

REGOLAMENTO COMUNALE PER LA DISCIPLINA DELLA PUBBLICITA' E DELLE AFFISSIONI E PER L'APPLICAZIONE DELL'IMPOSTA SULLA PUBBLICITA' E DEL DIRITTO SULLE PUBBLICHE AFFISSIONI.

D.Lgs 15 novembre 1993, n.507

INDICE SISTEMATICO

TITOLO I

DISCIPLINA DELLA PUBBLICITA' E DELLE AFFISSIONI

CAPO I

DISPOSIZIONI GENERALI

- Art. 1 - Oggetto del regolamento
- Art. 2 - Ambito territoriale di applicazione
- Art. 3 - Gestione del servizio
- Art. 4 - Funzionario responsabile
- Art. 5 - Entrata in vigore del regolamento - disciplina transitoria

CAPO II

DISCIPLINA DELLA PUBBLICITA'

- Art. 6 - Disciplina generale
- Art. 7 - Divieti di installazione ed effettuazione di pubblicità
- Art. 8 - Condizioni e limitazioni per la pubblicità lungo le strade
- Art. 9 - Tipologia dei mezzi pubblicitari
- Art. 10 - Caratteristiche e modalità di installazione e manutenzione
- Art. 11 - Autorizzazioni
- Art. 12 - Obblighi del titolare dell'autorizzazione

CAPO III

IL PIANO GENERALE DEGLI IMPIANTI PUBBLICITARI

- Art. 13 - Criteri generali
- Art. 14 - La pubblicità esterna
- Art. 15 - Gli impianti per le pubbliche affissioni

- Comune di Chieti -

Regolamento per la disciplina della pubblicità e delle affissioni e per l'applicazione dell'imposta sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni e Piano Generale degli Impianti Pubblicitari

TITOLO II

DISCIPLINA DELL'IMPOSTA SULLA PUBBLICITA' E DIRITTO SULLE PUBBLICHE AFFSSIONI

CAPO I

DISCIPLINA GENERALE

- Art. 16 - Applicazioni dell'imposta e del diritto
- Art. 17 - Classificazione del Comune
- Art. 18 - La deliberazione delle tariffe
- Art. 19 - Categoria delle località
- Art. 20 - Gestione contabile

CAPO II

IMPOSTA SULLA PUBBLICITA' - DISCIPLINA

- Art. 21 - Presupposto dell'imposta
- Art. 22 - Soggetto passivo
- Art. 23 - Modalità di applicazione dell'imposta
- Art. 24 - Dichiarazioni di attivazioni pubblicitarie
- Art. 25 - Rettifica ed accertamento d'ufficio
- Art. 26 - Pagamento dell'imposta e del diritto

CAPO III

IMPOSTA SULLA PUBBLICITA' - TARIFFE

- Art. 27 - Tariffe
- Art. 28 - Pubblicità ordinaria
- Art. 29 - Pubblicità ordinaria con veicoli
- Art. 30 - Pubblicità con veicoli dell'impresa
- Art. 31 - Pubblicità con pannelli a luminosità o a messaggio variabile
- Art. 32 - Pubblicità con proiezioni
- Art. 33 - Pubblicità varia
- Art. 34 - Imposta sulla pubblicità - riduzioni
- Art. 35 - Imposta sulla pubblicità - esenzioni

CAPO IV
IL SERVIZIO DELLE PUBBLICHE AFFISSIONI

- Art. 36 - Finalità
- Art. 37 - Affissioni – prenotazioni – registro cronologico
- Art. 38 - Criteri e modalità per l'espletamento del servizio

CAPO V
DIRITTO SULLE PUBBLICHE AFFISSIONI – TARIFFE

- Art. 39 - Tariffe – applicazione e misura
- Art. 40 - Tariffa - Riduzioni
- Art. 41 - Diritto - esenzioni

TITOLO III

DISPOSIZIONI FINALI E TRANSITORIE

CAPO I
SANZIONI

- Art. 42 - Sanzioni tributarie
- Art. 43 - Interessi
- Art. 44 - Sanzioni amministrative

CAPO II
CONTENZIOSO

- Art. 45 - Giurisdizione tributaria
- Art. 46 - Procedimento

CAPO III
DISPOSIZIONI TRANSITORIE E FINALI

- Art. 47 - Accertamenti e rettifiche d'ufficio di cui al D.P.R. n.639/1972
- Art. 48 - Pubblicità annuale iniziata nel 1993
- Art. 49 - Entrata in vigore – effetti

TITOLO I
DISCIPLINA DELLA PUBBLICITA' E DELLE AFFISSIONI

CAPO I
DISPOSIZIONI GENERALI

Art. 1

Oggetto del regolamento

In conformità a quanto disposto dal capo I del D.Lgs. 15.11.1993 n.507 il presente regolamento disciplina:

1. l'effettuazione della pubblicità esterna e delle pubbliche affissioni nel territorio comunale,
2. le modalità di applicazione dell'imposta comunale sulla pubblicità e del diritto comunale sulle pubbliche affissioni.

Art. 2

Ambito territoriale di applicazione

Le disposizioni del presente regolamento disciplinano l'effettuazione delle forme di pubblicità di cui all'art.1 in tutto il territorio del Comune, tenuto conto di quanto stabilito:

- a. dal D.Lgs.vo 30 Aprile 1992 n.285 art.23 comma 6,
- b. dal D.Lgs.vo 10 Settembre 1993 n.360,
- c. dal D.P.R. 19 Aprile 1994 n.575,
- d. dal D.Lgs.vo 4 Giugno 1997 n.143,
- e. dalla Legge 19 Ottobre 1998 n.366,
- f. dal D.M. 22 Dicembre 1998 e successive modificazioni
- g. dal *Regolamento di Esecuzione e di Attuazione del Nuovo Codice della Strada* (D.P.R. 16 Dicembre 1992 n.495 e successive modifiche) ed alle loro seguenti variazioni e/o modificazioni,
- h. dalle Norme Nazionali, Regionali e Comunali in materia di tutela e salvaguardia del patrimonio artistico ed ambientale e specificatamente:
 - D.Lgs.vo n.42/2004,
 - P.R.G. vigente,
 - L.R. n.18/83,
 - L.R. n.70/95.

Art. 3

Gestione del servizio

1. La scelta della forma per la gestione del servizio è di competenza del Consiglio Comunale che, quando lo ritenga più conveniente sotto il profilo economico e funzionale, può affidare il servizio ad azienda speciale comunale o consortile di cui agli artt. 23 e 25 della legge 8 giugno, 1990, n.142 ovvero in concessione a soggetti terzi nell'albo previsto dall'art. 32 del D.Lgs. 15 novembre 1993, n.507.
2. La gestione del servizio, qualunque sia la forma prescelta, è esercitata in conformità a quanto stabilito dal presente regolamento e dalle disposizioni del D.Lgs. 15 novembre 1993, n.507.

Art. 4

Funzionario responsabile

1. Il Sindaco nomina un funzionario Comunale responsabile della gestione diretta del servizio, al quale sono attribuiti le funzioni ed i poteri per l'esercizio di ogni attività organizzativa e gestionale dell'imposta sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni. Il predetto funzionario sottoscrive anche le richieste agli avvisi, i provvedimenti relativi e dispone i rimborsi.
2. Il funzionario è individuato nell'ambito del settore dei servizi tributari del Comune, su proposta del responsabile del settore.
3. Il Comune provvede a comunicare al Ministero delle Finanze – Direzione Centrale per la Fiscalità Locale – entro sessanta giorni dal provvedimento di nomina o sostituzione, il nominativo del funzionario responsabile.
4. Nel caso di gestione in concessione, le attribuzioni di cui al comma 1 spettano al concessionario.

Art. 5

Entrata in vigore del regolamento – disciplina transitoria

1. In conformità a quanto stabilito dal quarto comma dell'art. 3 del D.Lgs. 15 novembre 1993, n.507, il presente regolamento entra in vigore, dopo la sua approvazione e l'esecutività, a norma di legge, della relativa deliberazione, a partire dal 01 Gennaio 2013.
2. Fino all'entrata in vigore del presente regolamento si osservano le disposizioni stabilite:
 - dal D.Lgs. 15 novembre 1993, n.507,
 - dalle altre norme di legge e regolamenti tuttora vigenti che disciplinano l'effettuazione della pubblicità esterna e che non risultano in contrasto con quelle sopra richiamate.

CAPO II
DISCIPLINA DELLA PUBBLICITA'

Art. 6

Disciplina generale

1. Nell'installazione degli impianti e degli altri mezzi pubblicitari e nell'effettuazione delle altre forme di pubblicità e propaganda devono essere osservate le norme stabilite dalle leggi, dal presente regolamento e dalle prescrizioni previste nelle autorizzazioni concesse dalle autorità competenti.
2. In conformità a quanto dispone la legge 18 marzo 1959, n.132, è riservato allo Stato il diritto di esercitare la pubblicità sui beni demaniali e patrimoniali affidati alle ferrovie dello Stato, anche quando la pubblicità stessa sia visibile o percepibile da aree e strade comunali, provinciali o statali, nonché sui veicoli di proprietà privata circolanti sulle linee ferroviarie.
3. Gli impianti ed i mezzi pubblicitari non autorizzati preventivamente od installati violando le disposizioni di cui al primo comma devono essere rimossi in conformità a quanto previsto dall'art.42.
4. Le altre forme pubblicitarie non autorizzate preventivamente od effettuate in violazione delle norme di cui al primo comma devono cessare immediatamente dopo la diffida, verbale o scritta, degli agenti comunali.
5. Per le violazioni suddette si applicano le sanzioni previste dall'Art.24 del D.Lgs. n.507/1993, indicate nell'art.42 del presente regolamento, a seconda della loro natura.

Art. 7

Divieti di installazione ed effettuazione di pubblicità

1. Nell'ambito ed in prossimità dei luoghi sottoposti a vincoli di tutela di bellezze naturali, paesaggistiche ed ambientali non può essere autorizzato il collocamento di cartelli ed altri mezzi pubblicitari se non con il previo consenso secondo il D.Lgs.vo n.42/2004.
2. E' vietato collocare cartelli ed altri mezzi di pubblicità sugli edifici e nei luoghi di interesse storico ed artistico, su statue, monumenti, fontane monumentali, mura e porte della città, e sugli altri beni di cui all'art.1, 2 e 3 della legge 1 giugno 1939, n.1089, sul muro di cinta e nella zona di rispetto dei cimiteri, sugli edifici adibiti a sede di ospedali e chiese, e nelle loro immediate adiacenze. Sugli edifici suddetti e sugli spazi adiacenti, può essere autorizzata l'apposizione di targhe ed altri mezzi di indicazione, di materiale e stile compatibile con le caratteristiche architettoniche degli stessi e dell'ambiente nel quale sono inseriti.
3. Nelle località di cui al primo comma e sul percorso d'immediato accesso agli edifici di cui al secondo comma può essere autorizzata, con idonee modalità d'inserimento ambientale

l'installazione, dei segnali di localizzazione, turistici e d'informazione di cui agli art.131,134,135 e 136 del regolamento emanato con il D.P.R. 16 dicembre 1992, 495.

4. Lungo le strade, in vista di esse e sui veicoli si applicano i divieti previsti dall'art.23 del codice della strada emanato con il D.Lgs. 30 aprile 1992, n.285, modificato dall'art.13 del D.Lgs. 10 settembre 1993, n.360, secondo le norme di attuazione stabilite dal paragrafo 3, capo I, titolo II, del regolamento emanato con il D.Lgs. 16 dicembre 1992, n.495.
5. All'interno del centro storico del capoluogo e delle frazioni che hanno particolare pregio non è autorizzata l'installazione di insegne, cartelli ed altri mezzi pubblicitari che, su parere della Commissione edilizia comunale, risultino in contrasto con i valori ambientali e tradizionali che caratterizzano le zone predette e gli edifici nelle stesse compresi. Per l'applicazione della presente norma si fa riferimento alla delimitazione del centro storico previsto dal piano regolatore generale.
6. Nelle adiacenze degli edifici di interesse storico ed artistico, adibiti ad attività culturali, delle sedi di uffici pubblici, ospedali, case di cura e di riposo, scuole, chiese e cimiteri, è vietata ogni forma di pubblicità fonica.
7. Alle violazioni del presente articolo si applicano, a carico dei soggetti responsabili, i provvedimenti e le sanzioni di cui ai commi 3, 4 e 5 del precedente art.6.

Art. 8

Condizioni e limitazioni per la pubblicità lungo le strade

1. L'installazione dei mezzi pubblicitari consentita lungo le strade od in vista di esse fuori dei centri abitati dall'art.23 del D.Lgs. 30 aprile 1992, n.285, modificato dall'art.13 del D.Lgs. 10 settembre 1993, n.360 è soggetta alle condizioni, limitazioni e prescrizioni previste da detta norma e dalle modalità di attuazione della stessa stabilite dal par.3, capo I, titolo II del regolamento emanato con il D.P.R. 16 settembre 1992, n.495.
2. Le dimensioni dei cartelli e delle insegne non deve essere superiore a mq.18,00 e quanto altro viene meglio descritto nel Piano Generale degli Impianti Pubblicitari.
3. Le caratteristiche tecniche dei mezzi pubblicitari luminosi devono esser conformi a quelle stabilite dall'art.50 del D.P.R. 16 dicembre 1992, n.495.

Art. 9

Tipologia dei mezzi pubblicitari

1. Le tipologie pubblicitarie oggetto del presente regolamento sono classificate, secondo il D.Lgs. 15 novembre 1993, n.507, in:
 - a. Pubblicità ordinaria;
 - b. Pubblicità effettuata con veicoli;
 - c. Pubblicità effettuata con pannelli luminosi e proiezioni;
 - d. Pubblicità varia.

2. La pubblicità ordinaria è effettuata mediante insegne, cartelli, locandine, targhe, standardi, affissioni e con qualsiasi altro mezzo non previsto dai successivi commi, compreso il tipo a illuminazione od a luminosità non variabile.

Per le definizioni relative alle insegne, cartelli, locandine, standardi ed altri mezzi pubblicitari (esclusi gli striscioni) si fa riferimento ai commi 1, 3, 5, 6, 7 e 8 dell'art.47 del regolamento emanato con D.P.R. 16 dicembre 1992, n.495 e a quanto descritto nel Piano Generale degli Impianti Pubblicitari.

3. La pubblicità effettuata con i veicoli è distinta come appresso:

- a. pubblicità visiva effettuata per conto proprio od altrui all'interno ed all'esterno di veicoli in genere, di vetture autofilotranviarie, battelli, barche e simili, di uso pubblico o privato, di seguito definita "pubblicità ordinaria con veicoli";
- b. pubblicità effettuata per conto proprio su veicoli di proprietà dell'impresa o adibiti ai trasporti per uso conto, compresi i veicoli circolanti con rimorchio, di seguito definita "pubblicità con veicoli dell'impresa".

Per l'effettuazione di pubblicità con veicoli si osservano le disposizioni di cui agli art.57 e 59 del regolamento emanato con D.P.R. 16 dicembre 1992, n.495.

4. La pubblicità con pannelli a messaggio variabile o a luminosità o intermittente è effettuata con insegne, pannelli od altre analoghe strutture caratterizzate da diodi luminosi, lampadine e simili, programmato in modo da garantire la variabilità del messaggio o dalla sua visione in forma intermittente, lampeggiante o con luminosità variabile.

La pubblicità predetta può essere effettuata per conto altrui o per conto proprio dell'impresa, con la differenziazione tariffaria stabilita nel titolo II.

5. La "pubblicità con proiezioni", e realizzata in luoghi aperti al pubblico attraverso diapositive, proiezioni luminose e cinematografiche effettuate su schermi o pareti riflettenti.

6. La pubblicità varia comprende:

- a. la pubblicità effettuata con striscioni, festoni di bandierine od altri mezzi simili, che attraversano strade o piazze di seguito definita "pubblicità con striscioni";
- b. la pubblicità effettuata sul territorio del Comune da aeromobili mediante scritte, striscioni, disegni fumogeni, lancio oggetti o manifestini, compresa quella eseguita su specchi d'acqua o fasce marittime limitrofi al territorio comunale, di seguito definita "pubblicità da aeromobili";
- c. la pubblicità eseguita palloni frenati o simili, definita "pubblicità con palloni frenati";
- d. la pubblicità effettuata mediante distribuzione, anche con veicoli, di manifestini o di altro materiale pubblicitario, oppure mediante persone circolanti con cartelli od altri mezzi pubblicitari, definita di seguito "pubblicità in forma ambulante";
- e. la pubblicità effettuata a mezzo di apparecchi amplificatori e simili, definita "pubblicità fonica".

Art.10

Caratteristiche e modalità di installazione e manutenzione

1. I cartelli e gli altri mezzi pubblicitari non luminosi devono avere le caratteristiche ed essere installati con le modalità e cautele prescritte dall'art.49 del D.P.R. 16 dicembre 1992, n.495 e con l'osservanza di quanto stabilito dall'art.8 del presente regolamento.
2. Le sorgenti luminose, i cartelli e gli altri mezzi pubblicitari posti fuori dai centri abitati, lungo o in prossimità delle strade dove è consentita l'installazione, devono essere conformi a quanto prescrive l'art.50 del D.P.R. 16 dicembre 1992, n.495.
3. La installazione di pannelli e di altri mezzi pubblicitari luminosi aventi le caratteristiche di cui al quarto comma del precedente art.9 all'interno dei centri abitati è soggetta a autorizzazione del Comune che viene concessa tenuto conto dei divieti, limitazioni e cautele stabilite dal presente regolamento e dal Piano Generale degli Impianti Pubblicitari. Per la installazione di mezzi pubblicitari luminosi nei centri storici si osserva la procedura prevista dal quinto comma dell'art.7 e a quanto precisato nel Piano Generale degli Impianti Pubblicitari.
4. I mezzi pubblicitari installati nei centri abitati, sugli edifici, in corrispondenza degli accessi pubblici e privati ed ai margini laterali delle strade e dei marciapiedi, sono collocati ad altezza tale che il bordo inferiore deve essere, in ogni suo punto, ad una quota non minore di m.2.20 dal piano di calpestio.
5. Quanto descritto sopra è meglio precisato nel Piano Generale degli Impianti Pubblicitari.

Art.11

Autorizzazioni

1. Il rilascio delle autorizzazioni al posizionamento ed alla installazione di cartelli ed altri mezzi pubblicitari fuori dai centri abitati, sulle strade ed aree pubbliche comunali ed assimilate o da esse visibili è soggetto alle disposizioni stabilite dall'art.53 del D.P.R. 16 dicembre 1992, n.495 ed è effettuato dal Comune al quale deve essere presentata la domanda con la documentazione prevista dal successivo terzo comma.
2. Il rilascio delle autorizzazioni al posizionamento ed alla installazione di insegne, targhe, cartelli ed altri mezzi pubblicitari nei centri abitati è di competenza del Comune, salvo l'acquisizione del preventivo nulla osta tecnico dell'ente proprietario se la strada è statale, regionale o provinciale, in conformità al quarto comma dell'art.5 del D.Lgs. 30 aprile 1992, n.285.
3. Il soggetto interessato al rilascio dell'autorizzazione presenta la domanda presso l'Ufficio comunale, in originale e copia allegando:
 - a. una auto-attestazione, redatta ai sensi della legge 4 gennaio 1968, n.15, con la quale si dichiara che il mezzo pubblicitario che intende collocare ed i suoi sostegni sono collocati, realizzati e posti in opera in modo da garantire sia la stabilità sia la

- conformità alle nuove norme previste a tutela della circolazione di veicoli e persone, con assunzione di ogni conseguente responsabilità;
- b. un bozzetto od una fotografia del mezzo pubblicitario con l'indicazione delle dimensioni, del materiale con il quale viene realizzato ed installato;
 - c. una planimetria con indicata la posizione nella quale s'intende collocare il mezzo;
 - d. il nulla osta tecnico dell'ente proprietario della strada, se la stessa non è comunale.
4. Il responsabile del procedimento istituisce la richiesta, acquisendo direttamente i pareri tecnici delle unità organizzative interne ed entro 30 giorni dalla presentazione concede o nega l'autorizzazione. Il diniego deve essere motivato.
 5. E' sempre necessario il formale provvedimento di autorizzazione del Comune per i mezzi pubblicitari da installare nell'ambito delle zone soggette alla disciplina di cui all'art.7. Per il rilascio dell'autorizzazione è il termine stabilito in sessanta giorni.
 6. Il Comune provvede agli adempimenti prescritti dall'art.53, commi 9 e 10, del D.P.R. 16 dicembre 1992, n.495.
 7. Ulteriori precisazioni sono contenute nel Piano Generale degli Impianti Pubblicitari.

Art.12

Obblighi del titolare dell'autorizzazione

1. Il titolare dell'autorizzazione ha l'obbligo di:
 - a. verificare periodicamente il buono stato di conservazione dei cartelli e degli altri mezzi pubblicitari e delle loro strutture di sostegno;
 - b. effettuare tutti gli interventi necessari al mantenimento delle condizioni di sicurezza;
 - c. adempiere nei tempi prescritti a tutte le disposizioni impartite dal Comune, sia al momento del rilascio dell'autorizzazione, sia successivamente per intervenute e motivate esigenze;
 - d. provvedere alla rimozione in caso di scadenze, decadenza o revoca dell'autorizzazione o per il venir meno delle condizioni di sicurezza previste all'atto dell'installazione nonché a seguito di motivata richiesta del Comune.
2. In ogni cartello o mezzo pubblicitario autorizzato deve essere applicata la targhetta prescritta dall'art.55 del D.P.R. n.495/1992.
3. Il titolare dell'autorizzazione per la posa dei segni orizzontali reclamistici sui piani stradali nonché di striscioni e stendardi, ha l'obbligo di provvedere alla rimozione degli stessi entro il giorno successivo alla conclusione della manifestazione o spettacolo per il cui svolgimento sono stati autorizzati, ripristinando il preesistente stato dei luoghi e delle superfici stradali.

CAPO III
IL PIANO GENERALE DEGLI IMPIANTI PUBBLICITARI

Art.13

Criteri generali

1. La pubblicità esterna e le pubbliche affissioni sono effettuate nel territorio di questo Comune in conformità al Piano Generale degli Impianti Pubblicitari da realizzarsi in attuazione delle modalità e dei criteri stabiliti dal D.Lgs 15 novembre 1993, n.507 e dal presente regolamento.
2. Il Piano degli Impianti Pubblicitari disciplina in particolare:
 - a. le modalità di installazione dei mezzi pubblicitari, con le relative condizioni,
 - b. la zonizzazione del territorio comunale in base alle valenze storico-ambientali, urbanistiche e architettoniche, commerciali ed industriali,
 - c. la classificazione dei mezzi pubblicitari,
 - d. l'individuazione delle tipologie e dei limiti di installazione,
 - e. la procedura amministrativa per l'ottenimento dell'autorizzazione comunale.
3. Il Piano Generale degli Impianti Pubblicitari è approvato con apposita deliberazione da adottarsi dalla Consiglio Comunale.
4. Dall'entrata in vigore del presente regolamento e del piano generale degli impianti viene dato corso a tutte le istanze per l'installazione di impianti pubblicitari in conformità al presente regolamento ed al citato Piano Generale.
5. Il Piano Generale degli Impianti può essere adeguato o modificato entro il 31 ottobre di ogni anno, con decorrenza dall'anno successivo, per effetto delle variazioni intervenute nella consistenza demografica del Comune, dell'espansione dei centri abitati, dello sviluppo della viabilità e di ogni altra causa rilevante che viene illustrata nella motivazione del provvedimento di modifica.

