



CITTÀ DI POTENZA
UNITÀ DI DIREZIONE
RISORSE FINANZIARIE

PIANO REGOLATORE
DELLE INSTALLAZIONI PUBBLICITARIE
Allegato 2 - Norme tecniche d'attuazione

2.1.2017

Sommario

CAPO I - DISPOSIZIONI GENERALI.....	4
Art. 1 – Oggetto del Piano.....	4
Art. 2 - Ambito di applicazione del Piano.....	4
Art. 3 - Definizioni generali del Piano	5
Art. 4 - Zonizzazione del territorio comunale	5
Art. 5 - Classificazione degli impianti pubblicitari	6
Art. 6 - Caratteristiche tecniche generali	7
Art. 7 – Condizioni, limitazioni e divieti.....	8
Art. 8 – Aspetti particolari – Installazione su spazi e aree private	9
CAPO II - INDICAZIONI DI ESERCIZIO (IE).....	9
Art. 9 – IE: Indicazioni di Esercizio - Definizione.....	9
Art. 10 – IE - Categorie	9
Art. 11 – IE - Caratteristiche generali.....	10
Art. 12 – IE - Insegne di pubblico interesse	11
Art. 13 – IE - Insegne speciali	11
Art. 14 – IE - Chioschi	11
Art. 15 – IE - Stazioni di servizio.....	12
Art. 16 – IE - Impianti compositi	12
Art. 17 – IE - Indicazioni di esercizio - ulteriori prescrizioni	12
Art. 18 – Preinsegne	12
CAPO III - IMPIANTI PER AFFISSIONI (IA)	13
Art. 19 – IA: Impianti per Affissioni - Definizione e caratteristiche generali.....	13
Art. 20 – IA – Postazioni e criteri d’installazione	13
Art. 21 – PA: Pubbliche affissioni.....	14
Art. 22 – AD: Affissioni Dirette – Definizione, tipologia e caratteristiche.....	14
Art. 23 – AD - Mancato utilizzo del mezzo pubblicitario	15
Art. 24 – AD – Decadenza e revoca del titolo abilitativo, rimozione dei mezzi pubblicitari.....	15
Art. 25 – AD - Obblighi del titolare dell’impianto.....	15
CAPO IV - IMPIANTI PUBBLICITARI COMUNI (IPC)	16
Art. 26 – IPC – Prescrizioni generali.....	16
Art. 27 – IPC su preesistenze edilizie o suoli privati.....	16
Art. 28 – Impianti Pubblicitari – Stazioni di servizio.....	17
Art. 29 – Impianti Pubblicitari – Parcheggi e attività commerciali	18
CAPO V - IMPIANTI PUBBLICITARI DI SERVIZIO (IPS).....	18
Art. 30 – IPS - Definizioni	18
Art. 31 – IPS - Prescrizioni.....	19
Art. 32 – IPS – Superfici pubblicitarie ammesse.....	19
Art. 33 – SCU - Strutture comunicative urbane	19
Art. 34 – IPS – Arredo Urbano.....	20
Art. 35 – IPS – Isole verdi	20
Art. 36 – IPS – Impianti di servizio legati alla mobilità urbana	21
CAPO VI - PUBBLICITÀ TEMPORANEA	21

Art. 37 – Definizione	21
Art. 38 – Caratteristiche generali.....	21
CAPO VII - PUBBLICITÀ ITINERANTE	21
Art. 39 – Prescrizioni.....	21
CAPO VIII – TITOLI ABILITATIVI.....	22
Art. 40 – Mancato utilizzo del mezzo pubblicitario	22
Art. 41 - Durata autorizzazioni, decadenza e rimozione dei mezzi pubblicitari.....	22
Art. 42 - Obblighi del richiedente.....	22
Art. 43 – Vigilanza e sanzioni	23
Art. 44 – Entrata in vigore	23
Art. 45 – Norma transitoria	23
Art. 46 – Fonti normative	24

