danni che potessero derivare agli impianti a seguito di rotture, guasti o mancato funzionamento delle apparecchiature relative ai pubblici servizi cittadini.
- 4). In caso di cessazione dell'attività del soggetto titolare dell'autorizzazione, e salvo richiesta di voltura da parte del nuovo utente nei casi ammissibili, l'impianto pubblicitario deve essere rimosso a cura e onere del soggetto cessante, ripristinando anche lo stato dei luoghi. Qualora non si provveda entro 15 giorni dalla data della cessazione, l'impianto verrà considerato abusivo e il soggetto inadempiente sarà passibile dei provvedimenti e delle sanzioni specifiche per le installazioni abusive.
- 5). Tutte le autorizzazioni di pubblicità si intendono rilasciate alla condizione che il richiedente si impegni alla manutenzione delle scritte e dei relativi impianti pubblicitari.
- 6). L'Amministrazione comunale, a suo insindacabile giudizio, ha facoltà di richiedere quei lavori di pulizia, verniciatura e sostituzione e, in genere, di manutenzione, che saranno ritenuti utili per mantenere gli impianti e la pubblicità secondo le necessità suggerite dal decoro cittadino. Particolare cura dovrà essere espletata nell'evitare ogni forma di abbandono di materiale cartaceo intorno agli impianti che sarà considerata violazione delle prescrizioni del presente regolamento, fatta salva ogni violazione perseguibile dal vigente regolamento di igiene urbana.
- 7). In caso di mancata ottemperanza alle prescrizioni di cui sopra, le relative autorizzazioni di pubblicità verranno senz'altro revocate con l'applicazione delle sanzioni pecuniarie previste per le infrazioni al presente Regolamento e senza che gli utenti abbiano diritto a compensi o a indennità di sorta.



Art. 57 – Sanzioni amministrative

- 1). Chiunque installa mezzi pubblicitari e impianti di propaganda, senza aver provveduto a chiedere e ottenere la relativa autorizzazione, ovvero non ne osserva le prescrizioni contenute, è soggetto alle sanzioni amministrative pecuniarie previste dall'art. 23, 11° comma, del Codice della Strada e successive modifiche ed integrazioni e dal D.lgs. 507/1993.
- 2). Dalle suddette violazioni, ai sensi degli articoli citati nel comma 1, consegue l'applicazione della sanzione amministrativa accessoria della rimozione dei mezzi e degli impianti di cui si tratta, a carico del proprietario o del possessore del suolo privato su cui è installato l'impianto.
- 3). In tutti i casi di installazione abusiva di cartelli o di altri mezzi pubblicitari, di decadenza dalla autorizzazione, di scadenza del termine di validità della medesima, questi devono essere perentoriamente rimossi, entro il termine fissato.
- 3bis). In caso di inottemperanza di cui al punto 3). che precede, si procederà d'ufficio con spese a carico del trasgressore o del possessore del suolo privato su cui è installato l'impianto. In tal caso ed in maniera indipendente, oltre alle spese di rimozione, al proprietario del terreno dove è stato installato l'impianto verrà comminata una sanzione pecuniaria pari alla spesa di rimozione **moltiplicata per 3 (tre)**.
- 4). Devono altresì essere rimossi tutti i mezzi pubblicitari e propagandistici aventi contenuto difforme dalle autorizzazioni rilasciate, a cura e spese del titolare dell'autorizzazione, entro il termine di 48 ore dalla notifica del verbale. In caso di inottemperanza si procederà d'ufficio, con spese a carico del trasgressore o del possessore del suolo privato su cui è installato l'impianto.
- 5). Si procederà altresì d'ufficio, con spese a carico del trasgressore o del possessore del suolo privato su cui è installato l'impianto, in tutti i casi in cui il titolare dell'autorizzazione alla collocazione di segni orizzontali reclamistici striscioni, stendardi, non provveda alla rimozione degli stessi entro il termine massimo stabilito.
- 6). Chiunque rimuova, danneggi o comunque manometta gli impianti fissi per le affissioni è sanzionato amministrativamente come previsto dal successivo comma ed è tenuto a ripristinare lo stato dei luoghi.
- 7). Salvo quanto previsto nei precedenti commi, per le violazioni alle disposizioni della presente Normativa, nonché per la mancata osservanza delle modalità e prescrizioni contenute nell'autorizzazione, è prevista sanzione amministrativa pecuniaria normativamente disciplinata.
- 8). Le violazioni riguardano:
 - a) installazione di cartelli ed altri mezzi pubblicitari senza autorizzazione;
 - b) mancata osservanza delle modalità e prescrizioni contenute nell'autorizzazione;
 - c) mancata osservanza delle modalità e prescrizioni contenute nel presente Piano.