Art.14

La pubblicità esterna

1. Il piano comprende i mezzi destinati alla pubblicità esterna ed indica le posizioni nelle quali è consentita la loro installazione nel territorio comunale.
2. Sono pertanto escluse dal piano le localizzazioni vietate dall'art.7 del presente regolamento, salvo quanto previsto dal quinto comma dello stesso per l'installazione di mezzi pubblicitari all'interno dei centri storici. Per tali mezzi il piano definisce, in linea generale, le caratteristiche delle zone e degli edifici in cui l'installazione può essere consentita, con l'espletamento della procedura stabilita dalla norma suddetta.
3. Per l'installazione dei mezzi pubblicitari fuori dai centri abitati, lungo le strade comunali ed in vista di esse il piano, osservato quanto stabilito dal primo comma dell'art.8, individua le

località e le posizioni nelle quali, per motivate esigenze di pubblico interesse, determinate dalla natura e dalla situazione dei luoghi, il collocamento è soggetto a particolari condizioni od a limitazioni delle dimensioni dei mezzi.

4. Nell'interno dei centri abitati il piano prevede, per l'installazione dei mezzi pubblicitari lungo le strade comunali, provinciali, regionali, statali od in vista di esse, autorizzata dal Comune previo nullaosta tecnico dell'ente proprietario:
 - a. le caratteristiche delle zone nelle quali, su aree pubbliche o private, concesse dal soggetto proprietario, può essere autorizzata l'installazione di mezzi pubblicitari e le dimensioni per gli stessi consentite nell'ambito di quelle massime stabilite dall'art.8. Per quanto possibile, individua le zone utilizzabili per le predette installazioni pubblicitarie;
 - b. le caratteristiche degli edifici sui quali può essere autorizzata l'installazione di cartelli ed altri mezzi pubblicitari e le dimensioni per gli stessi consentite;
 - c. le tipologie generali e le dimensioni massime delle insegne, targhe ed altri mezzi pubblicitari, compresi quelli luminosi, illuminati o costituiti da pannelli luminosi, tenendo conto sia degli edifici sui quali devono essere installati, sia delle caratteristiche delle zone ove questi sono situati.
5. Il piano comprende:
 - a. la definizione degli edifici, impianti, opere pubbliche, strutture ed aree attrezzate ed altri luoghi di proprietà o in disponibilità del Comune, pubblici od aperti al pubblico, nei quali può essere autorizzata l'installazione di mezzi per la diffusione di messaggi pubblicitari effettuata attraverso forme di comunicazione visiva od acustica percepibili nell'interno e dall'esterno;
 - b. la definizione dei luoghi pubblici od aperti al pubblico, di proprietà o gestione privata, nei quali si effettuano le attività pubblicitarie di cui alla presente lettera a.;
 - c. i criteri per la localizzazione e le modalità tecniche per la collocazione, in condizioni di sicurezza per i terzi, di striscioni, locandine, stendardi, festoni di bandierine e simili.
6. Per la pubblicità esterna effettuata mediante installazione di impianti e mezzi pubblicitari di qualsiasi natura e dei relativi sostegni su pertinenze stradali, aree, edifici, impianti, opere pubbliche ed altri beni demaniali e patrimoniali comunali o in uso a qualsiasi titolo al Comune, l'applicazione dell'imposta sulla pubblicità non esclude quella tassa per l'occupazione di spazi ed aree pubbliche nonché il pagamento al Comune stesso di canoni di concessione o locazione, nella misura da stabilirsi dalla Giunta Comunale, secondo quanto previsto dal settimo comma dell'art. 9 del D.Lgs 15 novembre 1993, n.507.

Art.15

Gli impianti per le pubbliche affissioni

1. La seconda parte del piano degli impianti pubblicitari è costituita dagli impianti da adibire alle pubbliche affissioni.
2. In conformità a quanto dispone il terzo comma dell'art. 18 del D.Lgs 15 novembre 1993, n.507, tenuto conto che la popolazione del Comune è costituita da 53.937 abitanti, la superficie degli impianti da adibire alle pubbliche affissioni è stabilita in complessivi mq.2.696,86, proporzionata al predetto numero di abitanti e comunque, non inferiore a mq.50,00 per ogni mille abitanti.
3. La superficie complessiva degli impianti per le pubbliche affissioni, sopra determinata, è ripartita come appresso:
 - a. mq.269,69, pari al 10%, è destinata alle affissioni di natura istituzionale, sociale o comunque priva di rilevanza economica, effettuate dal servizio comunale;
 - b. mq.1.618,11, pari al 60%, è destinata alle affissioni di natura commerciale, effettuate dal Comune o dal Concessionario del servizio;
 - c. mq.809,06, pari al 30%, è destinata alle affissioni di natura commerciale, effettuata direttamente da soggetti privati, comunque diversi dal concessionario del servizio.
4. Gli impianti per le pubbliche affissioni possono essere costituiti da:
 - a. vetrine per l'esposizione di manifesti;
 - b. tabelloni ed altre strutture mono, bifacciali o plurifacciali, realizzate in materiali idonei per l'affissione di manifesti;
 - c. superfici adeguatamente predisposte e delimitate, ricavate da muri di recinzione, di sostegno, da strutture appositamente predisposte per questo servizio;
 - d. da altri spazi ritenuti idonei dal Responsabile del servizio, tenuto conto dei divieti e limitazioni stabilite dal presente regolamento.
5. Tutti gli impianti hanno, di regola, dimensioni pari o multiple di cm.70x100 e sono collocati in posizioni che consentono la libera e totale visione e percezione del messaggio pubblicitario da spazi pubblici. Ciascun impianto reca, in alto o sul lato destro, una targhetta con l'indicazione "Comune di Chieti – Servizio Pubbliche Affissioni" ed il numero di individuazione dell'impianto.
6. Gli impianti non possono essere collocati nei luoghi nei quali è vietata l'installazione di mezzi pubblicitari dall'art.7 del presente regolamento.
7. L'installazione di impianti per le affissioni lungo le strade è soggetta alle disposizioni di cui all'art.8 del presente regolamento e, in generale, alle disposizioni del DLgs. 30 aprile 1992, n.285 e del D.P.R. 16 dicembre 1992, n.495.
8. Il piano Generale degli Impianti Pubblicitari per le pubbliche affissioni indica, per ciascuno di essi:
 - a. la destinazione dell'impianto secondo quanto previsto dal comma 3;

- b. l'ubicazione;
 - c. la tipologia secondo quanto previsto dal comma 4;
 - d. la dimensione ed il numero di fogli cm.70x100 che l'impianto contiene;
 - e. la numerazione dell'impianto ai fini della sua individuazione.
9. Il piano per gli impianti per le pubbliche affissioni è corredato da un quadro di riepilogo comprendente l'elenco degli impianti con il numero distintivo, l'ubicazione, la destinazione e la superficie.
10. La ripartizione degli spazi di cui al terzo comma può essere rideterminata ogni due anni, con deliberazione da adottarsi entro il 31 ottobre e che entra in vigore dal 1° gennaio dell'anno successivo, qualora nel periodo trascorso si siano verificate ricorrenti eccedenze od insufficienze di spazi in una o più categorie, rendendo necessario il riequilibrio delle superfici alle stesse assegnate in relazione alle effettive necessità accertate.
11. Il Comune ha facoltà di provvedere allo spostamento dell'ubicazione di impianti per le pubbliche affissioni in qualsiasi momento risulti necessario per esigenze di servizio, circolazione stradale, realizzazione di opere od altri motivi. Nel caso che lo spostamento riguardi impianti attribuiti a soggetti che effettuano affissioni dirette, convenzionate con il Comune per utilizzazioni ancora in corso al momento dello spostamento, gli stessi possono accettare di continuare l'utilizzazione dell'impianto della nuova sede oppure rinunciare alla stessa, ottenendo dal Comune il rimborso del diritto già corrisposto per il periodo per il quale l'impianto non viene usufruito.

TITOLO II

DISCIPLINA DELL'IMPOSTA SULLA PUBBLICITÀ E DIRITTO SULLE PUBBLICHE AFFISSIONI

CAPO I

DISCIPLINA GENERALE

Art.16

Applicazione dell'imposta e del diritto

1. In conformità alle disposizioni del Capo I del D.Lgs. 15.11.1993, n.507 e del presente regolamento, la pubblicità esterna è soggetta ad un'imposta e le pubbliche affissioni ad un diritto, dovuti al Comune nel cui territorio sono effettuate.

Art.17

Classificazione del Comune

1. In base alla popolazione residente che è pari 53.937 abitanti, il Comune è classificato, in conformità all'art.2 del D.Lgs. 15 novembre 1993, n.507, nella classe III.

Art.18

La deliberazione delle tariffe

1. Le tariffe dell'imposta sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni sono deliberate dalla Giunta Comunale entro il 31 ottobre di ogni anno ed entrano in vigore il 1° gennaio dell'anno successivo; qualora non vengano modificate entro il termine predetto, si intendono prorogate di anno in anno.
2. Nel caso di mancata adozione delle deliberazioni di cui ai precedenti commi nei termini dagli stessi stabiliti, si applicano le tariffe di cui al Capo I del D.Lgs. 15.11.1993.
3. Copia autentica della deliberazione di approvazione delle tariffe deve essere trasmessa dal Funzionario responsabile del servizio al Ministero delle Finanze – Direzione centrale per la fiscalità locale, entro trenta giorni dall'adozione.

Art.19

Categoria delle località

1. Le località del territorio del comune, che è classificato nella classe III, sono suddivise in due categorie, speciale ed ordinaria, in relazione alla loro importanza, agli effetti dell'applicazione:
 - dell'imposta sulla pubblicità,
 - del diritto sulle pubbliche affissioni, limitatamente alle affissioni commerciali.
2. Nella categoria speciale è applicata una maggiorazione della tariffa normale dell'imposta e del diritto del 150%.

3. La Giunta comunale, entro il 31 Ottobre di ogni anno, può deliberare la nuova misura della maggiorazione da applicare alle tariffe della categoria speciale per l'anno successivo, entro il limite massimo del 150% della tariffa normale stabilito dalla legge. Quando non sono approvate modifiche, continua ad applicarsi la maggioranza già in vigore.
4. Le località del territorio comunale comprese nella categoria speciale sono specificate nell'elenco allegato al presente regolamento, per costituirne parte integrante, sotto la lettera A. La loro superficie complessiva non supera il 35% di quella del "centro abitato" delimitato, ai sensi dell'art.4 del decreto Legislativo 30 Aprile 1992, n.285, con deliberazione 30 Giugno 1993, n.4900/CP, modificata con deliberazione 2 Dicembre 1993, n.5938/CS.
5. La superficie degli impianti per le pubbliche affissioni installati nella categoria speciale non è superiore alla metà di quella complessiva stabilita dall'art.15 del presente regolamento e verrà mantenuta entro tale limite nel caso di future modifiche del piano degli impianti stessi.

Art.20

Gestione contabile

Nella gestione contabile del servizio della pubblicità e delle pubbliche affissioni, dovrà essere rispettata la normativa vigente relativa alle disposizioni per la tenuta dei registri, dei bollettari, delle dichiarazioni e rendiconti, ecc.

CAPO II

IMPOSTA SULLA PUBBLICITA' – DISCIPLINA

Art.21

Presupposto dell'imposta

1. E' soggetta all'imposta comunale sulla pubblicità è soggetta la diffusione di ogni messaggio pubblicitario, effettuata con qualsiasi forma di comunicazione visiva o acustica – diversa da quelle assoggettate al diritto sulle pubbliche affissioni – in luoghi pubblici o aperti al pubblico o comunque percepibile da tali luoghi.
2. Si considerano luoghi aperti al pubblico quelli a cui si può accedere senza necessità di particolari autorizzazioni.
3. Si considerano rilevanti ai fini dell'imposizione:
 - a. i messaggi diffusi nell'esercizio di un'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 ad indicare il luogo nel quale viene esercitata un'attività.

Art.22

Soggetto passivo

1. Il soggetto passivo tenuto al pagamento dell'imposta comunale sulla pubblicità, in via principale, è colui che dispone, a qualsiasi titolo, del mezzo attraverso il quale il messaggio pubblicitario è diffuso.
2. E' obbligato solidalmente al pagamento dell'imposta colui che produce o vende i beni o fornisce i servizi oggetto della pubblicità.
3. Il titolare del mezzo pubblicitario di cui al precedente primo comma è pertanto tenuto all'obbligo della dichiarazione iniziale della pubblicità, delle variazioni della stessa ed al connesso pagamento dell'imposta. Allo stesso è notificato l'eventuale avviso di accertamento e di rettifica e nei suoi confronti sono effettuate le azioni per la riscossione coattiva dell'imposta, accessori e spese.
4. Nel caso in cui non sia possibile individuare il titolare del mezzo pubblicitario, installato senza autorizzazione, ovvero il procedimento di riscossione nei suoi confronti abbia esito negativo, l'ufficio comunale notifica avviso di accertamento, di rettifica od invito al pagamento al soggetto indicato al secondo comma del presente articolo, sperando nei suoi confronti le azioni per il recupero del credito d'imposta, accessori e spese.

Art.23

Modalità di applicazione dell'imposta

1. L'imposta sulla pubblicità è determinata in base alla superficie della figura piana geometrica nella quale è circoscritto il mezzo pubblicitario, indipendentemente dal numero di messaggi nello stesso contenuti.
2. L'imposta per i mezzi polifacciali è calcolata in base alla superficie complessiva adibita alla pubblicità.
3. Le iscrizioni pubblicitarie, espresse anche con simboli, non collocate su struttura propria, sono assoggettate all'imposta per la superficie corrispondente alla figura piana in cui sono comprese.
4. L'imposta per i mezzi pubblicitari aventi dimensioni volumetriche è calcolata in base alla superficie complessiva determinata in base allo sviluppo del minimo solido geometrico nel quale è ricompreso il mezzo.
5. Le superfici inferiori ad un metro quadrato sono arrotondate per eccesso al metro quadrato e le frazioni oltre il primo sono arrotondate al mezzo metro quadrato.
6. L'imposta non si applica per superfici inferiori a trecento centimetri quadrati.
7. Agli effetti del calcolo della superficie imponibile i festoni di bandierine, i mezzi di identico contenuto pubblicitario e quelli riferibili al medesimo soggetto passivo, purché collocati in connessione fra loro, senza soluzione di continuità e funzionalmente finalizzati a diffondere

nel loro insieme lo stesso messaggio o ad accrescerne l'efficacia, sono considerati come unico mezzo pubblicitario.

8. La pubblicità ordinaria effettuata mediante locandine da collocare a cura dell'utenza all'esterno od all'interno di locali pubblici od aperti al pubblico o comunque visibili da luoghi aperti al pubblico, è autorizzata dall'ufficio comunale, previo pagamento dell'imposta sulla pubblicità, mediante apposizione del timbro con la data di scadenza dell'esposizione. Quando il collocamento diretto di locandine ha carattere ricorrente il committente deve presentare, con la prescritta dichiarazione, l'elenco completo dei locali nei quali detti mezzi pubblicitari vengono collocati. Quando tale esposizione ha carattere occasionale si prescinde dall'obbligo di presentare l'elenco dei locali. In tale caso l'utente è tenuto a pagare forfettariamente l'imposta nella misura prevista per la categoria speciale per il 35% del totale della locandine.
9. L'imposta sulla pubblicità relativa alle affissioni dirette sugli impianti alle stesse destinati, è commisurata alla superficie complessiva di ciascun impianto, calcolata con l'arrotondamento di cui al comma 5, applicato per ogni impianto.
10. Le maggiorazioni d'imposta a qualunque titolo sono sempre applicate alla tariffa base e sono cumulabili. Le riduzioni d'imposta non sono cumulabili.
11. L'imposta per le fattispecie pubblicitarie previste dagli artt. 12, commi 1 e 3, 14 commi 1 e 3, del D.Lgs 15 novembre 1993, n.507 è dovuta per anno solare di riferimento a cui corrisponde un'autonoma obbligazione tributaria; per le altre fattispecie il periodo d'imposta è quello specificato nelle disposizioni alle stesse relative.

Art.24

Dichiarazione di attivazioni pubblicitarie

1. Ottenuta l'autorizzazione prevista dall'art.11, il soggetto passivo dell'imposta, prima di iniziare la pubblicità, è tenuto a presentare all'ufficio tributi del Comune su apposito modulo presso lo stesso disponibile, la dichiarazione, anche cumulativa, delle caratteristiche, quantità ed ubicazione dei mezzi pubblicitari. La dichiarazione è esente da bollo (tabella B, art. 5 D.P.R. 26.10.1972, n.642, modificato dal D.P.R. 30.12.1982, n.955).
2. La dichiarazione deve essere presentata anche nel caso di variazione della pubblicità che comporti modifica dell'imposizione. Quando dalla stessa risulti dovuta l'integrazione dell'imposta pagata per lo stesso periodo, è allegata l'attestazione del pagamento eseguito. Nel caso che sia dovuto un rimborso da parte del Comune questo provvede, dopo le necessarie verifiche, entro 90 giorni, a mezzo assegno di c/c postale, senza spese per l'utente.
3. La dichiarazione della pubblicità annuale ha effetto anche per gli anni successivi, purché non si verificano modificazioni degli elementi dichiarati cui consegua un diverso

ammontare dell'imposta dovuta: tale pubblicità si intende prorogata con il pagamento della relativa imposta effettuato entro il 31 gennaio dell'anno di riferimento, sempre che non venga presentata denuncia di cessazione entro il medesimo termine.

4. Nei casi in cui sia omessa la presentazione della dichiarazione, la pubblicità ordinaria, di cui all'art.9, commi 2, 3 e 4 del presente regolamento (artt. 12, 13 e 14 commi 1 e 3 D.Lgs. n.507/93), si presume effettuata, in ogni caso, con decorrenza dal 1° gennaio dell'anno in cui è stata accertata. Le altre forme di pubblicità di cui al predetto art.9, commi 5 e 6 (art. 14 comma 3 e art. 15 D.Lgs. n.507/93), si presumono effettuate dal primo giorno del mese in cui è stato effettuato l'accertamento.

Art.25

Rettifica ed accertamento d'ufficio

1. Entro due anni dalla data in cui è stata o avrebbe dovuto essere stata presentata la dichiarazione, il Comune procede a rettifica o ad accertamento d'ufficio mediante apposito avviso motivato, notificato al contribuente anche a mezzo raccomandata postale con A. R..
2. Nell'avviso devono essere indicati il soggetto passivo, le caratteristiche e l'ubicazione del mezzo, l'ammontare dell'imposta o della maggiore imposta accertata, delle sopratasse dovute e dei relativi interessi ed il termine di sessanta giorni per il pagamento.
3. Nell'avviso devono essere inoltre precisate:
 - a. l'ufficio comunale emittente, il suo indirizzo ed orario di servizio;
 - b. il responsabile del procedimento se diverso dal funzionario di cui al comma 4;
 - c. il termine entro il quale può essere proposto ricorso, la commissione tributaria competente e la forma da osservare, in conformità agli artt.18, 19, 20, e 21 del D.Lgs. 31 dicembre 1992, n.546;
 - d. Gli avvisi di accertamento e rettifica sono sottoscritti dal funzionario comunale responsabile della gestione dell'imposta, con firma apposta sotto tale qualifica e l'indicazione, a stampa od altra forma idonea, del suo cognome e nome. Nel caso di gestione del servizio in concessione, gli avvisi sono sottoscritti da un rappresentante del concessionario.

Art.26

Pagamento dell'imposta e del diritto

1. Il pagamento dell'imposta sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni aventi carattere commerciale deve essere effettuato a mezzo di conto corrente postale intestato al Comune o al concessionario se il servizio è affidato in concessione. L'importo dovuto è arrotondato a €0,516 per difetto se la frazione non è superiore a €0,258 e per eccesso se è superiore. L'attestazione dell'avvenuto pagamento dell'imposta sulla pubblicità è allegata alle dichiarazioni di cui ai commi 1 e 2 dell'art.22. Negli anni successivi a quello della

dichiarazione, l'attestazione e la ricevuta sono conservate dal soggetto d'imposta per essere esibite in caso di eventuali controlli. Per il pagamento è utilizzato il modello c.c.p. conforme a quello autorizzato con decreto ministeriale.

2. L'imposta per la pubblicità relativa a periodi inferiori all'anno solare deve essere corrisposta in unica soluzione prima dell'effettuazione, al momento della dichiarazione.
3. L'imposta per la pubblicità annuale deve essere corrisposta in unica soluzione entro il 31 gennaio di ogni anno. Qualora l'importo annuale sia superiore a €1.549,37 il pagamento può essere effettuato in rate trimestrali, entro il 31 gennaio, 30 aprile, 31 luglio e 31 ottobre.
4. Il pagamento del diritto relativo alle pubbliche affissioni non aventi carattere commerciale può essere effettuato sia a mezzo di conto corrente postale, sia direttamente all'ufficio comunale al momento della richiesta del servizio d'affissione. L'attestazione del pagamento del diritto a mezzo del c.c.p. è allegata alla commissione per l'affissione dei manifesti. Per il pagamento diretto l'ufficio rilascia ricevuta da apposito bollettario o con sistema automatizzato. Le somme riscosse sono versate alla Tesoreria Comunale.
5. La riscossione coattiva dell'imposta e del diritto si effettua secondo le disposizioni degli artt.67 e 68 del D.P.R. 28 gennaio 1988, n.43 e successive modificazioni. Il ruolo deve essere formato e reso esecutivo entro il 31 dicembre del secondo anno successivo a quello in cui l'avviso di accertamento o rettifica è stato notificato secondo le istruzioni di cui al decreto Ministero delle Finanze 28 dicembre 1989 e successive modificazioni. Nel caso di sospensione della riscossione il ruolo è formato e reso esecutivo entro il 31 dicembre dell'anno successivo a quello di scadenza del periodo di sospensione.
6. I crediti del Comune relativi all'imposta sulla pubblicità ed ai diritti sulle pubbliche affissioni hanno privilegio generale sui mobili del creditore, subordinatamente ai crediti dello Stato, ai sensi dell'art.2752, comma quarto, del Codice Civile.
7. Entro il termine di due anni decorrente dal giorno nel quale è stato effettuato il pagamento dell'imposta sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni, oppure da quello in cui è stato definitivamente accertato il diritto di rimborso, il contribuente può chiedere la restituzione delle somme versate e non dovute mediante istanza in carta libera (tabella B, art. 5, D.P.R. n.642/1972) indirizzata al Comune, Ufficio Pubblicità ed Affissioni. Il Comune provvede al rimborso nel termine di 90 giorni dalla richiesta.

CAPO III
IMPOSTA SULLA PUBBLICITA' - TARIFFE

Art.27

Tariffe

1. Le tariffe dell'imposta sulla pubblicità sono deliberate dalla Giunta Comunale nelle misure stabilite dal D.Lgs. 15.11.1993 n.507 e secondo quanto disposto dal presente regolamento:
 - a. con l'art.9 per la tipologia dei mezzi pubblicitari;
 - b. con l'art.17 per la classe demografica alla quale appartiene il Comune;
 - c. con l'art.18 per le modalità, i termini e la procedura dell'atto deliberativo;
 - d. con norme di cui al presente capo.

Art.28

Pubblicità ordinaria

1. L'imposta per la pubblicità ordinaria, effettuata con i mezzi di cui all'art.9, comma 2, del regolamento, si applica, secondo la tariffa stabilita, per la classe del Comune, con l'art.12 del D.Lgs. n.507/93, per anno solare e per metro quadrato di superficie determinato con le modalità di cui al precedente art.23.
2. Per la pubblicità che ha durata non superiore a tre mesi si applica per ogni mese o frazione una tariffa pari ad un decimo di quella annua. Per la pubblicità che ha durata superiore a tre mesi si applica la tariffa annua.
3. Per la pubblicità effettuata mediante affissioni dirette, anche per conto altrui, di manifesti e simili sulle apposite strutture riservate all'esposizione diretta di tali mezzi, si applica l'imposta ordinaria in base alla superficie di ciascun impianto determinata in conformità all'art.23, nella misura stabilita per anno solare, indipendentemente dall'effettiva durata dall'utilizzazione.
4. Per la pubblicità di cui ai commi precedenti che ha superficie:
 - a. compresa fra mq.5,5 e mq.8,5, la tariffa dell'imposta è maggiorata del 50%;
 - b. superiore a mq.8,5, la tariffa dell'imposta è maggiorata del 100%.
5. Qualora la pubblicità di cui al presente articolo sia effettuata in forma luminosa od illuminata, la tariffa dell'imposta è maggiorata del 100%.
6. Le maggiorazioni d'imposta si applicano con le modalità previste dal comma 10 dell'art.23.