CAPO I - DISPOSIZIONI GENERALI

Art. 1 – Oggetto del Piano

1. Il Piano Regolatore delle Installazioni Pubblicitarie (di seguito denominato **Piano**) è lo strumento che disciplina la collocazione degli impianti pubblicitari sul territorio comunale.
2. Le disposizioni del Piano, adottate in conformità al Regolamento Comunale per la Pubblicità e le Installazioni Pubblicitarie (approvato con Delibera di Consiglio Comunale n. 10/2015 e succ. mod. e integr., di seguito **Regolamento**), al Nuovo Codice della Strada (D. Lgs. n. 285/92, di seguito **CDS**) e relativo Regolamento di esecuzione e di attuazione (D.P.R. n. 495/92, di seguito **Reg. CDS**) nonché alle altre norme di legge e di regolamento che attengono alla materia, costituiscono normativa di dettaglio per le installazioni pubblicitarie.
3. Secondo quanto stabilito dall'articolo 3 del Regolamento, il Piano:
 - a. suddivide l'intero territorio del Comune di Potenza in zone omogenee, stabilendo per ognuna di esse le tipologie ed il dimensionamento dei mezzi pubblicitari ammessi (comma 2);
 - b. individua le posizioni per l'installazione delle diverse tipologie di mezzi pubblicitari su spazi ed aree pubbliche e degli impianti per l'affissione di manifesti, sia quelli destinati al pubblico servizio che quelli da assegnare in concessione a soggetti privati (comma 7);
 - c. disciplina le aree del territorio comunale ove sono consentite l'installazione in via continuativa, su spazi pubblici, di cartelli, impianti di pubblicità o propaganda, nonché le aree in cui è possibile effettuare pubblicità sugli impianti di servizio, nel rispetto delle disposizioni, delle prescrizioni e dei divieti stabiliti dallo stesso Regolamento (comma 4);
 - d. comprende gli elaborati grafici recanti le posizioni, le norme tecniche di attuazione e di installazione su spazi ed aree private di cartelli e di impianti pubblicitari, nel rispetto delle norme previste dal Regolamento, nonché la relazione illustrativa ed esplicativa;
 - e. stabilisce altresì le eventuali soglie di affollamento pubblicitario relative alle varie categorie di impianti nonché gli schemi di capitolati di gara riguardanti l'affidamento in gestione dei circuiti di impianti, secondo i principi contenuti nel Regolamento all'art. 25 ed all'art. 30, commi 5, 6 e 7.
4. Costituiscono parte integrante del Piano:
 - a. la cartografia del territorio comunale, contenente la delimitazione dell'ambito urbano di cui alla Delibera di Giunta Comunale n. 22/2011, suddiviso, anche cromaticamente, in zone e riportante le posizioni degli impianti, distinti per tipologia, grandezza e destinazione (Allegati nn. 3, 4 e 5);
 - b. gli allegati contenenti gli schemi di capitolato speciale di gara relativamente ai circuiti di impianti (Allegati nn. 7, 8, 9 e 10);
 - c. le schede d'inserimento previste per ciascuna tipologia di impianti pubblicitari¹ (Allegato n. 6).
5. Non sono oggetto del Piano le disposizioni in materia di imposta sulla pubblicità e di diritti sulle pubbliche affissioni, nonché, per quanto già disciplinato dal Regolamento, le disposizioni di carattere amministrativo relative alla procedura di rilascio, rinnovo, subentro, decadenza e revoca dell'autorizzazione all'installazione di impianti pubblicitari.

Art. 2 - Ambito di applicazione del Piano

1. Il presente Piano trova applicazione relativamente al «centro abitato» come definito dall'art. 3, comma 1, n. 8), CDS e delimitato con Delibera di Giunta Comunale n. 22 del 22 febbraio 2011, adottata ai sensi e per gli effetti dell'art. 4 CDS. Nel rispetto della vigente normativa di cui al CDS e al Reg. CDS, il Piano disciplina la tipologia, le dimensioni ed il posizionamento degli impianti pubblicitari, anche mediante l'individuazione delle deroghe al CDS, esclusivamente con riferimento alla porzione di territorio ricadente nel centro abitato.

¹ Le schede tecniche sintetiche d'installazione riportano le prescrizioni vigenti. Eventuali modifiche al Regolamento comporteranno la necessità della revisione di tali schede per tutti gli impianti.