CAPO VIII – DISPOSIZIONI TRANSITORIE E FINALI

Art. 58 – Adeguamento degli impianti esistenti

- 1). Gli impianti pubblicitari, già installati sulla base di autorizzazioni in essere alla data di entrata in vigore della presente normativa, devono essere adeguati alle sue disposizioni, a cura e spese del titolare dell'autorizzazione, entro il termine di massimo 3 (tre) anni dalla suddetta data, ovvero, entro il medesimo termine rimossi.
- 2). Qualora l'autorizzazione scada prima del termine di adeguamento sopra assegnato, il rinnovo è in ogni caso subordinato all'adeguamento dell'impianto alle nuove posizioni; tale adeguamento dovrà necessariamente intervenire entro il termine di decorrenza iniziale del rinnovo stesso.

Art. 59 – Posizionamento nuovi impianti

- 1). Nel rispetto della tipologia, quantità, distribuzione degli impianti pubblicitari risultante dal presente Piano, l'Amministrazione Comunale può concedere a soggetti privati, anche 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.
- 2). 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 spese, le modalità e i tempi di installazione, la manutenzione, le responsabilità per eventuali danni, il rinnovo o la revoca della concessione e simili.
- 3). Il presente Piano recepisce e approva gli elaborati ad esso allegati riguardanti gli elenchi di tutti gli impianti pubblicitari esistenti idonei, quelli da sostituire, quelli da eliminare e quelli in progetto.

Art. 60 – Impianti in contrasto con la nuova disciplina

- 1). Tutti gli impianti pubblicitari esistenti, muniti di regolare autorizzazione e realizzati in completa conformità alla stessa, ma che non rispondono alle disposizioni del presente Regolamento, ovvero che non sono individuabili secondo le definizioni del CAPO II, o non ammessi da altri specifici progetti dell'Amministrazione comunale, debbono essere rimossi e eventualmente ricollocati in altro ambito entro la naturale scadenza dell'autorizzazione e comunque non oltre un anno dalla data di approvazione del presente Piano; ovvero, mancando la scadenza, entro il 31/12/2021, a cura e spese del titolare dell'autorizzazione.
- 2). Gli impianti non conformi alle norme recepite dal PTC del Parco Lombardo della Valle del Ticino (zone soggette a tutela) debbono essere rimossi entro il 31/06/2021, inviando contestualmente comunicazione a tale Ente affinché provveda ad intraprendere tutti gli atti propri.
- 3). I titolari delle autorizzazioni di cui al precedente comma 1 e che intendono adeguare o ricollocare i loro impianti, dovranno, entro e non oltre 90 (novanta) giorni dall'entrata in vigore del presente Piano, indirizzare domanda atta a ottenere la nuova autorizzazione. L'Amministrazione per quanto di competenza si pronuncerà sull'istanza di adeguamento entro e non oltre 60 (sessanta) giorni dal suo ricevimento. In caso di esito negativo ovvero in caso di mancata istanza di adeguamento, l'Amministrazione indicherà all'interessato la data entro cui l'impianto dovrà essere rimosso. Tale data non potrà comunque superare il 31/12/2021.
- 4). L'eventuale estensione del perimetro di centro abitato, successivo all'approvazione o aggiornamento annuale del presente testo, non produrrà effetti sugli impianti pubblicitari di pubblicità esterna per tre



anni e fino alla naturale scadenza dell'autorizzazione per ciò che riguarda gli impianti di pubblica affissione.

Il presente articolo si applica a tutti i provvedimenti di concessione e autorizzazione per l'installazione di impianti pubblicitari su suolo pubblico e privato.

Art. 61 – Norma di rinvio

1). Per tutto quanto non espressamente contemplato dalla seguente normativa, si fa espresso rinvio al D.lgs. 30/04/1992 n. 285 (Codice della Strada), al D.P.R. 16/12/1992 n. 495 (Regolamento di Esecuzione e Attuazione), al D.lgs. 15/11/1993 n. 507 e successive modificazioni e integrazioni (Imposta sulla pubblicità e diritti sulle pubbliche affissioni), nonché alle altre norme legislative e regolamentari vigenti in materia.

Art. 62 – Norma finale

1). La presente normativa, relativamente agli impianti pubblicitari, viene ad integrare, ove compatibili, le disposizioni eventualmente già contenute in altri regolamenti comunali vigenti, ferma restando, a far data dall'entrata in vigore della stessa, l'abrogazione di ogni altra norma regolamentare comunale con il medesimo confliggente.

Art. 63 – Entrata in vigore

1. La presente normativa, dopo l'approvazione da parte degli Organi competenti, entra in vigore, ai sensi dell'art. 90 del vigente Statuto Comunale, il giorno successivo alla scadenza del previsto periodo di pubblicazione all'Albo Pretorio del Comune.