Art.29

Pubblicità ordinaria con veicoli

1. L'imposta per la pubblicità ordinaria effettuata con veicoli ed altri mezzi compresi nelle tipologie previste dall'art.9, comma terzo, lettera a) del regolamento, si applica secondo la

tariffa stabilita, per la classe del Comune, dal 1° comma dell'art.13 del D.Lgs. 15.11.1993 n.507, per anno solare e per metro quadrato di superficie determinata con le modalità di cui al precedente art.23.

2. Per la pubblicità effettuata all'esterno dei veicoli sono dovute le maggiorazioni stabilite dal quarto comma dell'art.28, quando le dimensioni della tassa sono comprese nelle superfici da tale norma previste.
3. Qualora la pubblicità è effettuata in forma luminosa od illuminata la relativa tariffa è maggiorata del 100 per cento.
4. Per i veicoli adibiti ad uso pubblico l'imposta è dovuta al Comune che ha rilasciato la licenza di esercizio.
5. Per i veicoli adibiti a servizio di linea interurbana l'imposta è dovuta per metà a ciascuno dei comuni in cui ha inizio e fine la corsa.
6. Per i veicoli adibiti ad uso privato l'imposta è dovuta al Comune in cui il proprietario del veicolo ha la residenza anagrafica o la sede.

Art.30

Pubblicità con veicoli dell'impresa

1. L'imposta per la pubblicità effettuata per proprio conto con veicoli di proprietà dell'impresa o adibiti ai trasporti per conto della stessa è dovuta per l'anno solare:
 - a. al Comune ove ha sede l'impresa o qualsiasi sua dipendenza;
 - b. ovvero al Comune dove sono domiciliati i suoi agenti mandatari che alla data del 1 gennaio di ciascun anno, o a quella successiva di immatricolazione, hanno in dotazione i veicoli suddetti;
 - c. secondo la tariffa deliberata dalla Giunta Comunale in conformità all'art.13, comma terzo, del D.Lgs. n.507/93.
2. Per i veicoli che effettuano la pubblicità sulla motrice e sul rimorchio, la tariffa dell'imposta è raddoppiata.
3. Non è dovuta l'imposta per l'indicazione sui veicoli del marchio, della ragione sociale e dell'indirizzo dell'impresa, purché tali indicazioni siano apposte per non più di due volte e ciascuna iscrizione non superi la superficie di mezzo metro quadrato.
4. L'attestazione dell'avvenuto pagamento dell'imposta deve essere conservata in dotazione al veicolo ed esibita a richiesta degli agenti autorizzati al controllo.

Art.31

Pubblicità con pannelli a luminosità o a messaggio variabile

1. L'imposta per la pubblicità effettuata con pannelli a luminosità variabile o a messaggio variabile ed altri mezzi compresi nelle tipologie previste dall'art.9, comma quarto, del regolamento, si applica, indipendentemente dal numero dei messaggi, secondo la tariffa

stabilita, per classe di appartenenza del Comune, dal primo comma dell'art.14 del D.Lgs. 507/93, per l'anno solare e per metro quadrato di superficie determinata con le modalità di cui all'art.23.

2. Per la pubblicità che ha durata non superiore a tre mesi si applica per ogni mese o frazione una tariffa pari ad un decimo di quella annua. Per la pubblicità che ha durata superiore a tre mesi si applica la tariffa annua.
3. L'imposta per la pubblicità di cui ai precedenti commi, effettuata per conto proprio dell'impresa, si applica in misura pari alla metà delle tariffe previste.

Art.32

Pubblicità con proiezioni

1. L'imposta per la pubblicità con proiezioni ed altri mezzi compresi nelle tipologie previste dall'art.9, quinto comma, del regolamento, effettuata in luoghi pubblici od aperti al pubblico, si applica secondo la tariffa stabilita, per classe del comune, del quarto comma dell'art.14 del D.Lgs. n.507/93, per ogni giorno, indipendentemente dal numero dei messaggi e dalla superficie adibita alla proiezione.
2. Quando la pubblicità suddetta ha durata superiore a 30 giorni si applica, dopo tale periodo, una tariffa giornaliera pari alla metà di quella di cui al precedente comma.

Art.33

Pubblicità varia

1. La tariffa dell'imposta per la pubblicità effettuata:
 - 1.1 Con striscioni od altri mezzi simili che attraversano strade o piazze si applica, per ciascun metro quadrato e per ogni periodo di esposizione di 15 giorni o frazione, nella misura stabilita, per la classe del Comune, dal primo comma dell'art.15 del decreto. La superficie soggetta ad imposta è determinata con le modalità di cui all'art.23 commi secondo e settimo, del regolamento. Non si applicano maggiorazioni riferite alla dimensione del mezzo pubblicitario;
 - 1.2 Con aeromobili sul territorio comunale o su specchi d'acqua e fasce marittime limitrofi al territorio predetto si applica per ogni giorno o frazione, per ciascun aeromobile, indipendentemente dai soggetti pubblicizzati, nella misura stabilita per la classe del Comune dall'art. 15, secondo comma, del decreto;
 - 1.3 Con palloni frenati e simili si applica per ogni giorno o frazione e per ciascun mezzo, indipendentemente dai soggetti pubblicizzati, in misura pari alla metà di quella stabilita per la classe del comune dall'art.15, secondo comma, del decreto;
 - 1.4 In forma ambulante, mediante distribuzione, a mezzo di persone, di manifestini od altro materiale pubblicitario oppure mediante persone circolanti con cartelli ed altri mezzi pubblicitari è dovuta, per ciascuna persona impiegata nella distribuzione od effettuazione e

per ogni giorno o frazione, indipendentemente dalla dimensione dei mezzi pubblicitari o dalla quantità di materiale distribuito, nella misura stabilita, per la classe del Comune, dal quarto comma dell'art. 15 del decreto;

- 1.5 A mezzo di amplificatori e simili è dovuta, per ciascun punto di pubblicità e per ciascun giorno o frazione della misura stabilita, per la classe del Comune, dal quinto comma dell'art.15 del decreto.
2. La voce "decreto", contenuta nei precedenti commi, si riferisce al D.Lgs. 15.11.1993 n.507 e successive modificazioni.

Art.34

Imposta sulla pubblicità – riduzioni

1. La tariffa dell'imposta sulla pubblicità è ridotta alla metà:
 - a. per la pubblicità – avente le caratteristiche e finalità di cui alle lettere b. e c. del terzo comma dell'art.21 del presente regolamento – effettuata da Comitati, Associazioni, Fondazioni e da altro ente che non abbia scopo di lucro;
 - b. per la pubblicità, relativa a manifestazioni politiche, sindacali e di categoria, culturali, sportive, filantropiche e religiose, da chiunque realizzate, con il patrocinio o la partecipazione di enti pubblici territoriali;
 - c. per la pubblicità relativa a festeggiamenti patriottici, religiosi, a spettacoli viaggianti e di beneficenza.
2. Alla pubblicità realizzata con mezzi che comprendono, con i messaggi relativi ai soggetti ed alle manifestazioni di cui al primo comma anche l'indicazione di persone, ditte e società che hanno contribuito all'organizzazione delle manifestazioni stesse, si applica la riduzione prevista dal presente articolo. Nei casi in cui tali indicazioni siano associate a messaggi aventi le caratteristiche e le finalità di cui all'art.21, terzo comma, lettera a., si applica la tariffa dell'imposta senza alcuna riduzione.
3. I requisiti soggettivi previsti dalla lettera a. del primo comma sono autocertificati dal soggetto passivo nella dichiarazione di cui all'art.24, con formula predisposta dall'ufficio e sottoscrizione dell'interessato autenticata dal funzionario responsabile. Quando sussistono motivi per verificare l'effettivo possesso dei requisiti autocertificati, il Funzionario responsabile invita il soggetto passivo a presentare all'Ufficio Comunale, che ne acquisisce copia, la documentazione ritenuta necessaria per comprovarli, fissando un congruo termine per adempiervi. L'autocertificazione e la documentazione sono acquisite per la prima dichiarazione e non devono essere ripetute dallo stesso soggetto in occasione di successive esposizioni di mezzi pubblicitari.
4. I requisiti oggettivi di cui alle lettere b. e c. del primo comma sono, per quanto possibile, verificati direttamente dall'Ufficio Comunale attraverso l'esame dei mezzi pubblicitari o dei loro fac-simili. Quando ciò non sia possibile o sussistano incertezze in merito alle finalità

del messaggio pubblicitario di cui al precedente comma, la corrispondenza delle finalità delle manifestazioni, festeggiamenti e spettacoli a quelle previste dalle norme sopraccitate che danno diritto alla riduzione dell'imposta.

Art.35

Imposta sulla pubblicità – esenzioni

1. Sono esenti dall'imposta sulla pubblicità:

- a. la pubblicità realizzata all'interno dei locali adibiti alla vendita di beni od alla prestazione di servizi e quella esposta nelle vetrine e sulle porte d'ingresso dei locali suddetti purché siano attinenti all'attività in essi locali esercitata e non superino, nel loro insieme, la superficie complessiva di mezzo metro quadrato per ciascuna vetrina od ingresso. Non sono esenti le insegne;
- b. gli avvisi al pubblico:
 - esposti nelle vetrine o sulle porte d'ingresso dei locali o, ove queste manchino, nelle immediate adiacenze del punto di vendita, relativi all'attività svolta;
 - riguardanti la locazione e la compravendita degli immobili sui quali sono affissi, di superficie non superiore ad un quarto di metro quadrato;
- c. la pubblicità all'interno, sulle facciate esterne o sulla recinzione dei locali di pubblico spettacolo, quando si riferisce alle rappresentazioni in programma nei locali predetti;
- d. la pubblicità – escluse le insegne – relative ai giornali ed alle pubblicazioni periodiche, esposta sulle sole facciate esterne delle edicole o all'interno, nelle vetrine e sulle porte d'ingresso dei negozi ove si effettua la vendita;
- e. la pubblicità esposta all'interno delle stazioni dei servizi di trasporto pubblico di ogni genere, relativa esclusivamente all'attività esercitata dall'impresa di trasporto titolare del servizio; le tabelle esposte all'esterno delle predette stazioni o lungo l'itinerario di viaggio, limitatamente alla parte in cui contengono informazioni relative alle modalità di effettuazione del servizio;
- f. la pubblicità esposta all'interno delle vetture ferroviarie, degli aerei e delle navi, esclusa quella effettuata sui battelli, barche e simili soggetta all'imposta ai sensi dell'art.13 del D.Lgs. 507/93;
- g. la pubblicità comunque effettuata in via esclusiva dallo Stato e dagli enti pubblici territoriali;
- h. le insegne, le targhe e simili apposte per l'individuazione delle sedi di comitati, associazioni, fondazioni e di ogni altro ente che non persegue scopi di lucro;
- i. le insegne, le targhe e simili la cui esposizione sia obbligatoria per disposizione di legge o di regolamento, purché di dimensioni non superiori a mezzo metro quadrato

di superficie, salvo che le stesse non siano espressamente stabilite dalle disposizioni predette.

2. Ai fini dell'esenzione dall'imposta di cui al precedente comma, l'attività esercitata è quella risultante dalle autorizzazioni comunali, di pubblica sicurezza, di altre autorità od accertata dal registro delle imprese presso la Camera di Commercio.
3. L'esenzione dall'imposta prevista dalla lettera g. del precedente primo comma compete agli enti pubblici territoriali per la pubblicità effettuata nell'ambito della loro circoscrizione.
4. I soggetti di cui alla lettera h. del primo comma devono presentare in visione all'ufficio comunale pubblicità idonea documentazione od autocertificazione relativa al possesso dei requisiti richiesti per beneficiare dell'esenzione. Per i mezzi già esposti, tale adempimento deve essere provveduto entro 90 giorni dalla data di entrata in vigore del presente regolamento. La mancata presentazione dei documenti suddetti nei termini stabiliti, comporta l'applicazione dell'imposta sulla pubblicità non essendo stato provato il diritto all'esenzione.

CAPO IV

IL SERVIZIO DELLE PUBBLICHE AFFISSIONI

Art.36

Finalità

1. Il Comune, a mezzo del servizio delle pubbliche affissioni, assicura l'affissione negli appositi impianti a ciò destinati di manifesti costituiti da qualunque materiale idoneo, contenenti comunicazioni aventi finalità istituzionali, sociali o comunque prive di rilevanza economica e di messaggi diffusi nell'esercizio di attività commerciali o economiche.
2. I manifesti aventi finalità istituzionali, sociali o comunque privi di finalità economiche sono quelli pubblicati dal Comune e, di norma, quelli per i quali l'affissione è richiesta dai soggetti e per le finalità di cui all'art.20 e 21 del D.Lgs. 15 novembre 1993, n.507, richiamati nei successivi artt.40 e 41 del presente regolamento.
3. La collocazione degli impianti destinati alle affissioni di cui al precedente comma deve essere particolarmente idonea per assicurare ai cittadini la conoscenza di tutte le informazioni relative all'attività del Comune, per realizzare la loro partecipazione consapevole all'amministrazione dell'Ente e per provvedere tempestivamente all'esercizio dei loro diritti.
4. I manifesti che diffondono messaggi relativi all'esercizio di un'attività economica o commerciale sono quelli che hanno per scopo il promuovere la domanda di beni o servizi o che risultano finalizzati a migliorare l'immagine del soggetto pubblicizzato.

5. I manifesti di natura commerciale o economica la cui affissione viene richiesta direttamente al Comune sono dallo stesso collocati negli spazi di cui all'art.15, comma 3, lettera b., nei limiti della capienza degli stessi.
6. I manifesti di natura economica o commerciale da affiggere negli spazi da attribuire a soggetti privati per l'effettuazione di affissioni dirette nei limiti di cui all'art.15, comma 3, lettera c. del regolamento sono classificati, ai fini tributari, come pubblicità ordinaria in conformità a quanto dispone il terzo comma dell'art.12 del D.Lgs. 15 novembre 1993, n.507, con applicazione della imposta in base alla superficie di ciascun impianto e nella misura e con le modalità di cui al comma terzo del precedente art.28.

Art.37

Affissione – prenotazioni – registro cronologico

1. L'affissione s'intende prenotata dal momento in cui la commissione perviene all'ufficio comunale preposto al servizio accompagnata dall'attestazione dell'avvenuto pagamento del diritto.
2. Le commissioni sono iscritte nell'apposito registro, contenente tutte le notizie pertinenti tenuto in ordine cronologico di prenotazione e costantemente aggiornato. Il Funzionario responsabile del servizio tiene direttamente il registro. Qualora esso sia affidato ad altro dipendente, il Funzionario responsabile deve verificarlo almeno ogni sei giorni, apponendovi il suo visto, la data e la firma.
3. Il registro cronologico è tenuto presso l'ufficio affissioni e deve essere esibito a chiunque ne faccia richiesta.
4. Il committente può richiedere espressamente che l'affissione sia eseguita in determinati spazi da lui prescelti, corrispondendo una maggiorazione del 100 per cento del diritto.

Art.38

Criteri e modalità per l'espletamento del servizio

1. I manifesti devono essere fatti pervenire all'ufficio comunale nell'orario di apertura a cura del committente, almeno due giorni prima di quello dal quale l'affissione deve avere inizio.
2. I manifesti devono essere accompagnati da una distinta nella quale è indicato l'oggetto del messaggio pubblicitario e:
 - a. per quelli costituiti da un solo foglio, la quantità ed il formato;
 - b. per quelli costituiti da più fogli, la quantità dei manifesti, il numero dei fogli consistenti ciascun manifesto, lo schema di composizione del manifesto con riferimento numerico progressivo ai singoli fogli, evidenziato con apposito richiamo.
3. Oltre alle copie da affiggere dovrà essere inviata all'ufficio una copia in più, da conservare per documentazione di servizio.

4. Le affissioni devono essere effettuate secondo l'ordine di precedenza relativo al ricevimento della commissione risultante dal registro cronologico di cui all'art.37.
5. La durata dell'affissione decorre dal giorno in cui essa è stata effettuata al completo. Nello stesso giorno, su richiesta del committente, l'ufficio comunale mette a disposizione l'elenco delle posizioni utilizzate con l'indicazione dei quantitativi affissi.
6. Su ogni manifesto affisso viene impresso il timbro dell'ufficio comunale, con la data di scadenza prestabilita.
7. Il ritardo nell'effettuazione delle affissioni causato da avverse condizioni atmosferiche è considerato causa di forza maggiore. In ogni caso quando il ritardo è superiore a dieci giorni dalla data richiesta, l'ufficio comunale provvede a darne tempestiva comunicazione, per scritto, al committente.
8. La mancanza di spazi disponibili deve essere comunicata al committente, per scritto entro dieci giorni dalla richiesta di affissione, con l'indicazione del periodo nel quale si ritiene che l'affissione possa essere effettuata.
9. Nei casi in cui ai commi 7 e 8 il committente può annullare la commissione con avviso da inviarsi all'ufficio comunale entro 10 giorni dal ricevimento delle comunicazioni. L'annullamento della commissione non comporta oneri a carico del committente al quale l'ufficio comunale provvede a rimborsare integralmente la somma versata entro novanta giorni dal ricevimento dell'avviso di annullamento. I manifesti restano a disposizione del committente presso l'ufficio entro trenta giorni e, per disposizione di questo, possono essere allo stesso restituiti od inviati ad altra destinazione dallo stesso indicata, con il recupero delle sole spese postali, il cui importo viene detratto dal rimborso del diritto.
10. Nel caso in cui la disponibilità degli impianti consenta di provvedere all'affissione di un numero di manifesti inferiore a quelli pervenuti o per una durata inferiore a quella richiesta, l'ufficio comunale provvede ad avvertire il committente per scritto. Se entro cinque giorni da tale comunicazione la commissione non viene annullata, l'ufficio comunale provvede all'affissione nei termini e nelle quantità rese note all'utente e dispone entro 30 giorni il rimborso al committente dei diritti eccedenti a quelli dovuti. I manifesti non affissi restano a disposizione dell'utente presso l'ufficio per trenta giorni, scaduti i quali saranno inviati al macero, salvo che ne venga richiesta la restituzione o l'invio ad altra destinazione, con il recupero delle sole spese, il cui importo viene detratto dai diritti eccedenti.
11. In tutti i casi in cui compete al committente il rimborso totale o parziale del diritto sulle pubbliche affissioni lo stesso, con apposita comunicazione scritta, può autorizzare l'ufficio comunale od effettuare il conguaglio fra l'importo a suo credito e l'importo a suo debito per successive richieste di affissioni.
12. Il Comune ha l'obbligo di sostituire gratuitamente i manifesti strappati o comunque deteriorati e qualora non disponga di altri esemplari dei manifesti da sostituire, deve darne

immediata comunicazione al richiedente mantenendo, nel frattempo, a sua disposizione i relativi spazi.

13. I manifesti pervenuti per l'affissione senza la relativa commissione formale e l'attestazione dell'avvenuto pagamento dei diritti, se non ritirati dal committente entro trenta giorni da quando sono pervenuti, saranno inviati al macero senz'altro avviso.
14. Per le affissioni richieste per il giorno in cui è stato consegnato il materiale da affiggere od entro i due giorni successivi, ovvero per le ore notturne dalla ore 20 alle ore 7 o nei giorni festivi, se trattasi di affissioni di contenuto commerciale, è dovuta la maggiorazione del 10% del diritto, con un minimo di €.25,822 per commissione.
15. Nell'ufficio comunale devono essere costantemente esposti, per la pubblica consultazione di chiunque ne faccia richiesta:
 - a. le tariffe del servizio;
 - b. l'elenco degli spazi destinati alle pubbliche affissioni con l'indicazione delle categorie alle quali detti spazi appartengono;
 - c. il registro cronologico delle commissioni.
16. Le disposizioni previste dal D.Lgs. 15 novembre 1993, n.507 e dal presente regolamento per l'imposta sulla pubblicità si applicano, per quanto compatibile e non previsto in questo capo, anche al diritto sulle pubbliche affissioni.

CAPO V

DIRITTO SULLE PUBBLICHE AFFISSIONI – TARIFFE

Art.39

Tariffe – applicazione e misura

1. Il diritto sulle pubbliche affissioni è dovuto al Comune che provvede alla loro effettuazione, in solido da chi richiede il servizio e da colui nell'interesse del quale esso viene effettuato.
2. Il diritto è comprensivo dell'imposta sulla pubblicità relativa ai manifesti ed agli altri mezzi affissi e per i quali il diritto viene corrisposto.
3. Il diritto sulle pubbliche affissioni è dovuto, per ciascun foglio di dimensioni fino a cm.70x100, nella misura stabilita per la classe del Comune dal secondo comma dell'art.19 del D.Lgs. n.507/93, distintamente per i primi 10 giorni e per ogni periodo successivo di 5 giorni o frazione.
4. Per le commissioni inferiori a 50 fogli il diritto di cui al precedente comma è maggiorato del 50%.
5. Per i manifesti costituiti da 8 fino a 12 fogli il diritto è maggiorato del 50%; per quelli costituiti da più di 12 fogli è maggiorato del 100%.

6. Le maggiorazioni del diritto, a qualunque titolo previsto, sono cumulabili tra loro e si applicano sulla tariffa base.
7. Le eventuali aggiunte ai manifesti già affissi sono soggette al pagamento del diritto corrispondente alla tariffa prevista per i primi 10 giorni.
8. Qualora il committente richieda espressamente che l'affissione avvenga in determinati da lui prescelti, è dovuta una maggiorazione del 100 per cento.

Art.40

Tariffa - Riduzione

1. La tariffa del diritto per il servizio delle pubbliche affissioni è ridotta della metà:
 - a. per i manifesti riguardanti in via esclusiva lo Stato e gli enti pubblici territoriali e che non rientrano nei casi per i quali è prevista l'esenzione dell'art.41;
 - b. per i manifesti di comitati, associazioni, fondazioni e di ogni altro ente che non abbia scopo di lucro;
 - c. per i manifesti relativi ad attività politiche, sindacali e di categoria, culturali, sportive, filantropiche e religiose, da chiunque realizzate, con il patrocinio e la partecipazione degli enti pubblici territoriali;
 - d. per i manifesti relativi ai festeggiamenti patriottici, religiosi, a spettacoli viaggianti e di beneficenza;
 - e. per gli annunci mortuari.
2. I requisiti oggettivi previsti dalla lettera b. sono accertati con le modalità di cui al terzo comma dell'art.34.
3. I requisiti oggettivi previsti dalle lettere c. e d. sono verificati attraverso l'esame di cui al quarto comma dell'art.34.
4. Le riduzioni non sono cumulabili. Non si applicano al diritto minimo stabilito per ogni commissione da effettuarsi d'urgenza ai sensi dell'art.38 comma 14.

Art.41

Diritto - Esenzione

1. Sono esenti dal diritto sulle pubbliche affissioni:
 - a. i manifesti riguardanti le attività e funzioni istituzionali del Comune, da esso svolte in via esclusiva, esposti nell'ambito del proprio territorio;
 - b. i manifesti delle autorità militari relative alle iscrizioni nelle liste di leva, alla chiamata ed ai richiami alle armi;
 - c. i manifesti dello Stato, delle Regioni e delle Province in materia di tributi;
 - d. i manifesti dell'autorità di polizia in materia di pubblica sicurezza;
 - e. i manifesti relativi ad adempimenti di legge in materia di referendum, elezioni politiche, per il parlamento europeo, regionali ed amministrative;

- f. ogni altro manifesto la cui affissione sia obbligatoria per legge;
 - g. i manifesti concernenti corsi scolastici e professionali gratuiti regolarmente autorizzati.
2. Per i manifesti di cui alla lettera a. si fa riferimento alle attività e funzioni che il Comune esercita secondo le leggi statali e regionali, le norme statutarie, le disposizioni regolamentari e quelle che hanno per finalità la cura degli interessi e la promozione dello sviluppo della comunità, ai sensi della Legge 8 giugno 1990, n.142.
 3. Per i manifesti di cui alla lettera f. il soggetto che richiede l'affissione gratuita è tenuto a precisare, in tale richiesta, la disposizione di legge per effetto della quale l'affissione sia obbligatoria.
 4. Per l'affissione gratuita dei manifesti di cui alla lettera g. il soggetto richiedente deve allegare alla richiesta copia dei documenti dai quali risulta che i corsi sono gratuiti e regolarmente autorizzati dall'autorità competente.