2. Sulle strade comunali esterne al centro abitato o in vista di esse, si applicano le disposizioni dettate dall'art. 23 CDS e dagli artt. 48, 49, 50 e 51 Reg. CDS relativamente alle dimensioni ammesse, alle caratteristiche delle varie tipologie d'impianti ed all'ubicazione, nonché dall'art. 53 Reg. CDS relativamente alle procedure di rilascio del titolo.
3. Per i beni sottoposti a vincoli ambientali e storico-architettonici, si rinvia a quanto riportato negli elenchi tenuti dalla Soprintendenza ai Beni Culturali del Ministero dei Beni Culturali ed Ambientali.
4. Eventuali e successive modifiche alla perimetrazione del centro abitato o dei vincoli ad esso collegati saranno automaticamente recepite nel presente Piano e nell'allegata planimetria.
5. Ai sensi dell'art. 3, comma 5, del Regolamento, il Piano non disciplina il posizionamento dei mezzi pubblicitari definiti «indicazioni di esercizio», di cui al Capo II del Regolamento, installati sulle sedi di esercizio o comunque nelle pertinenze delle attività cui si riferiscono; sono parimenti sottratti alle previsioni del Piano i cartelli e gli altri mezzi pubblicitari da esporre a tempo determinato nelle aree e con le modalità previste nel Regolamento. Ugualmente, non vengono individuate le posizioni su mappa delle preinsegne di cui all'articolo 47 Reg. CDS, la cui collocazione viene effettuata su richiesta del soggetto interessato nel rispetto delle norme stabilite dal Reg. CDS. Nello stesso modo, non rientrano tra le fattispecie contemplate dal Piano i segnali turistici e di territorio ex art. 134 Reg. CDS, come anche indicato nella Risoluzione Min. Fin. n. 48/E/IV/7/609 del 1° aprile 1996, perché non considerati mezzi pubblicitari.
6. I punti d'installazione previsti dal Piano, conformemente a quanto stabilito dall'articolo 3 del Regolamento, sono relativi agli spazi ed alle aree pubbliche, compresi gli spazi di proprietà privata su cui si sia formato, nelle forme di legge, l'uso pubblico.

Art. 3 - Definizioni generali del Piano

1. Tenuto conto delle tipologie definite dal Regolamento, gli impianti pubblicitari vengono suddivisi in:
 - a. indicazioni di esercizio (Capo II Regolamento - di seguito **IE**);
 - b. impianti per affissioni (Capo III Regolamento – di seguito **IA**), distinti tra:
 - i) Pubbliche Affissioni (**PA**), se gestite in proprio dal Comune o da un Concessionario per conto del Comune, che si differenziano, in base al contenuto del messaggio, tra:
 - (1) istituzionali perché prive di rilevanza economica (**PAI**);
 - (2) a carattere funebre (**PAF**);
 - (3) a carattere commerciale (**PAC**);
 - ii) Affissioni Dirette (**AD**), affidate a soggetti privati e comunque differenti dall'eventuale Concessionario del servizio pubblico;
 - c. impianti pubblicitari comuni (Capo IV Regolamento – di seguito **IPC**), costituiti da tutti i manufatti, non ricompresi tra gli impianti per affissioni, utili per la vendita a terzi di spazi pubblicitari.
2. Per ciascun impianto è prevista un'apposita scheda, definita anche «abaco», che disciplina le relative condizioni di ammissibilità e le caratteristiche tecniche secondo la funzione e la zona di installazione.
3. A norma dell'art. 51, comma 8, Reg. CDS, gli impianti pubblicitari di servizio possono non rispettare le distanze stabilite nel Regolamento. Essi, tuttavia, dovranno sempre essere installati in osservanza delle norme sull'abbattimento delle barriere architettoniche.

Art. 4 - Zonizzazione del territorio comunale

1. Il territorio comunale viene suddiviso in zone omogenee ai fini della distribuzione delle installazioni pubblicitarie, così come riportato nell'allegata cartografia che rappresenta la zonizzazione del territorio comunale e costituisce parte integrante del Piano.
2. Si individuano le seguenti zone:
 - a. **Zona A1**, corrispondente all'Ambito "A" (centro storico) individuato dalla planimetria riportata nell'Allegato A del Regolamento: è l'area a prevalente carattere storico e di recupero edilizio. In tale zona:
 01. a salvaguardia dell'esistente, oltre alle affissioni funebri (PAF), sono privilegiati i manufatti di carattere sociale ed istituzionale (PAI). L'inserimento di manufatti pubblicitari (PAC, AD) dovrà

avvenire seguendo una linea progettuale coordinata con il contesto ambientale, estetico e architettonico, che può essere delineata anche con piani o programmi;

02. gli impianti pubblicitari per affissioni possono essere soltanto delle seguenti tipologie: espositori, standardi e maxistandardi;
 03. è consentita l'installazione di manufatti a carattere temporaneo;
 04. è esclusa la pubblicità itinerante effettuata mediante vele;
 05. non sono ammessi impianti pubblicitari comuni in conto terzi su suoli e spazi privati.
- b. **Zona A2:** area dalla prevalente presenza di insediamenti a carattere residenziale. In tale zona:
01. è consentita l'installazione di impianti per affissioni di ogni tipo (PAF – PAI – PAC – AD) ma solo su manufatti delle seguenti tipologie: espositori, standardi, maxistandardi e miniposter;
 02. sono possibili tutte le altre forme pubblicitarie, da realizzarsi anche mediante piani e programmi, purché coordinate con l'ambiente architettonico circostante;
 03. è consentita l'installazione di manufatti a carattere temporaneo;
 04. è possibile la pubblicità itinerante anche attraverso le vele, che ivi possono transitare ma non stazionare. Con provvedimento di autorizzazione ad hoc, emesso successivamente al rilascio ed in occasione di particolari eventi, l'Amministrazione può escludere dal transito alcune delle strade ricadenti nella zona interessata per motivi di organizzazione del traffico veicolare;
 05. sono ammessi impianti pubblicitari comuni in conto terzi, della dimensione massima di mt. 4 di lunghezza e mt. 3 di altezza, su preesistenze edilizie.
- c. **Zona B:** zona della città comprendente le aree a prevalente destinazione commerciale, artigianale, industriale nonché le aree destinate alle attività sportive. In tale zona ricadono anche le strade ad alta percorrenza, con limiti di velocità superiori ai 50 km/h, e le aree ed attrezzature di interesse comune, come le aree di istruzione (scuole, istituti superiori, università), le zone ed i fabbricati a carattere culturale, religioso, di servizio, amministrativo, socio-assistenziale, per lo sport o il tempo libero, gli spazi pubblici attrezzati, le zone parcheggio, i parchi e le altre zone di verde attrezzato. In tale zona:
01. possono essere installati tutti gli impianti per affissioni di ogni tipologia: espositori, standardi, maxistandardi, miniposter, poster (delle dimensioni massime di 6x3);
 02. sono consentite tutte le tipologie di impianto pubblicitario previste nel regolamento;
 03. attraverso procedure ad evidenza pubblica, è possibile affidare ad operatori economici lo sfruttamento di specifiche zone individuate nel Piano dietro la corresponsione di canoni o altre utilità a favore dell'Ente Comunale;
 04. è consentita la pubblicità itinerante conto terzi anche attraverso vele, che in tale zona possono transitare e sostare.
- d. **Zona C:** è la parte di territorio comunale posta esternamente alla delimitazione del centro abitato. Tale zona è soggetta alle limitazioni e prescrizioni previste per gli impianti posti fuori dei centri abitati di cui agli articoli 23 CDS e 53 Reg. CDS.
3. Per le caratteristiche dei manufatti ammessi nelle singole zone, si rinvia alle specifiche schede tecniche sintetiche d'installazione di cui all'Allegato n. 6 del Piano.

Art. 5 - Classificazione degli impianti pubblicitari

1. Ai fini del presente Piano, secondo quanto previsto altresì dal Regolamento, gli impianti pubblicitari sono classificati in base alla durata ed alla tipologia dell'esposizione.
2. In base alla durata dell'esposizione, si distingue tra:
 - a. impianti permanenti: manufatti collocati per un periodo superiore a 90 giorni e fino a 3 anni (nel caso di autorizzazione) ovvero 7 anni (se affidati in concessione). Nell'ambito degli impianti permanenti si distingue tra:
 - a1) impianti affissionali (IA): con plance destinate all'incollaggio di materiale cartaceo;
 - a2) altri impianti (IE – IPC – IPS): insegna, preinsegna, cartello, tabella, colonna; esposizioni pubblicitarie abbinata ad arredo urbano o di servizio: pensilina di attesa bus, palina di fermata bus,

cestino, transenna, orologio, termometro-barometro, quadro informativo abbinato a planimetria urbana, impianti tridimensionali e altro;

b. impianti temporanei (PT): manufatti la cui esposizione è prevista per un tempo determinato, comunque non superiore a 90 giorni.