TITOLO III
DISPOSIZIONI FINALI E TRANSITORIE

CAPO I
SANZIONI

Art.42
Sanzioni tributarie

1. Per l'omessa, tardiva od infedele presentazione della dichiarazione di cui all'art.24 del presente regolamento si applica, nei confronti del soggetto obbligato, oltre al pagamento dell'importo o del diritto dovuti, una soprattassa pari all'ammontare dell'imposta o del diritto, in conformità a quanto dispone l'art.23 del D.Lgs. n.507/93.
2. Per l'omesso o tardivo pagamento dell'imposta, delle singole rate della tassa o del diritto è dovuta, indipendentemente dall'applicazione di quella di cui al precedente comma, una soprattassa pari al 20 per cento dell'imposta o del diritto il cui pagamento è stato omesso o ritardato.
3. Le soprattasse di cui ai precedenti commi sono ridotte ad un quarto se la dichiarazione è prodotta o il pagamento viene eseguito non oltre 30 giorni dalla data in cui avrebbero dovuto essere effettuati; sono ridotte alla metà se il pagamento viene effettuato entro 60 giorni dalla notifica dell'accertamento.

Art.43

Interessi

1. Sulle somme dovute e non corrisposte nei termini ordinari prescritti per l'imposta sulla pubblicità e per il diritto sulle pubbliche affissioni e per le relative soprattasse si applicano interessi di mora nella misura del 7 per cento per ogni semestre compiuto, a decorrere dal giorno nel quale dette somme sono divenute esigibili e fino a quello dell'effettuato pagamento.
2. Per le somme dovute a qualsiasi titolo al contribuente sono dovuti allo stesso, a decorrere dalla data di pagamento dallo stesso eseguito e del quale il Comune è tenuto al rimborso, gli interessi di mora nella misura e con le modalità di cui al precedente comma.

Art.44

Sanzioni amministrative

1. Il Comune è tenuto a vigilare, a mezzo del Corpo di Polizia Municipale, dell'Ufficio Tecnico e del Servizio di Pubblicità ed Affissioni, sulla corretta osservanza delle disposizioni legislative e regolamentari stabilite dal presente regolamento.
2. Le violazioni delle disposizioni di cui al primo comma comportano sanzioni amministrative per la cui applicazione si osservano le norme stabilite dal capo I, sezione I e II, della Legge 24 dicembre 1981, n.689, salvo quanto espressamente stabilito dai commi successivi.
3. Per la violazione delle norme stabilite dal presente regolamento in esecuzione del D.Lgs. 15 novembre 1993, n.507 e di quelle stabilite nelle autorizzazioni alle installazioni degli impianti si applica la sanzione da €.103,29 a €.1032,91. Il verbale con riportati gli estremi delle violazioni e l'ammontare della sanzione è notificato agli interessati entro 150 giorni dall'accertamento delle violazioni.
4. Il Comune dispone la rimozione degli impianti pubblicitari abusivi, dandone avviso all'interessato a mezzo del verbale di cui al precedente comma, con diffida a provvedere alla rimozione ed all'eventuale ripristino dello stato originario del sito entro il termine nell'avviso stesso stabilito. Nel caso di inottemperanza all'ordine di rimozione e di ripristino dei luoghi entro il termine stabilito, il Comune provvede d'ufficio addebitando ai responsabili le spese sostenute e richiedendone agli stessi il rimborso con avviso notificato a mezzo raccomandata A.R.. Se il rimborso non è effettuato mediante versamento a mezzo di c/c postale intestato al Comune entro il termine stabilito, si procede al recupero coattivo del credito con le modalità di cui al D.P.R. 28 gennaio 1988, n.43 e con ogni spesa di riscossione a carico dell'interessato.
5. Indipendentemente dalla procedura di rimozione degli impianti e dell'applicazione della sanzione di cui al terzo comma il Comune, o il concessionario del servizio, può effettuare l'immediata copertura della pubblicità, in modo che sia privata di efficacia pubblicitaria e disporre la rimozione delle affissioni abusive. In ambedue i casi, oltre all'applicazione delle

sanzioni di cui al precedente articolo, il Comune provvede all'accertamento d'ufficio dell'imposta o del diritto dovuto per il periodo di esposizione abusiva, disponendo il recupero delle stesse e l'applicazione delle soprattasse e, se dovuti, degli interessi, di cui ai precedenti articoli 42 e 43.

6. I mezzi pubblicitari esposti abusivamente possono essere sequestrati con ordinanza del Sindaco, a garanzia del pagamento sia delle spese di rimozione e di custodia, sia dell'imposta, delle soprattasse ed interessi. Nella predetta ordinanza è stabilito il termine entro il quale gli interessati possono richiedere la restituzione del materiale sequestrato versando le somme come sopra dovute od una cauzione, stabilita nell'ordinanza stessa, d'importo non inferiore a quello complessivamente dovuto.
7. I proventi delle sanzioni amministrative, da chiunque accertate, sono dovuti al Comune. Sono dallo stesso destinati al potenziamento ed al miglioramento del servizio pubblicità ed affissioni se gestito direttamente, all'impiantistica facente carico al Comune, alla vigilanza nello specifico settore ed alla realizzazione, aggiornamento, integrazione e manutenzione del piano generale degli impianti di cui all'art.13.

CAPO II IL CONTENZIOSO

Art.45

Giurisdizione tributaria

1. La giurisdizione tributaria per l'imposta sulla pubblicità e per il diritto sulle pubbliche affissioni è esercitata dalla Commissione Tributaria Provinciale e dalle Commissioni Tributarie Regionali, secondo quanto dispone il D.Lgs. 31 dicembre 1992, n.546 e successive proroghe.
2. Il processo è introdotto con ricorso alla Commissione Tributaria Provinciale.

Art.46

Procedimento

1. Per la presentazione del ricorso, l'individuazione degli atti impugnabili ed oggetto del ricorso, la proposizione del ricorso, i termini relativi e le costituzioni in giudizio si osservano le norme stabilite dagli artt.18, 19, 20, 21, 22 e 23 del D.Lgs. 31 dicembre 1992, n.546.
2. Gli atti per i quali è proponibile il ricorso devono contenere l'indicazione del termine entro il quale il ricorso può essere proposto, la Commissione Tributaria competente nonché le relative forme da osservare per la presentazione, ai sensi dell'art.20 del decreto richiamato nel precedente comma.

CAPO III
DISPOSIZIONI TRANSITORIE E FINALI

Art.47

Accertamenti e rettifiche d'ufficio di cui al D.P.R. n.639/1972

1. Il Comune può procedere a rettifica ed accertamento d'ufficio dell'imposta e diritto dovuti entro il termine di due anni dalla data in cui la dichiarazione è stata o doveva essere presentata, notificando apposito avviso al contribuente con le modalità di cui all'art.23 del predetto decreto.

Art.48

Pubblicità annuale iniziata nel 1993

1. La pubblicità annuale iniziata prima dell'anno 1993 o nel corso dello stesso, per la quale sia stata pagata l'imposta dovuta fino al 31 dicembre di detto anno, è prorogata per l'anno 1994 e per quelli successivi, senza la presentazione di una nuova dichiarazione, con il versamento dell'imposta dovuta annualmente secondo il presente regolamento e la tariffa, tenuto conto di quanto stabilito dal precedente art.24.

Art.49

Entrata in vigore – effetti

1. Con effetto dalla data di entrata in vigore del presente regolamento, di cui al primo comma dell'art.5, sono abrogate le norme in precedenza approvate da questo Comune.

PIANO GENERALE DEGLI IMPIANTI PUBBLICITARI

INDICE SISTEMATICO

Art. 1	Finalità del piano.	<i>pag.37</i>
Art. 2	Criteri di determinazione del Piano Generale Impianti Pubblicitari.	<i>pag.38</i>
Art. 3	Zonizzazione.	<i>pag.38</i>
Art. 4	Classificazione dei mezzi pubblicitari.	<i>pag.39</i>
Art. 5	Criteri generali di installazione.	<i>pag.39</i>
Art. 6	Affissioni.	<i>pag.42</i>
Art. 7	Cartellonistica.	<i>pag.49</i>
Art. 8	Pannelli toponomastici.	<i>pag.53</i>
Art. 9	Impianti pubblicitari a messaggio variabile.	<i>pag.54</i>
Art.10	Indicatori direzionali o preinsegne.	<i>pag.57</i>
Art.11	Impianti pubblicitari di servizio (pubblicità e arredo urbano).	<i>pag.59</i>
Art.12	Striscioni, locandine e stendardi.	<i>pag.60</i>
Art.13	Teloni tesi.	<i>pag.62</i>
Art.14	Segni orizzontali reclamistici.	<i>pag.63</i>
Art.15	Pubblicità fonica.	<i>pag.64</i>
Art.16	Pubblicità sui veicoli.	<i>pag.64</i>
Art.17	Pubblicità nelle stazioni di servizio e nelle aree di parcheggio.	<i>pag.65</i>
Art.18	Pubblicità su edifici.	<i>pag.65</i>
Art.19	Pubblicità nei cantieri.	<i>pag.66</i>
Art.20	Pubblicità nei chioschi e nelle edicole.	<i>pag.66</i>
Art.21	Transenne parapedonali.	<i>pag.67</i>
Art.22	Impianti "Tipo insegna".	<i>pag.68</i>
Art.23	Insegne di esercizio.	<i>pag.68</i>
Art.24	Apposizione di mostre, vetrine e bacheche.	<i>pag.71</i>
Art.25	Autorizzazione.	<i>pag.72</i>
Art.26	Targhetta di identificazione.	<i>pag.73</i>

Art.27	Vigilanza.	<i>pag.74</i>
Art.28	Norme transitorie.	<i>pag.74</i>
Art.29	Sanzioni.	<i>pag.76</i>
Art.30	Entrata in vigore.	<i>pag.76</i>
Art.31	Rinvio.	<i>pag.76</i>

ALLEGATI

- Quadro sinottico del Regolamento di Attuazione e di Esecuzione del Codice della Strada.
- Quadro sinottico del Regolamento comunale.
- Modulo di richiesta autorizzazione alla installazione degli impianti pubblicitari.
- Targhetta di identificazione.
- Prospetto di cartello
- Standard dimensionali degli impianti di affissioni.
- Transenne parapetonali

TAVOLE

Tavola 00: *zonizzazione - quadro di insieme*

Tavola 1: *zonizzazione*

Tavola 2: *zonizzazione*

Tavola 3: *zonizzazione*

Tavola 4: *zonizzazione*

Tavola 5: *zonizzazione*

Tavola 6: *impianti di segnaletica direzionale*

Tavola 7: *impianto per insegne di esercizio ancorate al suolo*

ART. 1

FINALITA' DEL PIANO

Finalità del **Piano Generale degli Impianti Pubblicitari** siglato brevemente *P.G.I.P.*, è di regolamentare il corretto utilizzo delle varie forme pubblicitarie salvaguardando l'uniformità di arredo e le caratteristiche architettoniche del territorio del Comune di *Chieti*.

Il **P.G.I.P.** detta le norme relative agli impianti pubblicitari collocati all'interno del centro abitato (come definito dall'art.3 comma 8 del *Nuovo Codice della Strada*).

Il **Piano Generale degli Impianti Pubblicitari** detta le norme relative a tutti gli impianti e mezzi pubblicitari comprese le "insegne di esercizio", come definiti dall'art.47 comma 1 del *Regolamento di Attuazione e di Esecuzione del Nuovo Codice della Strada*.

Il **Piano** si uniforma al *Nuovo Codice della Strada* (D.Lgs.vo 30 Aprile 1992 n.285 art.23 comma 6, D.Lgs.vo 10 Settembre 1993 n.360, D.P.R. 19 Aprile 1994 n.575, D.Lgs.vo 4 Giugno 1997 n.143, Legge 19 Ottobre 1998 n.366, D.M. 22 Dicembre 1998 e successive modificazioni), a quanto stabilito dal *Regolamento di Esecuzione e di Attuazione del Nuovo Codice della Strada* (D.P.R. 16 Dicembre 1992 n.495 e successive modifiche), ed alle loro seguenti variazioni e/o modificazioni, al D.Lgs. 15 Novembre 1993 n.507, nonché alle Norme Nazionali, Regionali e Comunali in materia di tutela e salvaguardia del patrimonio artistico ed ambientale e specificatamente:

1. al *D.Lgs.vo n.42/2004*;
3. al *P.R.G.* vigente;
4. alla delibera di Giunta Municipale che definisce le aree all'interno del centro abitato e al di fuori del centro abitato;
5. alla L.R. n.18/83;
6. alla L.R. n.70/95.

Il **Piano**, dove il *Regolamento di Esecuzione e di Attuazione del Nuovo Codice della Strada* non interviene, provvede a dare norme e direttive.

Il **Piano**, rispettando quanto contenuto nel D.Lgs. 15 Novembre 1993 n.507, disciplina in particolare:

1. le modalità di installazione dei mezzi pubblicitari, con le relative condizioni;
2. la procedura amministrativa per l'ottenimento dell'autorizzazione comunale.

ART. 2

CRITERI DI DETERMINAZIONE DEL PIANO GENERALE IMPIANTI PUBBLICITARI

Per la determinazione del **Piano**, si è provveduto ad effettuare:

1. una zonizzazione del territorio Comunale;
2. la classificazione dei mezzi pubblicitari per il Comune di *Chieti*;
3. l'individuazione delle tipologie e dei limiti di installazione attraverso i quali il **Piano**, in completamento al *Regolamento di Esecuzione e di Attuazione del Nuovo Codice della Strada*, pone i vincoli, le variazioni e le concessioni da questo demandate al **P.G.I.P.**

ART. 3

ZONIZZAZIONE

In base alle valenze storico-ambientali, urbanistiche e architettoniche, commerciali ed industriali il centro abitato del Comune di *Chieti* è stato suddiviso in tre diverse aree omogenee; il restante territorio comunale che si trova al di fuori del centro abitato comprende soltanto una zona; tali zone sono riportate nelle apposite tavole di "zonizzazione aree omogenee" e si dividono in (la zona evidenziata con cornice comprende il centro abitato):

Zona Rosa	Centro storico
Zona Azzurra	Porzione di centro abitato consolidato da diversi anni con i lati delle strade occupati quasi completamente da fabbricati pubblici o privati.
Zona Verde	Rimanente porzione di centro abitato.
Zona Bianca	Rimanente porzione di territorio comunale al di fuori del centro abitato.

Ogni zona individuata sarà soggetta a precisi limiti relativi all'installazione dei mezzi pubblicitari di seguito classificati, fermo restando quanto disciplinato dal *Nuovo Codice della Strada* e dal *Regolamento di Esecuzione e di Attuazione del Nuovo Codice della Strada*.

Nel caso che in una delle zone venga individuata un'area o un edificio di pregio storico e/o catalogati dalla Soprintendenza ai Beni Monumentali, Architettonici della Regione Abruzzo, nella stessa, insieme ad una fascia esterna di ml.10,00 lungo tutto il confine, non è consentito alcun tipo di pubblicità.

ART. 4

CLASSIFICAZIONE DEI MEZZI PUBBLICITARI

In base al *Regolamento di Esecuzione e di Attuazione del Nuovo Codice della Strada*, che definisce in termini generali i vari mezzi pubblicitari, il **Piano** regola le seguenti tipologie di impianto pubblicitario:

- Impianti di pubbliche affissioni;
- Cartellonistica;
- Impianti a messaggio variabile;
- Indicatori direzionali o preinsegne;
- Impianti pubblicitari di servizio (pensiline, paline, cestini, orologi...);
- Striscioni, locandine e stendardi;
- Teloni tesi;
- Segni orizzontali reclamistici;
- Pubblicità fonica;
- Pubblicità sui veicoli;
- Pubblicità all'interno di stazioni di servizio e parcheggi;
- Pubblicità su edifici;
- Pubblicità nei cantieri;
- Pubblicità nei chioschi e nelle edicole;
- Transenne parapetonali;
- Impianti "tipo insegna";
- Insegne di esercizio;
- Mostre, vetrine e bacheche.

L'Amministrazione Comunale, nell'intento di promuovere il recupero del territorio ed incentivare l'innovazione, potrà rilasciare autorizzazioni o stipulare apposite convenzioni, a tempo determinato, aventi ad oggetto l'installazione di impianti pubblicitari e/o informativi innovativi o tecnologicamente avanzati, non previsti nel presente Piano.

ART. 5

CRITERI GENERALI DI INSTALLAZIONE

Dimensioni.

Tutte le **dimensioni** e/o le distanze si intendono calcolate in rapporto al limite estremo del volume di massimo ingombro dell'impianto pubblicitario con esclusione delle strutture di sostegno poste alla base dell'impianto; le superfici utili si calcolano dal prodotto della base per l'altezza del rettangolo contenente l'immagine pubblicitaria.

Per **superficie** si intende il prodotto base per altezza del rettangolo contenente l'immagine pubblicitaria monofacciale o bifacciale.

Per **superficie massima** si indica la massima superficie del rettangolo contenente l'immagine pubblicitaria monofacciale o bifacciale.

Impianti in area pedonale.

Gli impianti pubblicitari posti in area pedonale non potranno subire variazioni di forma in arretramento e/o in aggetto sino ad una altezza di metri 2,20 da terra allo scopo di evitare intralcio o pericolo per i pedoni.

Resistenza agli agenti atmosferici.

I cartelli e gli altri mezzi pubblicitari devono essere realizzati nelle loro parti strutturali con materiali non deperibili e resistenti agli agenti atmosferici.

Strutture di fondazione e sostegno.

Le strutture di fondazione e di sostegno devono essere calcolate per resistere alla spinta del vento, saldamente realizzate e ancorate, sia globalmente che nei singoli elementi; le dimensioni massime in pianta delle fondazioni non devono essere superiori a quelle in pianta della struttura soprastante.

Norme specifiche.

Qualora le suddette strutture costituiscano manufatti la cui realizzazione e posa in opera è regolamentata da **specifiche norme**, l'osservanza delle stesse e l'adempimento degli obblighi da queste previste deve essere documentata prima del ritiro dell'autorizzazione.

Contenuto del messaggio.

Il contenuto del messaggio pubblicitario non deve mai presentare aspetti che possono recare danno o offesa a persone, enti, istituzioni, in piena coerenza da quanto stabilito dal Codice Civile.

Resistenza agli atti vandalici.

Tutti i mezzi pubblicitari dovranno essere realizzati in materiali non facilmente vandalizzabili, dovranno essere rifiniti accuratamente, sia quando questo è esposto alla pubblica vista che in caso contrario.

Sagoma.

I cartelli e gli altri mezzi pubblicitari devono avere sagoma regolare, che in ogni caso non deve generare confusione con la segnaletica stradale. Particolare cautela deve essere adottata nell'uso dei colori, specialmente il rosso, e del loro abbinamento al fine di non generare confusione con la segnaletica stradale, specialmente in corrispondenza ed in prossimità delle intersezioni. Occorre altresì evitare che il colore rosso utilizzato nei cartelli, nelle insegne di esercizio e negli altri mezzi pubblicitari costituisca sfondo di segnali stradali di pericolo di prescrizione e d'obbligo limitandone la visibilità.

Manutenzione.

A tutti i mezzi pubblicitari dovrà essere garantito un adeguato programma di controllo e manutenzione al fine di evitare danno all'immagine ambientale e pericolo per la circolazione e la pubblica incolumità.

Caratteristiche dei mezzi pubblicitari luminosi.

La **luminosità** propria o portata deve essere contenuta a livelli tali da non creare disturbo o pericolo per la circolazione in base a quanto specificato dall'art.50 del *Regolamento di Esecuzione e di Attuazione del Nuovo Codice della Strada*. Particolare cautela deve essere adottata nell'uso dei colori specialmente del rosso e del verde e del loro abbinamento, al fine di non generare confusione con la segnaletica luminosa specialmente in corrispondenza e in prossimità delle intersezioni; riguardo alla luminosità si rimanda alla normativa relativa vigente.

La collocazione di qualunque impianto con parti elettriche deve risultare ad altezza superiore a ml.2,50 da terra e non accessibile dai non addetti.

Divieti di collocazione.

Su tutto il territorio Comunale è vietata la collocazione di impianti di qualunque tipo su monumenti e fontane, su alberi, arbusti e siepi. Su tutto il territorio comunale è vietato il

posizionamento anche a carattere temporaneo di cartelli, manifesti, striscioni ecc., sulle recinzioni e sulle inferriate dei balconi. Su tutto il territorio comunale è inoltre vietata la collocazione di messaggi pubblicitari sui bordi dei marciapiedi e dei cigli stradali.

E' in ogni caso vietata la collocazione di impianti di qualunque tipo nei punti indicati dall'art.51 del *Regolamento di Esecuzione e di Attuazione del Nuovo Codice della Strada* (D.P.R. del 16 dicembre 1992 n.495).

ART. 6

AFFISSIONI CARTACEE

AFFISSIONI A MURO

Sono da considerare abusive, in base all'Art.51 comma 1 del *Regolamento del Codice della Strada*, le pubblicità realizzate con manifesti affissi direttamente a muro collocati fuori o dentro i centri abitati.

Sono consentite affissioni solo su supporti metallici consoni allo scopo e regolarmente autorizzati.

AFFISSIONI PRECARIE

In tutto il territorio comunale, sia fuori che dentro i centri abitati, è vietata la collocazione di manifesti su supporti precari di qualunque tipo posti in appoggio o ancoraggio su monumenti e fontane, su alberi, su arbusti e siepi, recinzioni od altro, ovvero collocati in modo tale da creare danno all'immagine ambientale e pericolo per la circolazione e la pubblica incolumità.

AFFISSIONI SU PLANCE A MURO

a - Definizione.

Si definisce "plancia a muro" il manufatto metallico monofacciale ancorato al muro finalizzato alla diffusione di messaggi pubblicitari o propagandistici tramite sovrapposizione di manifesti cartacei.

b - Dimensioni e caratteristiche.

1. Per le plance di affissione a muro le dimensioni consentite sono soltanto quelle modulate in rapporto allo standard affissionale cm.70xcm.100 e multipli di tale standard (orizzontali o

verticali) o cm.600xcm.300 (solo orizzontali) o di dimensioni minori a patto che venga garantita una corretta impaginazione.

2. Tutti gli impianti di supporto per le affissioni dovranno essere ricondotti ai modelli allegati al presente piano.
3. La plancia a muro dovrà essere leggermente distanziata in modo da permettere un minimo di areazione. La distanza massima dal muro potrà essere di cm.5. L'altezza della cornice dovrà essere almeno di cm.4.
4. Non sono ammesse collocazioni di manifesti in modo tale da generare condizioni di pericolo per la pubblica incolumità per cause dovute a incuria o mancanze da parte di chi opera o gestisce l'affissione.
5. Tali impianti dovranno essere in acciaio zincato opportunamente verniciato.

Tutti gli impianti installati dovranno essere verniciati di colore *Grigio Traffico A* (colore RAL: 7042 – HEX: 8D948D).

Anche gli impianti destinati agli avvisi funebri dovranno essere di colore *Grigio Traffico A* (colore RAL: 7042 – HEX: 8D948D), e dovranno recare una tabella collocata nella parte superiore recante la scritta nera su fondo bianco "*Comune di Chieti Servizio Pubbliche Affissioni - Avvisi Funebri*".

Gli impianti destinati alle affissioni di natura istituzionale dovranno recare una tabella collocata nella parte superiore con scritto "*Comune di Chieti Servizio Pubbliche Affissioni - Avvisi Istituzionali*".

c - Ubicazione.