3. In base alla tipologia, gli impianti si distinguono in:

- a. indicazioni di esercizio: elementi pubblicitari posti sull'immobile ove ha sede l'attività commerciale o sull'eventuale piazzale di pertinenza - Capo II Regolamento;
- b. impianti per affissioni: plance in metallo sulle quali vengono incollati manifesti cartacei di varia misura - Capo III Regolamento;
- c. impianti pubblicitari comuni: qualunque manufatto posto su luogo pubblico o privato e visibile dalla pubblica via - Capo IV Regolamento;
- d. impianti pubblicitari di servizio: qualsiasi impianto in cui il messaggio pubblicitario sia abbinato ad un servizio di pubblica utilità – Capo V del Regolamento;
- e. installazioni temporanee: striscioni, gonfaloni, bandiere, locandine ed ogni altro elemento bidimensionale o tridimensionale, realizzato in materiale di qualsiasi natura che sia non deperibile e resistente agli agenti atmosferici, purché installato per un periodo temporale limitato, specificato nel provvedimento di rilascio del titolo abilitativo – Capo VI del Regolamento;
- f. pubblicità itinerante: pubblicità effettuata in movimento, con o senza l'ausilio di mezzi, con esposizioni di messaggi pubblicitari in forma visiva o fonica – Capo VII del Regolamento.

3. L'Amministrazione Comunale potrà autorizzare ulteriori tipologie d'impianto nel rispetto delle norme del CDS e del Reg. CDS.

4. L'Amministrazione potrà inoltre autorizzare l'installazione di impianti pubblicitari di servizio con valenza di pubblica utilità, abbinati ad elementi di arredo urbano, sulla base di progetti particolareggiati presentati da operatori privati in seguito ad avviso reso pubblico nelle forme di legge.

Art. 6 - Caratteristiche tecniche generali

1. Gli impianti pubblicitari permanenti devono conformarsi alle seguenti caratteristiche costruttive ed estetiche, valevoli come prescrizioni di carattere generale per ogni tipologia prevista dal Piano.
2. Gli impianti devono rispondere, nella struttura e nel loro insieme, alla capacità di resistenza ai sovraccarichi, agli urti ed in generale ai fenomeni dinamici in tutte le prevedibili condizioni di esercizio, in modo da evitare il verificarsi di eventi pericolosi per la circolazione stradale e per l'incolumità pubblica.
3. Le strutture di sostegno e di fondazione devono essere calcolate per resistere alla spinta del vento, al carico della neve ed alla forza del fuoco; devono essere di materiale indeformabile e saldamente realizzate ed ancorate al terreno sia nel loro complesso sia nei singoli elementi.
4. Qualora le suddette strutture costituiscano manufatti la cui realizzazione e posa in opera sia regolamentata da specifiche norme (opere in ferro, in c.a. etc.), l'osservanza di dette norme e l'adempimento degli obblighi da queste previsti deve essere documentato prima del ritiro dell'autorizzazione.
5. Ogni cartello o altro mezzo pubblicitario deve essere realizzato con materiali aventi le caratteristiche di consistenza, durevolezza, sicurezza e resistenza agli agenti atmosferici. I materiali che lo compongono devono conservare le proprie caratteristiche chimico-fisiche, sotto l'azione delle sollecitazioni termiche degli agenti fisici normalmente operanti e prevedibili nell'ambiente in cui si trovano, conservando inalterate le proprie caratteristiche. Tutti gli elementi che compongono l'impianto non devono presentare porosità o cavità superficiali che non siano facilmente pulibili ed ispezionabili e che possano causare ristagno di acqua ed accumulo di sporco.
6. Ogni manufatto deve avere caratteristiche atte a dissuadere, impedire e resistere agli atti di vandalismo. Esso deve essere comunque realizzato in modo da consentire il ripristino della propria integrità, funzionalità ed efficienza.
7. Il sistema di illuminazione può essere a luce diretta, indiretta o riflessa. Gli impianti elettrici utilizzati devono essere sempre concepiti e realizzati in modo da garantire il massimo grado di sicurezza contro rischi elettrici e scariche accidentali, nonché rispondere alle norme CEI in materia ed essere conformi alle