Le plance a muro poste perpendicolari o oblique al senso di marcia dei veicoli all'interno dei centri abitati dovranno rispettare le seguenti distanze minime:

Distanza dagli altri cartelli e mezzi pubblicitari.	5,00 ml.
Distanza prima dei segnali di pericolo e prescrizione.	5,00 ml.
Distanza dopo i segnali di pericolo e prescrizione.	5,00 ml.
Distanza prima dei segnali di indicazione.	5,00 ml.
Distanza dopo i segnali di indicazione.	5,00 ml.
Distanza prima degli impianti semaforici e delle intersezioni (anche nelle intersezioni regolate in senso rotatorio).	10,00 ml.
Distanza dopo gli impianti semaforici e le intersezioni.	5,00 ml.
Distanza dall'imbocco delle gallerie.	50,00 ml.

Le plance a muro collocate lungo le strade e le relative fasce di pertinenza poste in posizione

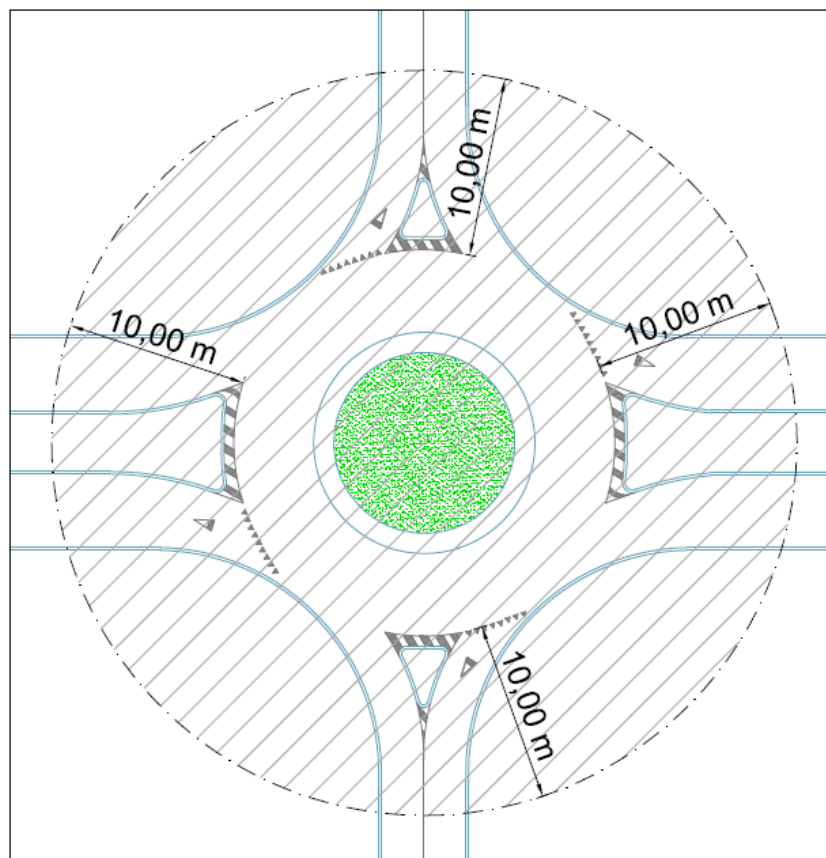
parallela rispetto al senso di marcia dei veicoli all'interno dei centri abitati dovranno rispettare le seguenti distanze minime:

Distanza dagli altri cartelli e mezzi pubblicitari.	5,00 ml.
Distanza prima dei segnali di pericolo e prescrizione.	5,00 ml.
Distanza dopo i segnali di pericolo e prescrizione.	5,00 ml.
Distanza prima dei segnali di indicazione.	5,00 ml.
Distanza dopo i segnali di indicazione.	5,00 ml.
Distanza prima degli impianti semaforici e delle intersezioni (anche nelle intersezioni regolate in senso rotatorio).	10,00 ml.
Distanza dopo gli impianti semaforici e le intersezioni.	5,00 ml.
Distanza dall'imbocco delle gallerie.	5,00 ml.

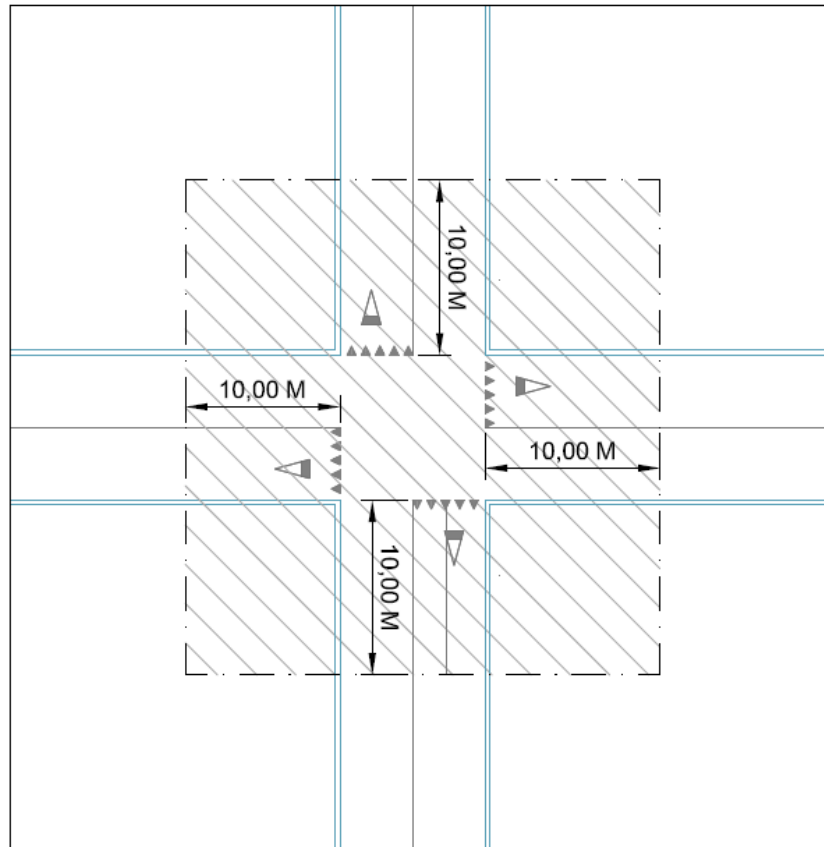
Le distanze si calcolano nel senso delle singole direttrici di marcia.

Nelle rotatorie tali impianti non possono essere installati.

DISTANZA MINIMA PRIMA DELLE INTERSEZIONI REGOLATE IN SENSO ROTATORIO:



DISTANZA MINIMA PRIMA DEGLI IMPIANTI SEMAFORICI E DELLE INTERSEZIONI:



d - Zonizzazione.

Questa tipologia di impianti pubblicitari potrà essere installata nel rispetto delle prescrizioni riportate nella tabella seguente (la zona evidenziata con cornice comprende il centro abitato):

	Zona Rosa	Zona Azzurra	Zona Verde	Zona Bianca			
Affissioni su plance a muro							
Superficie massima				mq.2,80	mq.18,00	mq.18,00	mq.6,00
Tipologia impianti				Strutture di sostegno in metallo zincato verniciato.	Strutture di sostegno in metallo zincato verniciato.	Strutture di sostegno in metallo zincato verniciato.	Strutture di sostegno in metallo zincato verniciato.

AFFISSIONI SU PLANCE ANCORATE AL SUOLO

a - Definizione.

Si definisce "plancia ancorata al suolo" il manufatto bifacciale o monofacciale supportato da un'ideale struttura di sostegno infissa nel suolo, che è finalizzato alla diffusione di messaggi pubblicitari o propagandistici tramite sovrapposizione di manifesti cartacei.

b - Dimensioni e caratteristiche.

1. Per le affissioni su plance ancorate al suolo le dimensioni consentite sono soltanto quelle modulate in rapporto agli standard affissionali cm.70xcm.100 e multipli di tale standard (orizzontali o verticali) o cm.600xcm.300 (solo orizzontali) o di dimensioni inferiori a patto che venga garantita una corretta impaginazione.
2. Tutte le plance, ove consentito, non dovranno superare, all'interno dei centri abitati, la superficie di mq.18,00 per ogni lato di affaccio con un massimo di due lati di affaccio.
3. Non sono ammesse collocazioni di manifesti in modo tale da generare condizioni di pericolo per la pubblica incolumità, a seguito del distacco di grandi porzioni di manifesti sovrapposti, causate da agenti atmosferici o atti vandalici.
4. Tali impianti dovranno essere in acciaio zincato opportunamente verniciato.

Tutti gli impianti installati dovranno essere verniciati di colore *Grigio Traffico A* (colore RAL: 7042 – HEX: 8D948D).

Gli impianti destinati agli avvisi funebri dovranno essere di colore *Grigio Traffico A* (colore RAL: 7042 – HEX: 8D948D) e dovranno recare una tabella collocata nella parte superiore recante la scritta nera su fondo bianco "*Comune di Chieti Servizio Pubbliche Affissioni - Avvisi Funebri*".

Gli impianti destinati alle affissioni di natura istituzionale dovranno recare una tabella collocata nella parte superiore con scritto "*Comune di Chieti Servizio Pubbliche Affissioni - Avvisi Istituzionali*".

c - Ubicazione.

Le plance ancorate al suolo poste perpendicolari o oblique al senso di marcia dei veicoli all'interno dei centri abitati dovranno rispettare le seguenti distanze minime:

Distanza dal limite della carreggiata.	1,00 ml.
Distanza dagli altri cartelli e mezzi pubblicitari.	5,00 ml.
Distanza prima dei segnali di pericolo e prescrizione.	5,00 ml.
Distanza dopo i segnali di pericolo e prescrizione.	5,00 ml.
Distanza prima dei segnali di indicazione.	5,00 ml.
Distanza dopo i segnali di indicazione.	5,00 ml.
Distanza prima degli impianti semaforici e delle intersezioni (anche nelle intersezioni regolate in senso rotatorio).	10,00 ml.
Distanza dopo gli impianti semaforici e le intersezioni.	5,00 ml.
Distanza dall'imbocco delle gallerie.	50,00 ml.

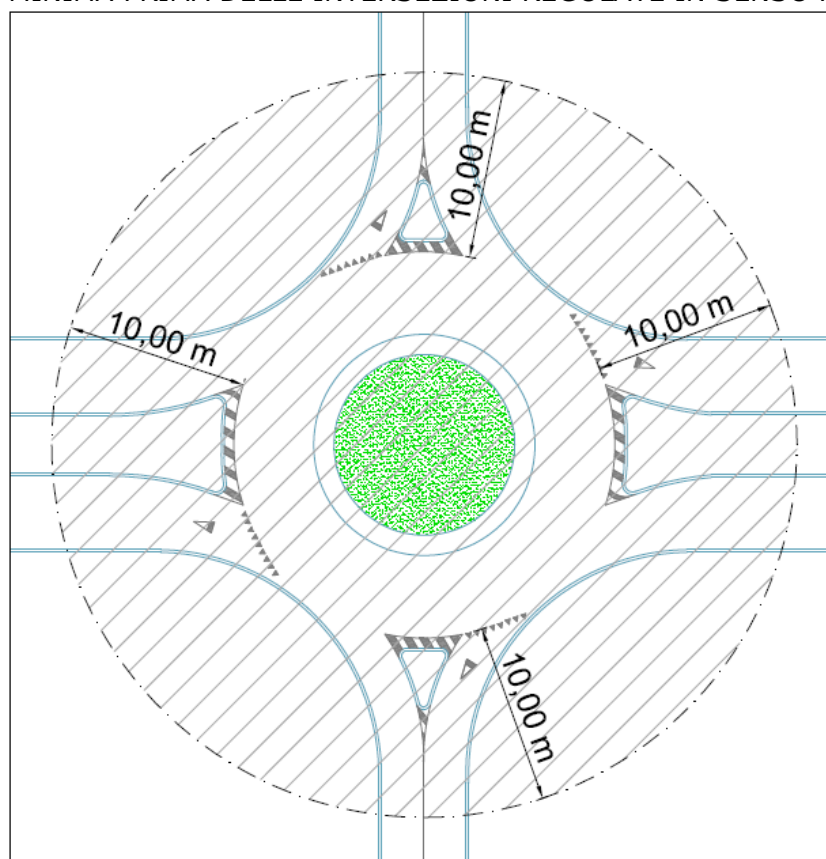
Le plance autoportanti collocate lungo le strade e le relative fasce di pertinenza poste in posizione parallela rispetto al senso di marcia dei veicoli all'interno dei centri abitati dovranno rispettare le seguenti distanze minime:

Distanza dal limite della carreggiata.	1,00 ml.
Distanza dagli altri cartelli e mezzi pubblicitari.	5,00 ml.
Distanza prima dei segnali di pericolo e prescrizione.	5,00 ml.
Distanza dopo i segnali di pericolo e prescrizione.	5,00 ml.
Distanza prima dei segnali di indicazione.	5,00 ml.
Distanza dopo i segnali di indicazione.	5,00 ml.
Distanza prima degli impianti semaforici e delle intersezioni (anche nelle intersezioni regolate in senso rotatorio).	10,00 ml.
Distanza dopo gli impianti semaforici e le intersezioni.	5,00 ml.
Distanza dall'imbocco delle gallerie.	50,00 ml.

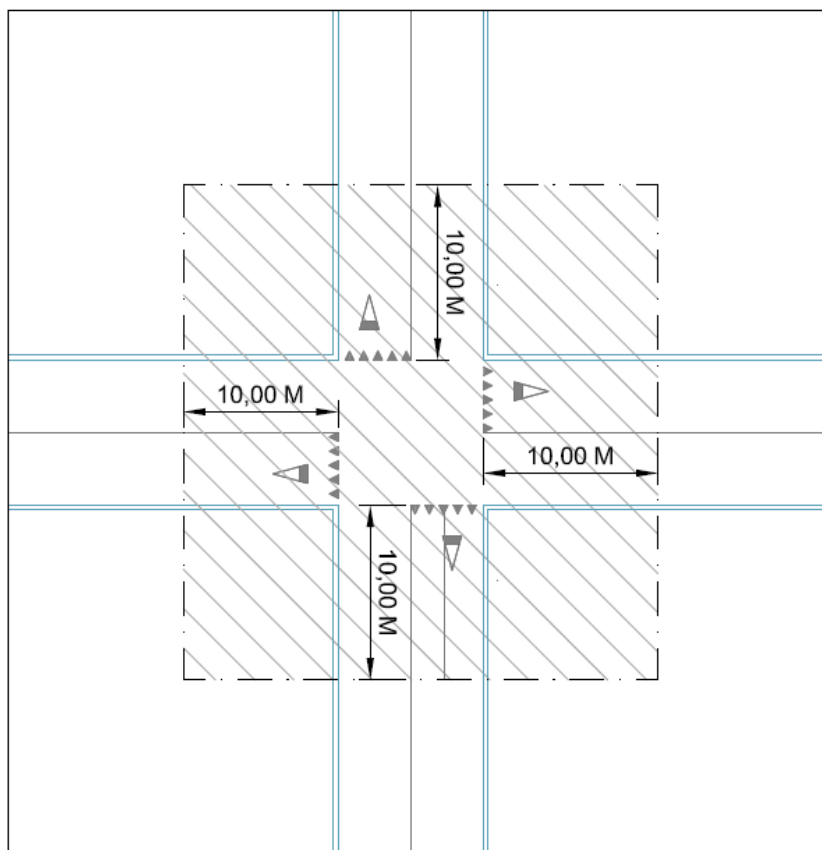
Le distanze si calcolano nel senso delle singole direttrici di marcia.

Nelle rotonde tali impianti non possono essere installati.

DISTANZA MINIMA PRIMA DELLE INTERSEZIONI REGOLATE IN SENSO ROTATORIO:



DISTANZA MINIMA PRIMA DEGLI IMPIANTI SEMAFORICI E DELLE INTERSEZIONI:



d - Zonizzazione.

Questa tipologia di impianti pubblicitari potrà essere installata nel rispetto delle prescrizioni riportate nella tabella seguente (la zona evidenziata con cornice comprende il centro abitato):

	Zona Rosa	Zona Azzurra	Zona Verde	Zona Bianca
Affissioni su plance ancorate al suolo				
Superficie massima				mq.2,80
Tipologia impianti	Strutture di sostegno in metallo zincato verniciato.	Strutture di sostegno in metallo zincato verniciato.	Strutture di sostegno in metallo zincato verniciato.	Strutture di sostegno in metallo zincato verniciato.

SUPERFICIE COMPLESSIVA DESTINATA ALLE AFFISSIONI

La superficie complessiva minima da destinare agli impianti per affissioni non può risultare inferiore a mq.18,00 ogni 1000 abitanti come stabilito dal *D.L. n.507 del 15.12.1993*; considerata l'importanza commerciale del *Comune di Chieti* è stata stabilita una superficie di mq.50,00 ogni 1000 abitanti per un totale di mq.2.624,30 da distribuire nel territorio comunale, calcolato su una popolazione di circa 52.486 abitanti.

Gli spazi da destinare alle affissioni sono suddivisi nelle seguenti percentuali:

a) spazi di natura istituzionale, sociale e comunque privi di rilevanza economica: 10% per un totale di mq.262,43;

b) spazi per affissioni di natura commerciale: 60% per un totale di mq.1.574,58;

c) spazi destinati all'affissione diretta da parte dei privati, comunque diversi dal concessionario del pubblico servizio: 30% per un totale di mq.787,29.

L'Amministrazione Comunale si riserva:

- la scelta delle modalità, della localizzazione e dei tempi di inserimento degli impianti di affissioni;
- il diritto di recuperare ed adeguare alla nuova normativa gli impianti di affissioni esistenti.

ART. 7

CARTELLONISTICA

a - Definizione.

Si definisce "cartello" un manufatto bidimensionale supportato da un'ídonea struttura di sostegno, con una sola o entrambe le facce finalizzate alla diffusione di messaggi pubblicitari o propagandistici, sia direttamente, sia tramite sovrapposizione di altri elementi quali manifesti, adesivi, ecc., come illustrato nell'allegato grafico al presente regolamento: può essere luminoso sia per luce propria che per luce indiretta.

b - Dimensioni e caratteristiche.

Nel territorio comunale, i cartelli non possono superare la superficie utile di mq.18,00 per ogni lato di affaccio con un massimo di due lati di affaccio.

I cartelli dovranno essere collocati in modo tale che il bordo inferiore degli stessi deve essere ad una quota non inferiore a ml.1,50 dal piano stradale.

Le strutture di sostegno dei cartelli stradali dovranno essere di colore *Grigio Traffico A* (colore RAL: 7042 – HEX: 8D948D), e dovranno essere costituite esclusivamente da un palo di sostegno per cartelli con superficie inferiore a mq.6,00 e su uno o due pali per superfici superiori ai mq.6,00.

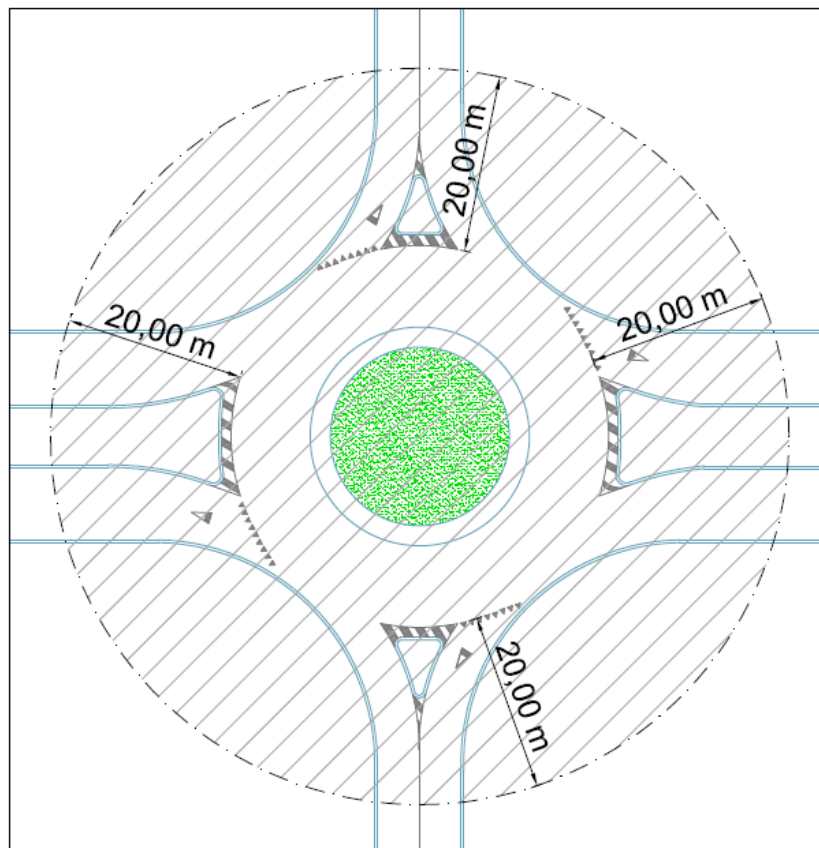
I cartelli devono avere una altezza minima (una delle due dimensioni) di ml.1,40.

c - Ubicazione.

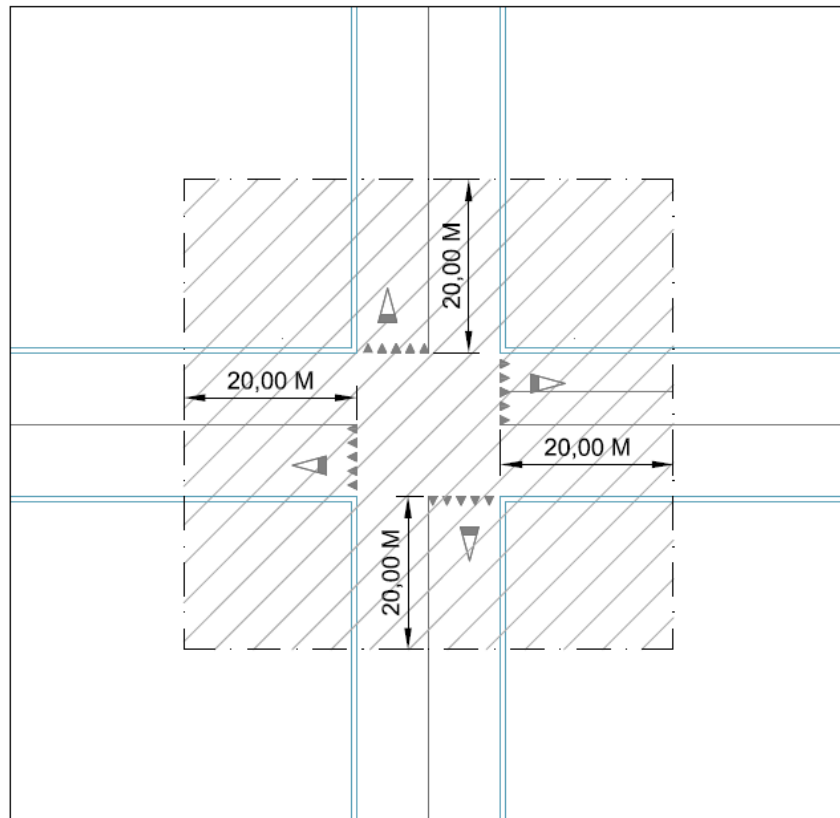
Il posizionamento dentro i centri abitati per cartelli perpendicolari al senso di marcia potrà avvenire nel rispetto delle seguenti distanze minime:

Distanza dal limite della carreggiata.	1,50 ml.
Distanza dagli altri cartelli e mezzi pubblicitari.	20,00 ml.
Distanza prima dei segnali di pericolo e prescrizione.	20,00 ml.
Distanza dopo i segnali di pericolo e prescrizione.	20,00 ml.
Distanza prima dei segnali di indicazione.	10,00 ml.
Distanza dopo i segnali di indicazione.	10,00 ml.
Distanza prima degli impianti semaforici e delle intersezioni (anche nelle intersezioni regolate in senso rotatorio).	20,00 ml.
Distanza dopo gli impianti semaforici e le intersezioni.	20,00 ml.
Distanza dall'imbocco delle gallerie.	50,00 ml.

DISTANZA MINIMA PRIMA DELLE INTERSEZIONI REGOLATE IN SENSO ROTATORIO:



DISTANZA MINIMA PRIMA DEGLI IMPIANTI SEMAFORICI E DELLE INTERSEZIONI:

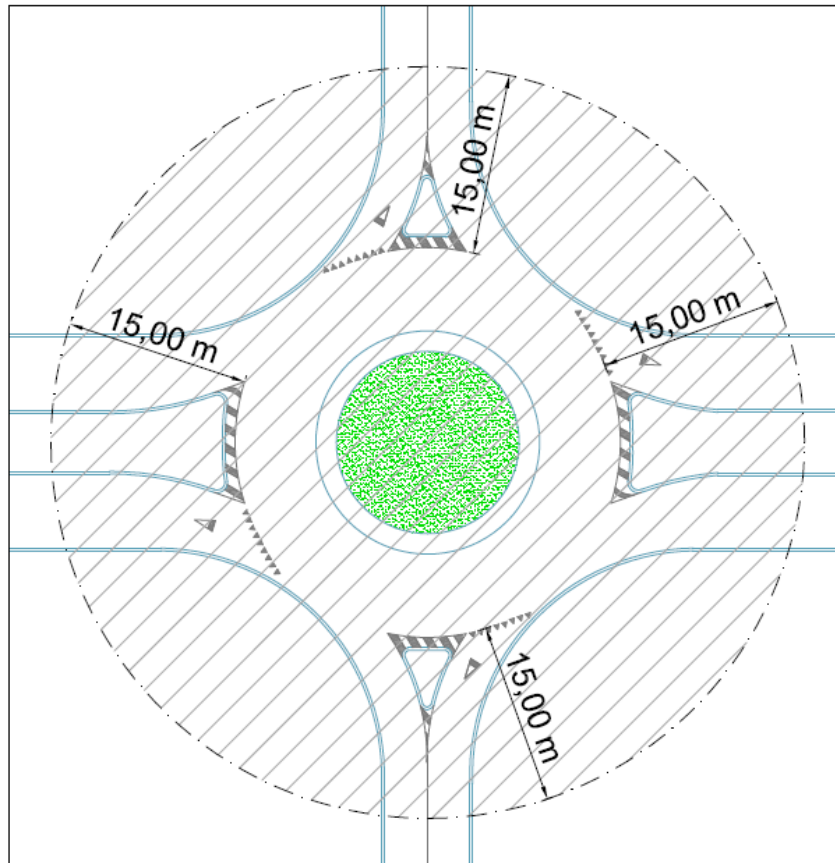


Il posizionamento dentro i centri abitati per cartelli paralleli al senso di marcia potrà avvenire nel rispetto delle seguenti distanze minime:

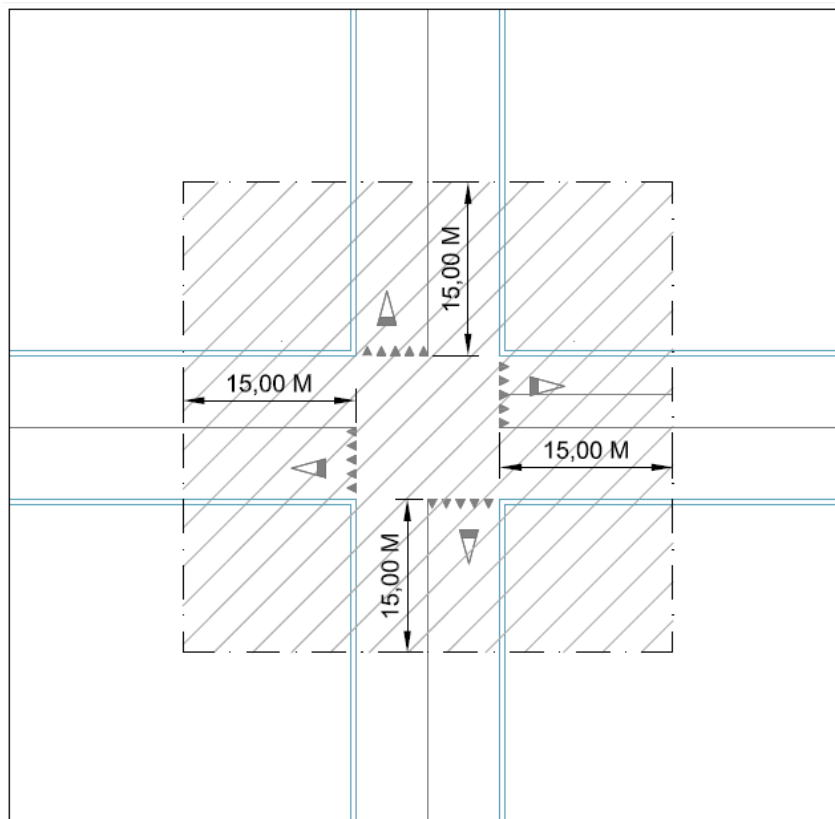
Distanza dal limite della carreggiata.	1,50 ml.
Distanza dagli altri cartelli e mezzi pubblicitari.	10,00 ml.
Distanza prima dei segnali di pericolo e prescrizione.	10,00 ml.
Distanza dopo i segnali di pericolo e prescrizione.	10,00 ml.
Distanza prima dei segnali di indicazione.	10,00 ml.
Distanza dopo i segnali di indicazione.	10,00 ml.
Distanza prima degli impianti semaforici e delle intersezioni (anche nelle intersezioni regolate in senso rotatorio).	15,00 ml.
Distanza dopo gli impianti semaforici e le intersezioni.	15,00 ml.
Distanza dall'imbocco delle gallerie.	5,00 ml.

Le distanze si calcolano nel senso delle singole direttrici di marcia.

DISTANZA MINIMA PRIMA DELLE INTERSEZIONI REGOLATE IN SENSO ROTATORIO:



DISTANZA MINIMA PRIMA DEGLI IMPIANTI SEMAFORICI E DELLE INTERSEZIONI:



d - Zonizzazione.

Questa tipologia di impianti pubblicitari potrà essere installata nel rispetto delle prescrizioni riportate nella tabella seguente (la zona evidenziata con cornice comprende il centro abitato):

	Zona Rosa	Zona Azzurra	Zona Verde	Zona Bianca
Cartellonistica				
Superficie massima	Non consentita installazione.	Non consentita installazione.	mq.18,00	mq.6,00

Fuori dai centri abitati l'installazione dei cartelli pubblicitari è regolamentato dal *Nuovo Codice della Strada* e dal *Regolamento di Attuazione ed Esecuzione del Codice della Strada*; il colore e le dimensioni devono invece essere conformi a quanto descritto in tali norme.

ART. 8

PANNELLI TOPONOMASTICI

a - Definizione.

Si definisce "pannello toponomastico" un manufatto bidimensionale supportato da un'ideale struttura di sostegno, con una sola o entrambe le facce finalizzate alla descrizione della mappa della città. Lo scopo è quello di fornire un servizio che serva ad informare sulle attività economiche del luogo, del quartiere o della porzione di territorio in cui l'utente si trova oppure fornire un servizio informativo sociale per indicare e/o la presenza di farmacie, ospedali, pubblici servizi, numeri telefonici.

b - Dimensioni e caratteristiche.

Paline per toponomastica realizzate con tubo in ferro zincato a caldo con struttura tubolare, la quale subisce poi un trattamento di verniciatura a polveri, in grado di sopportare graffi e sollecitazioni meccaniche in genere. Fissaggio a suolo mediante inserimento in plinto di fondazione. Le altezze e le misure dei pannelli toponomastici possono variare a seconda delle esigenze dell'Amministrazione. I pannelli toponomastici informativi possono essere in rame, in ceramica o altro materiale, solitamente incisi e colorati artigianalmente a mano.

c - Ubicazione.

Il posizionamento e il numero di tali impianti sarà a discrezione dell'Amministrazione Comunale. Nelle rotonde tali impianti non possono essere installati.

ART. 9

IMPIANTI PUBBLICITARI A MESSAGGIO VARIABILE

a - Definizione.

Si definisce "impianto a messaggio variabile" il mezzo pubblicitario avente la possibilità di mutare il messaggio nel corso del tempo, ad intervalli regolari variabili; ciò può realizzarsi attraverso l'ausilio di sistemi automatici di tipo elettro-meccanico ovvero attraverso sistemi elettronico-digitali: può essere luminoso sia per luce propria che per luce indiretta.

b - Dimensioni e caratteristiche.

Nel territorio comunale, gli impianti a messaggio variabile non possono superare la superficie utile di mq.18,00.

Gli impianti a messaggio variabile dovranno essere collocati in modo tale che il bordo inferiore degli stessi deve essere ad una quota non inferiore a ml.1,50 dal piano stradale. All'interno dei centri abitati è vietato collocare impianti a messaggio variabile con periodo di variabilità inferiore a 5 sec.

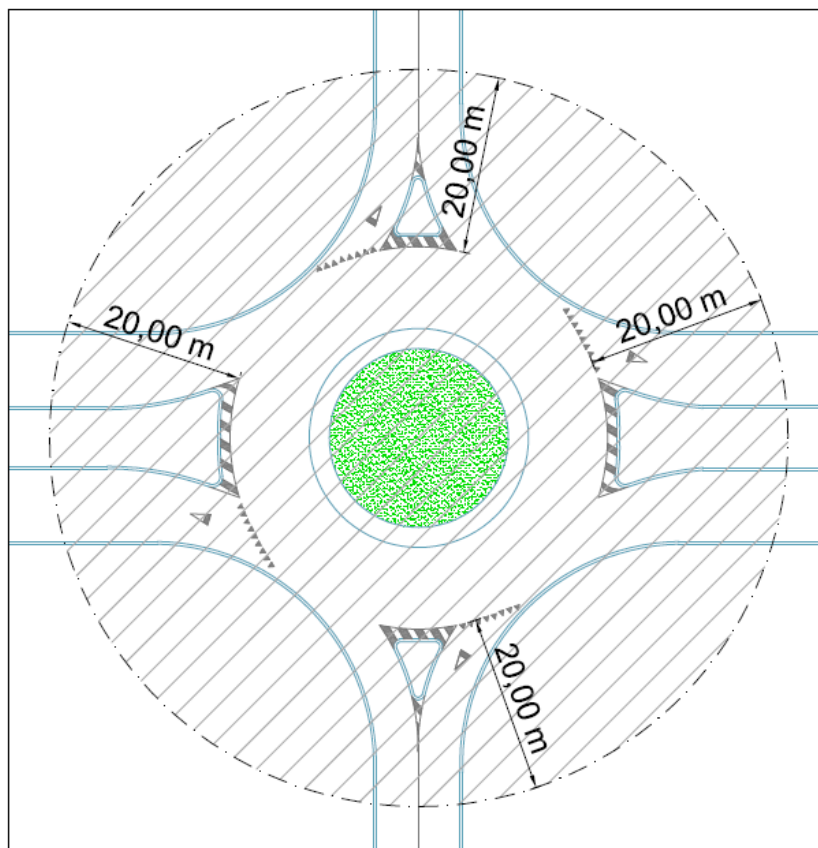
Le strutture di sostegno dovranno essere di colore *Grigio Traffico A* (colore RAL: 7042 – HEX: 8D948D).

c - Ubicazione.

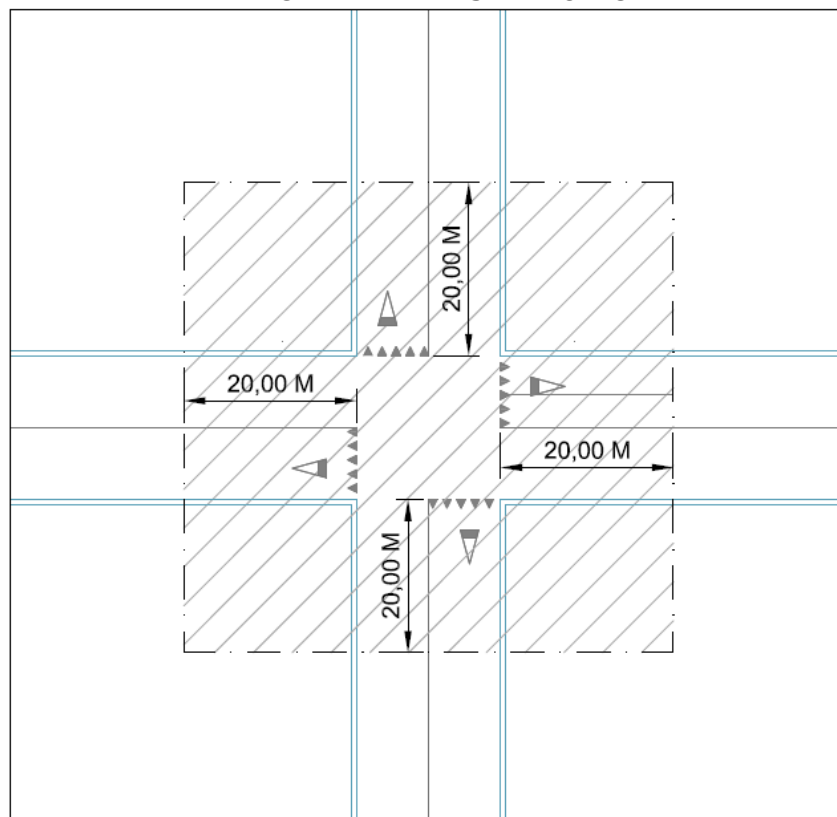
Il posizionamento dentro i centri abitati per impianti a messaggio variabile perpendicolari al senso di marcia potrà avvenire nel rispetto delle seguenti distanze minime:

Distanza dal limite della carreggiata.	1,50 ml.
Distanza dagli altri cartelli e mezzi pubblicitari.	20,00 ml.
Distanza prima dei segnali di pericolo e prescrizione.	20,00 ml.
Distanza dopo i segnali di pericolo e prescrizione.	20,00 ml.
Distanza prima dei segnali di indicazione.	10,00 ml.
Distanza dopo i segnali di indicazione.	10,00 ml.
Distanza prima degli impianti semaforici e delle intersezioni (anche nelle intersezioni regolate in senso rotatorio).	20,00 ml.
Distanza dopo gli impianti semaforici e le intersezioni.	20,00 ml.
Distanza dall'imbocco delle gallerie.	50,00 ml.

DISTANZA MINIMA PRIMA DELLE INTERSEZIONI REGOLATE IN SENSO ROTATORIO:



DISTANZA MINIMA PRIMA DEGLI IMPIANTI SEMAFORICI E DELLE INTERSEZIONI:

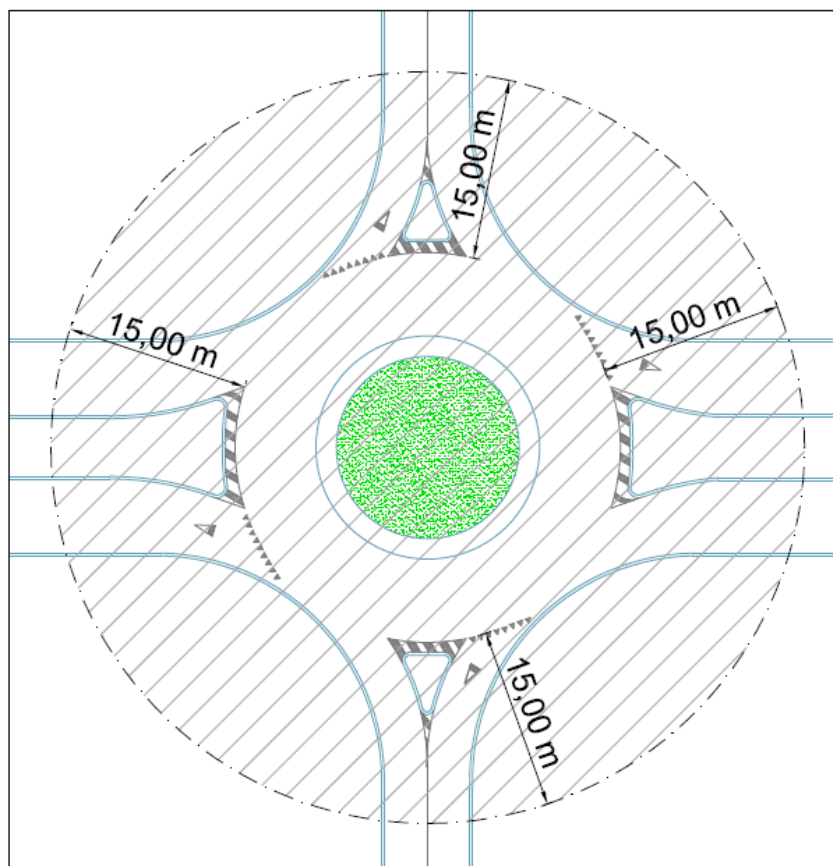


Il posizionamento dentro i centri abitati per impianti a messaggio variabile paralleli al senso di marcia potrà avvenire nel rispetto delle seguenti distanze minime:

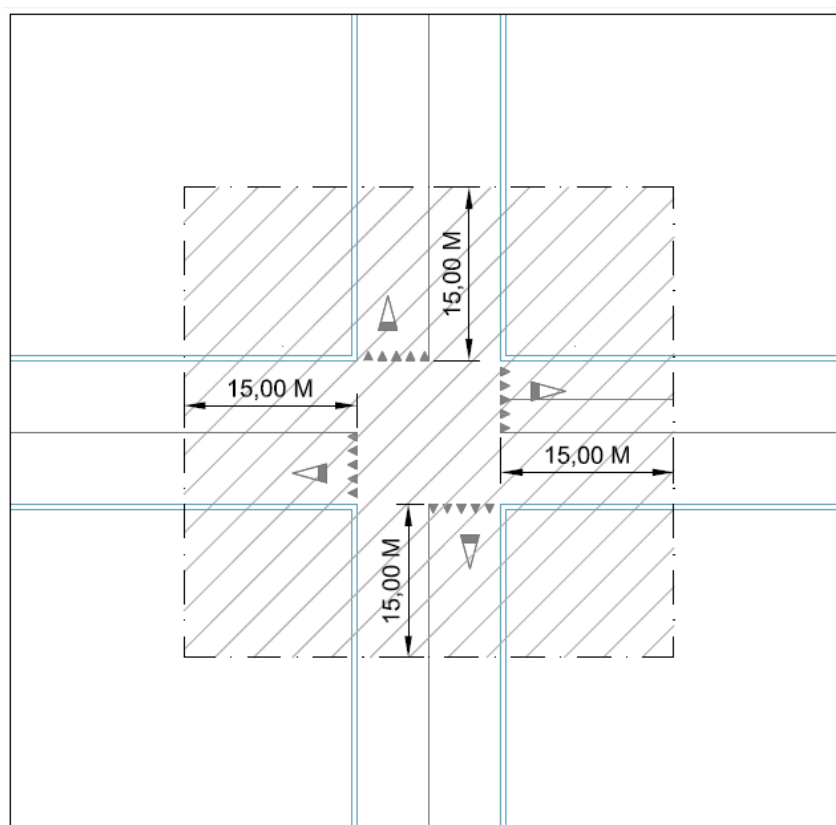
Distanza dal limite della carreggiata.	1,50 ml.
Distanza dagli altri cartelli e mezzi pubblicitari.	20,00 ml.
Distanza prima dei segnali di pericolo e prescrizione.	10,00 ml.
Distanza dopo i segnali di pericolo e prescrizione.	10,00 ml.
Distanza prima dei segnali di indicazione.	10,00 ml.
Distanza dopo i segnali di indicazione.	10,00 ml.
Distanza prima degli impianti semaforici e delle intersezioni (anche nelle intersezioni regolate in senso rotatorio).	15,00 ml.
Distanza dopo gli impianti semaforici e le intersezioni.	15,00 ml.
Distanza dall'imbocco delle gallerie	10,00 ml.

Le distanze si calcolano nel senso delle singole direttrici di marcia.

DISTANZA MINIMA PRIMA DELLE INTERSEZIONI REGOLATE IN SENSO ROTATORIO:



DISTANZA MINIMA PRIMA DEGLI IMPIANTI SEMAFORICI E DELLE INTERSEZIONI:



d - Zonizzazione.

Questa tipologia di impianti pubblicitari potrà essere installata nel rispetto delle prescrizioni riportate nella tabella seguente (la zona evidenziata con cornice comprende il centro abitato):

	Zona Rosa	Zona Azzurra	Zona Verde	Zona Bianca
Impianti a messaggio variabile				
Superficie massima	Non consentita installazione.	Non consentita installazione.	mq.18,00	mq.6,00

ART.10

INDICATORI DIREZIONALI O PREINSEGNE

a - Definizione.

Si definisce "indicatore direzionale o preinsegna" la scritta in caratteri alfanumerici, completata da freccia di orientamento, ed eventualmente da simboli e da marchi, realizzata su manufatto bidimensionale, supportato da un'idonea struttura di sostegno, finalizzata alla pubblicizzazione direzionale della sede dove si esercita una determinata attività ed installata in modo da

facilitarne il reperimento della sede stessa e comunque nel raggio di km.5,00; sono concessi solo se realizzati secondo impianti multipli anche se non totalmente occupati secondo quanto illustrato dall'allegato al presente regolamento.

E' in ogni caso vietato collocare gli indicatori direzionali sui sostegni degli impianti di segnaletica stradale, paline fermata bus, e su ogni altro sostegno non predisposto allo scopo; tale tipologia di pubblicità si deve attenere a quanto prescritto dall'art.134 (1) del *Regolamento di Esecuzione e di Attuazione del Nuovo Codice della Strada* (D.P.R. del 16 dicembre 1992 n.495).

L'autorizzazione di tali indicatori direzionali potrà essere concessa:

1. per attività di carattere industriale, artigianale o commerciale;
2. per attività di servizio privato di pubblico interesse (hotel, ristoranti, cinema, officine meccaniche, ospedali, farmacie ...).

I colori di fondo dei singoli pannelli e delle lettere devono rispettare le seguenti disposizioni:

- attività industriali, artigianali e commerciali: fondo nero scritte gialle con riproduzione del logotipo aziendale;
- alberghi e ristoranti: fondo bianco scritte nere con riproduzione del logo tipo identificativo;
- indicazioni turistiche: fondo marrone scritte bianche con riproduzione del logo tipo identificativo;
- luoghi di pubblico interesse: fondo bianco scritte nere con riproduzione del logo tipo identificativo.

b - Dimensioni e caratteristiche.

Le targhe installate devono avere dimensioni di cm.125 di base x cm.25 di altezza, devono inoltre essere collocate su una struttura che si integri con il contesto urbano circostante sia per la scelta dei materiali che per la forma dei sostegni (potranno essere installati impianti realizzati con strutture di sostegno in alluminio estruso di colore grigio antracite o in fusioni di ghisa).

Possono essere installati impianti direzionali come consentito dagli art.81 e art.134 (1) del *Regolamento di Esecuzione e di Attuazione del Codice della Strada* (D.P.R. 16 dicembre 1992 n.495).

Tutte le installazioni devono essere strutturate in modo da consentire una facile lettura e quindi riportare semplicemente il nome, il logotipo della ditta e la relativa freccia direzionale; sono consentite installazioni singole o multiple su di uno o più pali come previsto dall'allegato grafico al presente regolamento.

Ogni tabella direzionale dovrà essere collocata in armonia con le indicazioni direzionali delle altre tabelle secondo lo schema grafico organizzativo allegato al **Piano** e nel caso vengano aggiunte altre tabelle nel corso del tempo dovrà, se necessario, essere riorganizzata la

distribuzione delle tabelle stesse nell'impianto direzionale multiplo.

L'Amministrazione Comunale si riserva il diritto di stipulare una convenzione con terzi per l'apposizione di tale segnaletica.

c - Ubicazione.

Il posizionamento degli indicatori direzionali potrà avvenire con il rispetto di quanto prescritto dall'art.81 del *Regolamento del Nuovo Codice della Strada*, purché non interferiscano con l'avvistamento e la visibilità dei segnali di pericolo, di prescrizione e di indicazione ed inoltre siano rispettate le più ampie esigenze di sicurezza della circolazione stradale.

d - Zonizzazione.