disposizioni espresse della Legge n. 46/1990 e del D.M. di attuazione n. 37 del 2008, del D.P.R. n. 447/1991 e successive modifiche ed integrazioni. Sugli edifici storici sono generalmente da preferire sistemi di illuminazione che mettano in risalto le decorazioni, privilegiando pertanto i sistemi ad illuminazione diretta o riflessa ed evitando, ove possibile, i corpi con luminosità propria.

8. Nel caso in cui le pertinenze accessorie – spazi o aree private limitrofi o contigui alla sede dell'attività, posti a servizio della stessa anche se non in via esclusiva – siano utilizzate da più soggetti, gli impianti pubblicitari, comprese le insegne d'esercizio, devono essere uniformati per dimensioni e punto d'installazione.
9. Tutta la proiezione al suolo del mezzo pubblicitario deve essere compresa nell'area di una stessa proprietà (pubblica o privata).
10. Ad ogni mezzo pubblicitario deve essere fissata o applicata l'apposita targhetta di identificazione prescritta dall'art. 55, Reg. CDS.

Art. 7 – Condizioni, limitazioni e divieti

1. Oltre a quanto disciplinato dal Regolamento, il Piano individua le seguenti limitazioni e divieti.
2. La collocazione di impianti pubblicitari sugli edifici, in luoghi di interesse storico ed artistico o in prossimità di essi ovvero in luoghi sottoposti a vincoli naturali, paesaggistici ed ambientali è subordinata all'autorizzazione ovvero al parere della Soprintendenza sulla compatibilità della installazione con il decoro e la pubblica fruibilità dei beni tutelati, secondo quanto previsto dalla normativa in materia, nonché ad autorizzazione da parte dell'Ente proprietario della strada (art. 23, comma 4, CDS), diverso dal Comune, se la strada non rientra nell'ambito urbano.
3. È vietato utilizzare alberi, impianti di segnaletica stradale ed impianti delle reti (del tipo luce, acqua, gas) come supporti pubblicitari.
4. Gli impianti pubblicitari e le insegne d'esercizio non possono essere a forma di disco, triangolo o di qualunque altra sagoma atta a generare confusione con la segnaletica stradale. Il loro posizionamento deve avvenire in modo tale da consentire sempre la perfetta visibilità (nel senso di marcia) di semafori, incroci, segnali stradali ed attraversamenti pedonali.
5. Conformemente a quanto disposto dal CDS, l'uso dei colori, specialmente del colore rosso o di particolari abbinamenti cromatici, non deve generare confusione con la segnaletica stradale né deve costituire sfondo per segnali stradali causandone una scarsa percettibilità.
6. Le sorgenti luminose non devono provocare abbagliamento. Nessun impianto può avere luce intermittente né intensità luminosa superiore a 150 candele/mq.
7. È comunque sempre vietata l'installazione di mezzi per la pubblicità (permanente e temporanea) e di indicazioni d'esercizio in corrispondenza delle intersezioni, lungo le curve nell'area della corda interna tracciata tra i due punti di tangenza, in corrispondenza di cunette o dossi, sui cavalcavia e loro rampe e banchine, sui parapetti stradali, sui ponti e sottoponti non ferroviari, sulle banchine di sicurezza e sugli altri dispositivi laterali di protezione e di segnalamento o comunque in modo tale da pregiudicare la sicurezza della circolazione veicolare e pedonale.
8. Nei cantieri è consentita l'affissione direttamente sulle recinzioni solo se realizzate con steccati o lamiere ondulate, previa autorizzazione comunale, nei limiti delle superfici stabilite dal Regolamento. La pubblicità su ponteggi di cantiere ed altre strutture di servizio di pertinenza deve avere la caratteristica di impianto di pubblicità. In caso di utilizzo di ponteggi predisposti per l'esecuzione di interventi di conservazione di beni tutelati come beni culturali, il Soprintendente rilascia nullaosta o assenso per l'utilizzo a fini pubblicitari della copertura. In caso di assenso è vietata l'esposizione del mezzo pubblicitario per un periodo superiore alla durata dei lavori.
9. L'installazione di impianti pubblicitari su aree destinate a verde pubblico è disciplinata dal Regolamento. Nel computo della singola area, sono da considerare, oltre agli spazi interni delle rotatorie, anche le zone verdi pertinenziali dell'area principale.
10. Non è consentita la collocazione di manifesti al di fuori dei supporti appositamente previsti per tale uso e non contemplati dal Piano.