Questa tipologia di impianti pubblicitari potrà essere installata nel rispetto delle prescrizioni riportate nella tabella seguente (la zona evidenziata con cornice comprende il centro abitato):

	Zona Rosa	Zona Azzurra	Zona Verde	Zona Bianca
Indicatori direzionali				
Superficie massima	1,25ml.x0,25ml.	1,25ml.x0,25ml.	1,25ml.x0,25ml.	1,25ml.x0,25ml.
Tipologia impianti	Strutture in ghisa o alluminio estruso.	Strutture in ghisa o alluminio estruso.	Strutture in ghisa o alluminio estruso.	Strutture in ghisa o alluminio estruso.

ART.11

IMPIANTI PUBBLICITARI DI SERVIZIO (PUBBLICITA' E ARREDO URBANO)

a - Definizione.

Si definisce "impianto pubblicitario di servizio", come definito dall'art.47 comma 7 del D.P.R. 16 Dicembre 1992 n.495, qualunque manufatto avente quale scopo primario un servizio di pubblica utilità nell'ambito dell'arredo urbano e stradale (fermate autobus, pensiline, paline, cestini, panchine, orologi, ecc.) recante uno spazio pubblicitario che può anche essere luminoso sia per luce diretta che per luce indiretta.

Non sono autorizzate collocazioni di mezzi pubblicitari di servizio se non attraverso una linea progettuale appositamente studiata in stretta correlazione con l'immagine dello spazio urbano in cui sono collocati in accordo con eventuali piani attuativi.

L'Amministrazione Comunale si riserva la facoltà di stipulare apposite convenzioni con ditte specializzate per l'installazione di questa tipologia di impianto, anche al fine di garantire l'uniformità di arredo.

b - Dimensioni e caratteristiche.

Tali impianti pubblicitari andranno considerati per la loro qualità di inserimento in accordo con l'elemento funzionale d'arredo e successivamente di quest'ultimo con il contesto urbano circostante; possono essere presentate proposte progettuali di inserimento di tali elementi anche per iniziativa privata; in questo caso tali inserimenti saranno regolamentati da un'apposita convenzione tra il Soggetto Privato e il Comune di *Chieti*.

c - Ubicazione.

Dentro i centri abitati il posizionamento degli impianti pubblicitari di servizio potrà avvenire in deroga alle distanze definite precedentemente purché il loro posizionamento non interferisca con l'avvistamento e la visibilità dei segnali di pericolo, di prescrizione e di indicazione ed inoltre siano rispettate le più ampie esigenze di sicurezza della circolazione stradale. Nel caso in cui ciascun cartello abbinato ad un servizio abbia una superficie di esposizione inferiore a mq.1,00 non si applicano le distanze definite in precedenza.

d - Zonizzazione.

Non sussistono limitazioni zionali all'inserimento di tali sistemi purché il loro progetto di realizzazione ed installazione trovi motivate ragioni di inserimento, per qualità fisiche e visive, in rapporto armonico con il contesto ambientale in cui andranno a collocarsi. Negli allegati grafici al presente regolamento sono riportati degli schemi tipologici a cui dovranno preferibilmente ricondursi gli impianti pubblicitari di servizio collocati nelle diverse zone del centro abitato del Comune di *Chieti*.

ART.12

STRISCIONI - LOCANDINE - STENDARDI

a - Definizione.

Si definisce "striscione, locandina o stendardo", come definito dall'art.47 comma 5 del D.P.R. 16 Dicembre 1992 n.495, l'elemento bidimensionale realizzato in materiale privo di rigidità, mancante di una superficie di appoggio o comunque non aderente alla stessa, finalizzato alla promozione pubblicitaria di manifestazioni e/o spettacoli di pubblico interesse; le "locandine" possono essere utilizzate anche per manifestazioni e iniziative commerciali di pubblico interesse; possono essere in tela di cotone impermeabile, in tela plastificata o in pvc e comunque luminosi solo per luce indiretta; la locandina, se posizionata sul terreno, può essere realizzata anche in materiale rigido.

E' vietata la collocazione di striscioni, locandine e stendardi sulle recinzioni degli edifici, sulle balaustre, sulle inferriate, sui portalampade o lampioni ovvero sui pali tramviari e/o di qualsiasi altro mezzo tecnico funzionale di uso pubblico.

b - Dimensioni e caratteristiche.

Per i limiti dimensionali si applicano le prescrizioni riportate nelle tabelle del paragrafo zonizzazione del presente articolo.

In ogni caso per la messa in opera degli "striscioni" a cavallo degli assi viari è assolutamente vietato l'utilizzo (quale supporto di aggancio ed ancoraggio) di portalampade o lampioni ovvero di pali tramviari e/o di qualsiasi altro mezzo tecnico funzionale di uso pubblico non opportunamente dimensionato, predisposto o calcolato per sostenere tali agganci; l'aggancio può avvenire solo tramite opportuni sostegni o tramite due facciate edilizie prospicienti a patto che vengano fatti salvi i diritti di terzi e vengano rispettati i più ampi criteri di sicurezza pubblica, relativi al traffico ed alla prospettiva visiva dal punto di vista della salvaguardia del patrimonio architettonico e ambientale, urbano e paesaggistico.

La collocazione degli striscioni, simmetrica rispetto alla mezzzeria della strada, deve risultare perpendicolare al senso di marcia dei veicoli e ad una distanza minima da terra di 5,10 metri della parte inferiore del supporto pubblicitario e posti a distanza reciproca non inferiore a 12,50 metri.

L'esposizione di striscioni, locandine e stendardi, è ammessa solo nel periodo di svolgimento della manifestazione o dello spettacolo cui si riferisce oltreché durante la settimana precedente e le 24 ore successive allo stesso.

Nei centri storici, l'esposizione di striscioni, locandine e stendardi, può essere autorizzata nel caso che abbiano per oggetto manifestazioni, esposizioni, avvenimenti che si tengono negli abitati dei quali i centri storici fanno parte.

E' vietata la collocazione di locandine in materiale rigido semplicemente appoggiate al terreno in prossimità del bordo della carreggiata.

c - Ubicazione.

Il posizionamento di striscioni, locandine e stendardi dentro i centri abitati potrà avvenire nel rispetto delle seguenti distanze minime:

Distanza dal limite della carreggiata.	1,50 ml.
Distanza dagli altri cartelli e mezzi pubblicitari.	5,00 ml.
Distanza prima dei segnali di pericolo e prescrizione.	10,00 ml.
Distanza dopo i segnali di pericolo e prescrizione.	10,00 ml.
Distanza prima dei segnali di indicazione.	10,00 ml.
Distanza dopo i segnali di indicazione.	10,00 ml.
Distanza prima degli impianti semaforici e delle intersezioni (anche nelle intersezioni regolate in senso rotatorio).	10,00 ml.
Distanza dopo gli impianti semaforici e le intersezioni.	10,00 ml.
Distanza dall'imbocco delle gallerie.	50,00 ml.

d - Zonizzazione.

Questa tipologia di impianti pubblicitari potrà essere installata nel rispetto delle prescrizioni riportate nella tabella seguente (la zona evidenziata con cornice comprende il centro abitato):

	Zona Rosa	Zona Azzurra	Zona Verde	Zona Bianca
Stendardi/Locandine				
Superficie massima	mq.1,40	mq.1,40	mq.1,40	mq.1,40
Tipologia impianti	PVC/Cot.	PVC/Cot.	PVC/Cot.	PVC/Cot.

	Zona Rosa	Zona Azzurra	Zona Verde	Zona Bianca
Striscioni				
Superficie massima	mq.10,00	mq.10,00	mq.10,00	mq.10,00
Tipologia impianti	PVC/Cot.	PVC/Cot.	PVC/Cot.	PVC/Cot.

Nelle rotatorie tali impianti non possono essere installati.

Il rilascio delle autorizzazioni per l'installazione degli striscioni saranno a discrezione dell'Amministrazione Comunale ogni qual volta saranno richieste, indipendentemente dal tipo di zona.

ART.13

TELONI TESI

a - Definizione.

Essi sono costituiti da teli in cotone o Pvc montati e tesi su apposito telaio tramite corde in nylon o di altro tipo che attraversano apposite linee di occhielli metallici in alluminio o comunque inossidabili.

Questi impianti possono essere installati per brevi periodi a termine ovvero dove il mezzo pubblicitario debba essere necessariamente removibile e/o riutilizzabile per la natura stessa dell'attività pubblicizzata (es.:Ditte che eseguono lavori in corso d'opera in cantieri edili).

b - Dimensioni.

Nel caso che vengano utilizzati in cantiere non esistono vincoli dimensionali; nel caso che vengano utilizzati invece in altre situazioni, devono essere rispettate le norme previste dal presente **P.G.I.P.** per il tipo di mezzo pubblicitario al quale possono essere paragonati (o che

sostituiscono temporaneamente) ogni volta che vengono utilizzati.

c - Ubicazione.

Per le distanze dovranno essere rispettate le norme previste dal presente **P.G.I.P.** per il tipo di mezzo pubblicitario al quale possono essere paragonati (o che sostituiscono temporaneamente) ogni volta che vengono utilizzati e comunque i teloni dovranno essere utilizzati esclusivamente in prossimità dei cantieri o delle sedi commerciali per i quali vengono appositamente sfruttati.

Nel caso che vengano utilizzati nei cantieri non sono previste distanze da rispettare.

d - Zonizzazione.

Questa tipologia di impianti pubblicitari potrà essere installata nel rispetto delle prescrizioni riportate nella tabella seguente (la zona evidenziata con cornice comprende il centro abitato):

	Zona Rosa	Zona Azzurra	Zona Verde	Zona Bianca
Teloni tesi				
Tipologia impianti	PVC/Cot.	PVC/Cot.	PVC/Cot.	PVC/Cot.

ART.14

SEGNI ORIZZONTALI RECLAMISTICI

a - Definizione.

Si definisce "segno orizzontale reclamistico", come definito dall'art.47 comma 6 del D.P.R. 16 Dicembre 1992 n.495, la riproduzione sulla superficie stradale, con pellicole adesive, di scritte in caratteri alfanumerici, di simboli e di marchi, finalizzata alla diffusione di messaggi pubblicitari o propagandistici.

b - Dimensioni e caratteristiche.

Non vi sono limitazioni particolari a patto che vengano realizzati con modalità e sistemi adatti ad evitare qualsiasi pericolo per il transito delle persone e dei mezzi sulla strada stessa; devono essere realizzati con materiali rimovibili ma ben ancorati, nel momento dell'utilizzo, alla superficie stradale e che garantiscono una buona aderenza dei veicoli sugli stessi.

c - Ubicazione.

Non esistono ulteriori divieti zonali in quanto questi elementi sono ammessi unicamente:

1. all'interno di aree ad uso pubblico di pertinenza di complessi industriali o commerciali;
2. lungo il percorso di manifestazioni sportive, o su aree delimitate, destinate allo svolgimento di manifestazioni di vario genere limitatamente al periodo di svolgimento delle stesse ed

alle 24 ore precedenti e successive (cfr. art.51 comma 9 del *Regolamento di Esecuzione ed Attuazione del Nuovo Codice della Strada*).

Per essi non vi sono limitazioni alle distanze purché vengano rispettati i segnali stradali orizzontali.

d - Zonizzazione.

Sono vietate tutte le forme di segnalazione pubblicitaria su pavimentazioni stradali di pregio od in zone ad alto valore urbano.

ART.15

PUBBLICITA' FONICA

La pubblicità fonica è regolamentata dall'art.59 del *Regolamento di Attuazione ed Esecuzione del Nuovo Codice della Strada*. Nel territorio comunale la pubblicità fonica, in forma fissa o sui veicoli, può essere effettuata soltanto durante gli orari di seguito indicati e, in ogni caso, con intervalli di almeno dieci minuti ogni venti minuti di pubblicità:

1. nel periodo dal 01.04 al 30.09 di ogni anno:

- dalle ore 9,00 alle ore 13,00
- dalle ore 17,00 alle ore 20,00;

2. nel periodo dal 01.10 al 30.03 di ogni anno:

- dalle ore 9,00 alle ore 13,00
- dalle ore 16,00 alle ore 19,00.

La pubblicità fonica è vietata qualora l'Amministrazione Comunale ne ravvisi la necessità in occasioni e casi particolari per la salvaguardia di interessi di carattere generale.

E' altresì sempre vietata a distanza minore di 200 metri da ospedali e, per le scuole di ogni ordine e grado, durante l'orario di lezione.

In tutti i casi la pubblicità fonica non deve superare i limiti massimi di esposizione al rumore fissati dal D.P.C.M. 1° Marzo 1991 e successive modifiche e dalla eventuale zonizzazione acustica vigente.

ART.16

PUBBLICITA' SUI VEICOLI

La pubblicità sui veicoli deve attenersi a quanto disposto dall'art.57 del *Regolamento di Attuazione ed Esecuzione del Codice della Strada*.

Gli automezzi classificati come "*Auto pubblicitarie e per mostre pubblicitarie*" (art.54 Codice della Strada; art.203 D.P.R. 16.12.92 n.495, comma 2 lettera "q") qualora siano in sosta o parcheggiati devono attenersi alle norme previste per la cartellonistica; comunque la pubblicità non deve essere lasciata in sosta se il mezzo pubblicitario non è collegato al momento con la

motrice.

ART.17

PUBBLICITA' NELLE STAZIONI DI SERVIZIO E NELLE AREE DI PARCHEGGIO

Nelle stazioni di servizio e nelle aree di parcheggio possono essere collocati cartelli, insegne di esercizio e altri mezzi pubblicitari rifacendosi in maniera prioritaria alle limitazioni dell'art.52 del *Regolamento di Attuazione ed Esecuzione del Nuovo Codice della Strada*. Nelle autostazioni e nei parcheggi posti entro i centri abitati, il Comune di *Chieti* prevede che possano essere collocati cartelli, insegne e mezzi pubblicitari la cui superficie complessiva, al netto delle strutture di sostegno, non superi nel complesso il 5% della superficie occupata dall'autostazione o del parcheggio stesso.

Dal computo della superficie dei cartelli, delle insegne di esercizio e degli altri mezzi pubblicitari sono esclusi quelli attinenti ai servizi prestati presso la stazione o l'area di parcheggio.

Nelle aree di parcheggio è ammessa, in eccedenza alle superfici pubblicitarie computate in misura percentuale, la collocazione di altri mezzi pubblicitari, quali mappe della città (luminose e non) abbinati alla prestazione di servizi per l'utenza della strada entro il limite di mq.2,00 per ogni servizio prestato. Tali mezzi pubblicitari dovranno essere inseriti con un modello ed un progetto unitario, allo scopo di fornire un servizio di informazione aggiuntivo che colga l'occasione della sosta delle auto e degli utenti per informare sulle attività economiche del luogo, del quartiere o della porzione di territorio in cui l'utente si trova ovvero come servizio informativo sociale per indicare collocazione e/o la presenza di farmacie, ospedali, pubblici servizi, numeri telefonici, o integrazione con punti Telecom. Per quanto riguarda le dimensioni e le distanze bisogna attenersi alle norme previste dall'art.7 di tale regolamento.

ART.18

PUBBLICITA' SU EDIFICI

a - Definizione.

Si definisce "pubblicità su edifici" la collocazione di cartelli, impianti pubblicitari a messaggio variabile ed altri mezzi pubblicitari su coperture o fronti architettonici.

Ove tali forme pubblicitarie verranno ad insediarsi, esse dovranno collocarsi sulla base di un progetto preciso per un corretto inserimento morfologico in armonia con l'architettura e l'intorno fisico ambientale urbano e/o paesaggistico.

b - Dimensioni e caratteristiche.

Su coperture piane si può avere una superficie massima di 18,00 mq.; sulle pareti cieche si può occupare l'intera superficie senza, però, oltrepassare la sagoma dell'edificio.

c - Ubicazione.

In tutte le zone omogenee non è consentita pubblicità su coperture tranne che le coperture di edifici completamente destinati ad attività alberghiera dove la pubblicità consisterebbe soltanto nella insegna di esercizio dell'attività alberghiera.

La pubblicità sugli edifici è consentita in deroga alle distanze minime dettate negli articoli precedenti purché siano rispettate le esigenze di sicurezza della circolazione stradale.

Qualora venga richiesta l'installazione in forma stabile di qualsiasi mezzo pubblicitario non di esercizio in ancoraggio su edifici il **Piano Generale degli Impianti Pubblicitari** prevede che è vietata l'installazione di tali impianti pubblicitari su balaustre, inferriate e fregi; sono consentite installazioni sui fronti architettonici.

d - Zonizzazione.

Questa tipologia di impianti pubblicitari potrà essere installata nel rispetto delle prescrizioni riportate nella tabella seguente (la zona evidenziata con cornice comprende il centro abitato):

	Zona Rosa	Zona Azzurra	Zona Verde	Zona Bianca
Publicità su edifici				
Installazione	Non consentita installazione.	Non consentita installazione.	Consentita installazione	Consentita installazione

ART.19

PUBBLICITA' NEI CANTIERI

Non sono previste regolamentazioni per la collocazione di mezzi pubblicitari nei cantieri edili; in tali situazioni comunque risultano presentarsi condizioni adatte per particolari inserimenti di carattere temporaneo con possibilità di proporre soluzioni originali sia a scopo pubblicitario generale che finalizzato ad espletare il procedere del lavoro e/o le tecnologie adottate in cantiere, nonché a prefigurare la soluzione finale del progetto architettonico; in cantiere é possibile installare cartelli, teloni tesi in ancoraggio alla recinzione, sui ponteggi o autoportanti a patto che vengano garantite la pubblica incolumità ed il rispetto del *Nuovo Codice della Strada*.

ART.20

PUBBLICITA' NEI CHIOSCHI E NELLE EDICOLE

Sono consentiti solo impianti pubblicitari relativi alla specifica attività di esercizio commerciale da collocarsi a modo di insegna; sono vietate segnalazioni visive di dimensioni eccessive con lo scopo di recuperare la lieve consistenza volumetrica dell'attività; nel complesso i gestori di attività collocate in tali manufatti dovranno:

- allestire il proprio chiosco o vetrina con decoro;
- mantenere sempre in buono stato il materiale usato per l'appoggio dei giornali, riviste, libri, ecc;
- evitare qualsiasi appoggio ai muri, alle recinzioni, agli alberi, alle lampade, e relativa distesa di corde e ferri;
- contenere l'occupazione del suolo nei limiti di spazio e di orario fissati dalla concessione;
- non dovranno in nessun caso appoggiare alcunché non autorizzato a terra, sopra i muri, sui sostegni o altri manufatti accessori di carattere urbano.

ART.21

TRANSENNE PARAPEDONALI

a - Definizione.

Elementi strutturali direttamente ancorati a terra ed assemblati in sequenza tra loro a formare un cordone di altezza massima di cm.90 ed avente la funzione di protezione dei pedoni dalla sede stradale limitrofa.

b - Dimensioni e caratteristiche.

Tali transenne parapetonali potranno collocarsi solo in presenza di un marciapiede o di un area pedonale che renda giustificabile il loro posizionamento; le dimensioni del cartello pubblicitario non potranno superare le dimensioni di cm.100 di base per cm.70 di altezza.

Le strutture di sostegno dovranno essere di colore *Grigio Traffico A* (colore RAL: 7042 – HEX: 8D948D).

c - Ubicazione.

Le transenne dovranno essere collocate ad una distanza minima di cm.35 dal bordo della carreggiata e ad una distanza minima di cm.120 da eventuali ostacoli fissi (muri ecc.).

d - Zonizzazione.

Questa tipologia di impianti pubblicitari potrà essere installata nel rispetto delle prescrizioni riportate nella tabella seguente (la zona evidenziata con cornice comprende il centro abitato):

	Zona Rosa	Zona Azzurra	Zona Verde	Zona Bianca
Transenne				
Dimensioni massime dei singoli impianti installati	1,00ml.x0,70ml.	1,00ml.x0,70ml.	1,00ml.x0,70ml.	1,00ml.x0,70ml.
Tipologia impianti	Fusione di ghisa o di metallo zincato verniciato.	Fusione di ghisa o di metallo zincato verniciato.	Fusione di ghisa o di metallo zincato verniciato.	Fusione di ghisa o di metallo zincato verniciato.

ART.22

IMPIANTI "TIPO INSEGNA"

Gli impianti aventi caratteristiche simili alle insegne di esercizio e collocati fuori dalla sede dell'attività a cui si riferiscono o fuori dalle pertinenze accessorie delle stesse sono considerati a tutti gli effetti impianti pubblicitari e quindi sottoposti alle prescrizioni del presente **Piano**, in particolare alle norme previste per il tipo di mezzo pubblicitario al quale possono essere paragonati nelle singole richieste.

ART.23

INSEGNE DI ESERCIZIO

a-Definizione.

Si definisce "insegna di esercizio", come definito dall'art.47 comma I del D.P.R. 16 Dicembre 1992 n.495, la scritta a caratteri alfanumerici completata eventualmente da simboli e marchi, installata nella sede dell'attività a cui si riferisce o nelle pertinenze accessorie della stessa: può essere luminosa sia per luce propria che per luce indiretta.

b - Criteri generali di installazione.

1. Le insegne di esercizio potranno installarsi su sostegni autonomi direttamente ancorati al suolo esclusivamente per indicare servizi di pubblica utilità: farmacie, ospedali, forze dell'ordine, distributori di benzina, tabaccherie; dovranno sempre essere ancorate alle strutture dell'edificio sede dell'esercizio da pubblicizzare per tutti i restanti servizi. Le insegne di esercizio a bandiera potranno installarsi esclusivamente per indicare servizi di pubblica utilità: farmacie, ospedali, forze dell'ordine, distributori di benzina, tabaccherie.
2. Eccezione al comma precedente per quanto riguarda le "insegne di esercizio installate su sostegni autonomi direttamente ancorati al suolo" viene fatta per le attività commerciali site nelle zone omogenee "Azzurra", "Verde" e "Bianca": per ogni edificio ospitante una o più attività commerciali è consentita un unico sostegno ancorato al suolo, di tipologia architettonica e materiali uniforme a quanto richiesto dall'Amministrazione Comunale, dove

potranno essere installate più insegne di esercizio disposte lungo l'altezza; qualora nell'edificio si trovino più di tre attività commerciali può essere installata una seconda insegna ancorata al suolo con le stesse modalità della prima, in deroga alle distanze indicate all'Art.7 del presente **Piano**; per esercizi commerciali con superficie maggiore di mq.150,00 è consentita una insegna ancorata al suolo autonoma.

3. Negli interventi di recupero degli edifici o nelle progettazioni ex novo, qualora ai piani terra o ai piani superiori siano previste attività commerciali che comportino l'esigenza dell'apposizione di insegne dovranno prevedersi gli spazi di collocazione in sede progettuale.
4. Il posizionamento delle insegne non dovrà in alcun caso interferire con gli elementi architettonici delle facciate; in presenza di inferriate, le insegne non dovranno coprirle ma essere poste all'interno delle stesse.
5. Qualora per motivi di rispetto della facciata dell'edificio (edifici sottoposti a vincolo di interesse storico o artistico) non sia consentita l'apposizione di insegne al di sopra della porta o vetrina, le scritte potranno essere realizzate in vetrofania o sarà possibile posizionarle internamente alla vetrina stessa in modo che risultino comunque visibili dall'esterno.
6. Il tipo di luminosità potrà essere:
 - con sorgente luminosa esterna purché la stessa non crei disturbo alla visibilità viaria;
 - con sorgente luminosa interna (a cassonetto con luce in trasparenza);
 - a luce propria con realizzazioni a tubi al neon o con lettere a scatolare chiuso opache o traslucide.
7. Nella realizzazione delle insegne non potranno essere impiegati materiali riflettenti, come vetri a specchio o alluminio non verniciato.
8. Negli edifici dove esistono apposite modanature per il collocamento di scritte e insegne, esse non potranno in nessun modo superare in altezza e in larghezza le dimensioni individuate dall'elemento stesso.
9. In nessun modo le insegne devono interferire con la segnaletica stradale e la toponomastica.
10. In tutti i casi la realizzazione delle insegne potrà essere effettuata solo con materiali che garantiscano un corretto inserimento architettonico.
11. In alternativa o contemporaneamente alle insegne di esercizio poste al di sopra delle vetrine e porte, sono consentite installazioni delle insegne di esercizio lateralmente alle porte di ingresso delle attività commerciali: in tal caso le insegne di esercizio dovranno avere una profondità non superiore ai cm.10 e dimensione massima di cm.50x70; in questo caso è comunque vietata la tipologia a cassonetto.

12. Non è consentito il posizionamento di insegne di esercizio sulle coperture o sui terrazzi tranne che le coperture di edifici completamente destinati ad attività alberghiera; i limiti dimensionali di tali insegne saranno a discrezione dell'Amministrazione Comunale ogni qual volta saranno richieste.

c - Ubicazioni nelle zone "Rosa" e "Azzurra".

1. Nelle zone "Rosa" e "Azzurra" la posa in opera delle insegne di esercizio potrà avvenire parallelamente alle facciate dell'edificio in aderenza delle facciate stesse ed installate entro l'apertura del vano porta, vetrina o sovrapporta, o lateralmente alle aperture come già descritto al comma "b", punto 11. Nel caso in cui l'insegna non possa essere installata entro il vano porta vetrina o sovrapporta perché si riduce l'altezza utile di ingresso sotto la quota minima di cm.210 è consentita l'installazione di insegne sopra la porta con una larghezza massima pari alla larghezza dell'apertura e un'altezza massima di cm.50 e uno spessore massimo di cm.15.
2. Le insegne in ogni caso non potranno collegare più vani porta, aperture o vetrine; potranno essere però ripetuti gli elementi insegna uno per ogni apertura vano porta o vetrina.
3. Se le attività da pubblicizzare sono collocate ai piani superiori primo compreso, le suddette forme pubblicitarie devono essere installate sul portone di ingresso o accanto al portone sotto forma di targhe delle dimensioni massime di cm.50xcm.35: è consentito in questi casi apporre vetrofanie alle finestre ed eventuali insegne o segnali luminosi solo se posti all'interno dei locali e visibili per trasparenza. Limitatamente alla zona "Rosa" le targhe sopracitate dovranno essere realizzate in metallo brunito o ottone, o plexigas trasparente con scritta nera.
4. Per le insegne installate nei vani porta vetrina o sovrapporta dovrà essere rispettato un incasso minimo di 10 cm. per consentire la lettura esatta del taglio dell'apertura.
5. Limitatamente alla zona "Rosa" potranno installarsi insegne esclusivamente con lettere distaccate l'una dalle altre senza fondo continuo escludendo la tipologia a cassonetto con illuminamento per trasparenza: la dimensione massima di ciascuna lettera potrà essere cm.30xcm.30: tali insegne potranno essere esclusivamente illuminate da fari alogeni o di altro genere; in alternativa possono realizzarsi insegne in vetrofania o con tubi al neon o con materiali consoni all'ambiente che l'Ufficio Tecnico Comunale valuterà caso per caso, tenendo in considerazione anche il parere della Commissione Edilizia Comunale.
6. Non sono consentite le insegne di esercizio a bandiera tranne quelle per indicare esclusivamente servizi di pubblica utilità: farmacie, ospedali, forze dell'ordine, distributori di benzina, tabaccherie.
7. Nella Zona "Azzurra" possono realizzarsi tipologie di insegne anche a cassonetto con illuminazione per trasparenza, o insegne con lettere illuminate di qualsiasi materiale oppure con tubi di neon illuminati e comunque con tutti i materiali indicati per la zona "Rosa";

qualora l'Ufficio Tecnico Comunale, sentito il parere della Commissione edilizia, ritenga che l'insegna a cassonetto per la quale venga richiesta l'autorizzazione per l'installazione nella zona "Azzurra", non si adegui al contesto urbano, ha la facoltà di vietare la stessa insegna.

8. Nelle zone "Rosa" e "Azzurra" è consentita l'installazione di insegne di esercizio che superano i limiti dimensionali descritti nei precedenti punti del presente comma, quando l'architettura della facciata dell'edificio sulla quale dovrebbe essere ancorata l'insegna di esercizio, suggerisca determinate dimensioni più consone alla stessa facciata: l'Amministrazione Comunale si riserverà il diritto di valutare caso per caso il rilascio o meno delle relative Autorizzazioni.

d - Ubicazioni nelle zone "Verde" e "Bianca".

Nelle Zone "Verde" e "Bianca" possono realizzarsi tipologie di insegne a cassonetto con illuminazione per trasparenza, o insegne con lettere illuminate di qualsiasi materiale oppure tubi di neon illuminati; possono essere superati i limiti dimensionali e architettonici previsti precedentemente, quindi sono consentite anche insegne frontali colleganti più vetrine; è consentita ampia libertà di scelta relativamente ai colori e alle tipologie costruttive delle insegne di esercizio.

ART.24

APPOSIZIONE DI MOSTRE, VETRINE E BACHECHE

a - Definizione.

Si definiscono "mostre", "vetrine" e "bacheche" tutti quegli impianti, ubicati nella sede dell'attività commerciale, politica, sociale, o di altro genere, che svolgono la funzione di pubblicizzare l'attività stessa.

b - Criteri generali di installazione.

Negli interventi di recupero degli edifici o nelle progettazioni ex novo qualora ai piani terra o ai piani superiori siano previste attività commerciali che comportino l'esigenza dell'apposizione di mostre, vetrine e bacheche, dovranno prevedersi gli spazi di collocazione in sede progettuale. Ove tali forme pubblicitarie verranno ad insediarsi, esse dovranno collocarsi sulla base di un progetto preciso per un corretto inserimento morfologico in armonia con l'architettura e l'intorno fisico ambientale urbano.

c - Dimensioni e caratteristiche.

Fatto salvo quanto prescritto dal R.E.C., le bacheche, le mostre e le vetrine devono avere dimensioni massime di base cm.70, per una altezza massima di cm.100 ed uno spessore massimo di cm.7. Tali impianti devono essere distanti dal limite del fronte architettonico almeno cm.30; la stessa distanza deve essere rispettata dall'apertura, sul muro perimetrale,

dell'attività commerciale. Il colore di tali arredi deve essere di colore verde scuro o grigio antracite.

d - Zonizzazione.

Non esistono limiti.

ART.25

AUTORIZZAZIONE

Per l'ottenimento del regolare permesso di installazione, ci si deve attenere alle seguenti disposizioni:

1. è vietato esporre qualsiasi mezzo pubblicitario sopra elencato prima di aver ottenuto la "prescritta autorizzazione" da parte dell'Amministrazione Comunale o da chi è chiamato a rilasciarla;
2. oltre all'adeguamento normativo e procedurale al *Nuovo Codice della Strada* ed al *Regolamento di Attuazione e di Esecuzione del Nuovo Codice della Strada* agli articoli 53 e 54, il Comune di *Chieti*, al fine di semplificare e chiarire l'iter procedurale relativo al rilascio delle autorizzazioni per l'installazione di cartelli o altri mezzi pubblicitari, prevede la compilazione dell'apposito "Modulo di richiesta" semplificato e la sua presentazione presso l'Ufficio di competenza del Comune;
3. la compilazione di tale modulo, insieme alla documentazione necessaria, come specificato nel modulo stesso, costituisce quanto necessario ad informare l'Ente sui contenuti e sulle modalità di installazione; l'Ufficio competente entro i termini di legge, concede o nega l'autorizzazione, che in caso di diniego, deve essere motivata;
4. è ammessa la domanda di installazione di massimo cinque impianti pubblicitari per ogni *Via* per ogni richiesta di installazione; l'Amministrazione Comunale attraverso i suoi organismi di controllo si riserva in ogni caso di valutare tali domande multiple ovvero di sottoporre tali richieste a vincoli, prescrizioni particolari o convenzione al fine di evitare abusi o eccessi;
5. la richiesta di installazione multipla di mezzi pubblicitari potrà essere inoltrata senza gli obblighi di cui al precedente punto 4., solo per impianti a carattere provvisorio, straordinario o limitato nel tempo;
6. in ogni caso le autorizzazioni di cui al presente articolo si intendono rilasciate facendo salvi gli eventuali diritti dei terzi, nonché ogni altra "autorizzazione" di competenza di altre Autorità o Enti che dovrà essere preventivamente richiesta dagli interessati;
7. in tutti i casi in cui la collocazione del manufatto comporti la manomissione di suolo comunale o di marciapiede pubblico si dovrà altresì osservare, oltre alle disposizioni del **P.G.I.P.** anche tutte le vigenti disposizioni di edilizia, estetica cittadina, polizia urbana e pubblica sicurezza;

8. una volta rilasciata l'autorizzazione l'impianto pubblicitario dovrà essere collocato secondo quanto stabilito dal progetto e dalle eventuali osservazioni relative all'installazione ed in ogni caso andrà esposta bene in vista la targhetta di identificazione di cui al seguente art.26;
9. devono essere sempre osservate le norme di sicurezza ed incolumità pubblica previste dalla legislazione vigente e comunque in ogni caso il Titolare dell'autorizzazione si assume tutte le responsabilità giuridiche relative alle dichiarazioni di conformità sulla messa in opera e sulle caratteristiche tecnico-fisiche dell'impianto pubblicitario autorizzato; pertanto il titolare dell'autorizzazione è responsabile dell'impianto, anche con riferimento alle preesistenze edilizie o ai sedimi, dell'inosservanza delle norme di sicurezza, della manutenzione nonché, in caso di cessazione dell'autorizzazione o di rimozione volontaria o coatta, del ripristino dello "status quo ante";
10. deve essere fornito il collaudo se l'opera ha dimensioni, tipologia e natura che lo richiedono;
11. per gli impianti esistenti con autorizzazione scaduta, ma a norma secondo il presente Piano, deve essere richiesta una nuova autorizzazione avendo la precedenza (in posizioni) rispetto a quelli di cui punti successivi;
12. per gli impianti esistenti con autorizzazione scaduta, ma non a norma secondo il presente Piano, deve essere richiesta una nuova autorizzazione avendo la precedenza (in posizioni) rispetto a quelli di cui ai punti 13. e 14.;
13. per gli impianti esistenti senza alcuna autorizzazione, ma a norma secondo il presente Piano, deve essere richiesta una nuova autorizzazione a sanatoria;
14. per gli impianti esistenti senza alcuna autorizzazione e non a norma secondo il presente Piano, non è possibile richiedere alcuna autorizzazione;
15. in base a quanto descritto sopra e all'art.28 seguente, l'eventuale rimozione degli impianti dovrà essere effettuata dal proprietario; in caso di inadempienza l'Amministrazione o il Gestore della pubblicità procederà d'ufficio accollando le spese allo stesso proprietario.

ART.26

TARGHETTA DI IDENTIFICAZIONE

Fatto salvo quanto previsto dall'art.55 del D.P.R. n.495 del 16.12.1992, in relazione ai contenuti, alle modalità di installazione, ai materiali ed alle tecniche di realizzazione il Comune di *Chieti* prevede l'identificazione dell'autorizzazione secondo lo schema grafico della targhetta di identificazione riportato nell'allegato al presente regolamento.

Su ogni impianto pubblicitario dovrà essere perciò collocata una targhetta identificativa dal momento dell'installazione.

ART.27

VIGILANZA

In base a quanto previsto dall'art.56 del D.P.R. n.495 del 16.12.1992, il Comune di *Chieti*, provvederà ad istituire controlli che avranno cadenza regolare e verranno affidati a personale tecnico autorizzato, competente ed istruito a tale incarico; controlli che verranno effettuati "a campione" sul territorio di propria competenza al fine di verificare la corretta realizzazione e l'esatto posizionamento degli impianti pubblicitari rispetto a quanto autorizzato per quello di nuovo insediamento; vigilerà anche sullo stato di conservazione e sulla buona manutenzione, oltretutto sui termini di scadenza delle autorizzazioni concesse; procederà alla redazione di un apposito verbale di congruità di installazione ovvero darà avvio all'iter procedurale secondo i termini di legge qualora siano verificate condizioni di abusivismo, irregolarità di installazione od impianto pubblicitario difforme da quello autorizzato e dovrà essere rimosso a cura ed a spese del soggetto titolare dell'autorizzazione o del concessionario, entro il termine di 8 (otto) giorni dall'inoltro del verbale.

In caso di inadempienza, si procederà d'ufficio secondo l'iter di Legge.

ART.28

NORME TRANSITORIE

Il Comune in relazione ai disposti del **P.G.I.P.** e ad esigenze di pubblica necessità, quali la sicurezza e l'incolumità pubblica, oppure in base a disposizioni di legge, può disporre la revoca motivata dalle autorizzazioni in corso per impianti pubblicitari ovunque allocati.

Fatto salvo quanto previsto dall'art.58 del D.P.R. n.495 del 16.12.1992, l'impiantistica esistente dovrà quindi essere adeguata o rimossa secondo le disposizioni del **P.G.I.P.** entro i termini e con le modalità qui di seguito riportate.

Le norme del **P.G.I.P.** non si applicano per tutti quegli impianti pubblicitari collocati nel rispetto di apposite convenzioni tra Privati e Comune di *Chieti*, rimandando pertanto l'adeguamento degli stessi impianti, alle norme del presente regolamento, alla data di scadenza e/o rinnovo della convenzione stessa.

1. Per quanto riguarda l'impiantistica esistente al momento della entrata in vigore del presente **P.G.I.P.**, il Comune di *Chieti* si atterrà alle seguenti direttive:

- Affissioni cartacee (Art.6): gli impianti di affissione esistenti non a norma con le distanze indicate all'articolo 6 del presente **P.G.I.P.** dovranno essere rimossi; l'Amministrazione Comunale, come già trascritto nell'articolo 6 succitato, si riserva il diritto di recuperare ed adeguare alla nuova normativa gli impianti di affissione esistenti;
- Cartellonistica (Art.7): immediatamente dopo l'entrata in vigore del presente **P.G.I.P.**, tutti i cartelli esistenti dovranno adeguarsi alle norme del **Piano** o essere rimossi entro sei mesi; le ubicazioni degli esistenti adeguati non verranno modificate;
- Impianti a messaggio variabile (Art.8): immediatamente dopo l'entrata in vigore del

presente **P.G.I.P.**, tutti gli impianti esistenti dovranno adeguarsi alle norme del **Piano** o essere rimossi;

- Indicatori direzionali o preinsegne (Art.9): dalla data di entrata in vigore del **P.G.I.P.**, tutti gli impianti dovranno immediatamente essere adeguati allo stesso **Piano** o eventualmente eliminati;
- Impianti pubblicitari di servizio (pubblicità e arredo urbano) (Art.10): gli impianti esistenti potranno essere mantenuti o sostituiti a scelta dell'Amministrazione Comunale, in quanto lo stesso Art.10 del **P.G.I.P.** non dà alcuna limitazione riguardo alla "zonizzazione" del **Piano** ed alle distanze;
- Striscioni, locandine e stendardi (Art.11): gli impianti esistenti, dalla data di entrata in vigore del **P.G.I.P.**, dovranno uniformarsi alle prescrizioni dello stesso **Piano**;
- Teloni tesi (Art.12): gli impianti esistenti, dalla data di entrata in vigore del **P.G.I.P.**, dovranno uniformarsi alle prescrizioni dello stesso **Piano**;
- Segni orizzontali reclamistici (Art.13): gli impianti esistenti, dalla data di entrata in vigore del **P.G.I.P.**, dovranno essere uniformati alle prescrizioni dello stesso **Piano**;
- Pubblicità fonica (Art.14): tale tipo di pubblicità, dalla data di entrata in vigore del **P.G.I.P.**, dovrà adeguarsi alle norme del **Piano**;
- Pubblicità sui veicoli (Art.15): tale tipo di pubblicità, dalla data di entrata in vigore del **P.G.I.P.**, dovrà adeguarsi alle norme del **Piano**;
- Pubblicità nelle stazioni di servizio e nelle aree di parcheggio (Art.16): gli impianti esistenti, entro tre anni dalla data di entrata in vigore del **P.G.I.P.**, dovranno uniformarsi alle prescrizioni dello stesso **Piano**;
- Pubblicità su edifici (Art.17): gli impianti di pubblicità esistenti sugli edifici, dovranno essere adeguati a tale normativa o essere eventualmente eliminati dalla data di entrata in vigore del **Piano**;
- Pubblicità nei cantieri (Art.18): gli impianti esistenti, dalla data di entrata in vigore del **P.G.I.P.**, dovranno uniformarsi alle prescrizioni dello stesso **Piano**;
- Pubblicità nei chioschi e nelle edicole (Art.19): gli impianti esistenti, dalla data di entrata in vigore del **P.G.I.P.**, dovranno uniformarsi alle prescrizioni dello stesso **Piano**;
- Transenne parapedonali (Art.20): gli impianti esistenti dovranno essere adeguati al nuovo **P.G.I.P.** nei tempi prescelti dall'Amministrazione Comunale;
- Impianti "Tipo insegna" (Art.21): gli impianti esistenti dovranno uniformarsi alle prescrizioni del **P.G.I.P.** entro tre anni dalla data di entrata in vigore dello stesso **Piano**;
- Insegne di esercizio (Art.22): gli impianti esistenti dovranno uniformarsi alle prescrizioni del **P.G.I.P.** entro tre anni dalla data di entrata in vigore dello stesso **Piano**;
- Apposizione di mostre, vetrine e bacheche (Art.23): le bacheche esistenti ubicate nelle sedi delle attività commerciali, politiche, sociali, o di altro genere, conformemente a quanto prescritto dall'Art.23, dovranno essere adeguate ai colori, alle dimensioni, ecc., entro tre

anni dalla data di entrata in vigore dello stesso **P.G.I.P.**; le bacheche esistenti che invece non sono ubicate nelle sedi delle attività commerciali, politiche, sociali, o di altro genere, dovranno essere rimosse immediatamente.

2. Le norme del **P.G.I.P.** non si applicano per tutti quegli impianti pubblicitari collocati nel rispetto di apposite convenzioni tra Privati e Comune di *Chieti*, rimandando pertanto l'adeguamento degli stessi impianti, alle norme del presente regolamento, alla data di scadenza e/o rinnovo della convenzione stessa.

ART.29 SANZIONI

Per le inadempienze, gli abusi e la non osservanza parziale o totale del presente regolamento, in ragione della quale possono insorgere denunce per danni verso la cosa pubblica, la proprietà o le persone, si rimanda alle relative sanzioni tributarie ed amministrative secondo i termini di Legge (art. 23 c. 11,12,13 del Codice della Strada, ecc.).

ART.30 ENTRATA IN VIGORE

Il presente regolamento entra in vigore dal giorno successivo a quello della esecutività della delibera di approvazione. Entro un anno dalla decorrenza il Comune di *Chieti* si riserva la facoltà di verificare la applicazione del presente Regolamento, introducendo tutte quelle modifiche che si riterranno opportune.

ART.31 RINVIO

Per quanto non espressamente disciplinato dal presente piano si applicano le norme previste in materia di pubblicità dal D.L. 507 del 15.11.1993, mentre per le specifiche di sicurezza stradale si rimanda alle norme previste dal *Nuovo Codice della Strada* ed al suo *Regolamento di Esecuzione ed Attuazione* nonché alle loro successive variazioni e modificazioni; inoltre vi sarà un adeguamento automatico a regolamenti o norme sopravvenute tramite rivisitazione annuale.

(1) Art. 134 (Segnali turistici e di territorio) del D.P.R. N. 495 del 16 Dicembre 1992.

1. Le indicazioni di questa categoria possono essere inserite nei segnali di cui agli articoli 127, 128, 130 e 131 e si suddividono nelle seguenti tipologie espresse in maniera sintetica, rinviando per il dettaglio all'art.78, comma 2:
 - a. turistiche;
 - b. industriali, artigianali, commerciali;
 - c. alberghiere; territoriali;
 - d. di luoghi di pubblico interesse.

I simboli relativi a queste indicazioni sono rappresentati fra quelli di cui alle figure da II.100 a II.231.

2. I segnali con le indicazioni di cui al comma I possono essere posti in posizione autonoma e singola, come segnali di direzione isolati, o come segnali di localizzazione, ma in tal caso non devono interferire con l'avvistamento e la visibilità dei segnali di pericolo, di prescrizione e di indicazione di cui al presente regolamento. **Se impiegati devono essere installati unicamente sulle strade che conducono direttamente al luogo segnalato, e salvo casi di impossibilità, a non oltre 10 km di distanza dal luogo.**
3. L'onere per la fornitura, per l'installazione e la manutenzione dei segnali di cui al comma I è a carico del soggetto diverso dall'ente proprietario della strada, dovrà essere ottenuta la preventiva autorizzazione di quest'ultimo, che fisserà i criteri tecnici per l'installazione.
4. I segnali di indicazione turistica e territoriale sono a fondo marrone con comici ed iscrizioni di colore bianco. Simboli, iscrizioni e composizione grafica sono esemplificati dalle figure II.294 e II.295. L'inizio del territorio comunale o di località entro il territorio comunale di particolare interesse può essere indicato con segnali rettangolari a fondo marrone di dimensioni ridotte.
5. **I segnali con le indicazioni di cui al comma 1, lettera b) possono essere installati, a giudizio dell'ente proprietario della strada, qualora per la configurazione dei luoghi e della rete stradale si reputi utile l'impianto di un sistema segnaletico informativo di avvio alle zone di attività purché non compromettano la sicurezza della circolazione e la efficacia della restante segnaletica e siano installati in posizione autonoma. Ove non esista una zona di attività concentrate, l'uso di segnali di avvio ad una singola azienda è consentito sulle strade extraurbane se l'azienda stessa è destinazione od origine di un consistente traffico veicolare, sempre nel rispetto delle prescrizioni di cui ai commi 2 e 3.**
6. **Nessuna indicazione di attività singola può essere inserita sui preavvisi di intersezione, sui segnali di preselezione, sui segnali di direzione, su quelli di conferma. Può essere invece installato nelle intersezioni e combinato, ove necessario col "gruppo segnaletico unitario" ivi esistente, il segnale di direzione**

con l'indicazione di "zona industriale, zona artigianale, zona commerciale" (fig.II.296) che, col relativo simbolo, può essere inserito nei preavvisi di intersezione o nei segnali di preselezione.

- 7. Nei centri abitati, ove la zona o le zone industriali, artigianali o commerciali sono ben localizzate, si deve fare uso di segnali indicanti collettivamente la zona; tutte le attività e gli insediamenti particolari saranno indicati successivamente sulle intersezioni locali a valle degli itinerari principali di avvio alla "zona industriale" o "zona artigianale" o "zona commerciale" in genere (fig. II.297).**
8. Le parole ed i simboli indicanti il logotipo delle ditte possono essere riprodotti con la grafica propria, al fine di renderne visivamente più agevole la percezione.
9. I segnali di indicazione alberghiera devono far parte di un sistema unitario ed autonomo di segnalazione di indicazione qualora, a giudizio dell'ente proprietario della strada, sia utile segnalare l'avvio ai vari alberghi. L'installazione di tale sistema segnaletico è subordinata alla autorizzazione dell'ente proprietario della strada che stabilirà le modalità per la posa in opera.
10. La segnaletica di indicazione alberghiera comprende:
 - a. un segnale con funzione di preavviso di un punto o di un ufficio di informazioni turistico-alberghiere o del segnale di informazione di cui alla lettera b) seguente (fig. 11.298);
 - b. un segnale di informazione generale sul numero, categoria ed eventuale denominazione degli alberghi (fig. II.299);
 - c. una serie di segnali di specializzazione di preavviso e direzione, posti in sequenza in posizioni autonome e non interferenti con la normale segnaletica di indicazione, per indirizzare l'utente sull'itinerario di destinazione (figura II.300 e II.301).
11. I segnali di indicazione alberghiera sono a fondo bianco con comici, simboli, iscrizioni e composizione grafica come esemplificati dalle figure.