Art. 8 – Aspetti particolari – Installazione su spazi e aree private

1. Secondo quanto stabilito dall'articolo 3, comma 11, del Regolamento, l'Amministrazione Comunale si riserva la facoltà di autorizzare il collocamento di talune tipologie di impianti pubblicitari, anche di servizio, per motivi di pubblico interesse. A tal fine potrà, anche successivamente all'approvazione del Piano, consentire l'esecuzione di progetti particolareggiati interessanti specifiche porzioni del centro abitato. Tali progetti dovranno essere comunque realizzati in conformità a quanto prescritto dal precedente articolo 6 e dalle specifiche disposizioni contenute nei Capi IV e V del presente Piano.
2. Su spazi ed aree private è vietata l'installazione di impianti pubblicitari e di impianti per le affissioni dirette, permanenti o temporanei, con le seguenti eccezioni e prescrizioni:
 - a. cartelli di compravendita e affittanza immobili;
 - b. totem (solo in zone A2, B e C);
 - c. mezzi pubblicitari temporanei anche reclamizzanti saldi, promozioni e vendite straordinarie (in zone A2, B e C; all'interno della zona A1, l'esposizione potrà avvenire soltanto all'interno delle vetrine o delle aperture dell'attività);
 - d. impianti temporanei dell'Amministrazione comunale riguardo lo svolgimento di attività istituzionali e di attività patrocinate dalla stessa ed impianti delle società partecipate dal Comune di Potenza purché autorizzati;
 - e. impianti pubblicitari temporanei su cantiere, anche a mezzo megaposter, in tutte le zone, secondo quanto previsto dal Regolamento.
 - f. impianti pubblicitari comuni (IPC), di cui al successivo Capo IV, solo nelle zone A2, B e C, nel rispetto delle prescrizioni ivi previste.

CAPO II - INDICAZIONI DI ESERCIZIO (IE)

Art. 9 – IE: Indicazioni di Esercizio - Definizione

1. Secondo quanto disposto dal Regolamento, si definisce «indicazione di esercizio» (IE) il manufatto in qualsiasi materiale, luminoso o non luminoso, posto esclusivamente in adiacenza alla parete o sulla copertura dell'immobile che ospita l'attività pubblicizzata o nel piazzale di pertinenza dello stesso, riportante scritte, marchi e/o loghi inerenti l'attività esercitata. L'indicazione di esercizio identifica il luogo ove si esercita un'attività commerciale ai sensi degli articoli 2188 e ss. del codice civile, generalmente riproducendone il logo, la denominazione e/o l'immagine che la contraddistingue, nonché i prodotti trattati.
2. Il presente Piano, nell'ambito di quanto stabilito dal Capo II del Regolamento, definisce le caratteristiche tecniche e costruttive generiche delle indicazioni di esercizio, come descritte nelle relative schede tecniche di dettaglio d'installazione.
3. Qualora le insegne siano poste in luogo diverso dalla sede dell'attività o dalle relative pertinenze accessorie, esse assumono una funzione prevalentemente pubblicitaria e vengono definite «preinsegne», la cui collocazione viene disciplinata dal Reg. CDS.

Art. 10 – IE - Categorie

1. Secondo quanto stabilito dal Regolamento, in relazione alla posa in opera, le indicazioni di esercizio si suddividono in:
 - a) insegne frontali (art. 10 Regolamento);
 - b) insegne a bandiera o verticali (art. 11 Regolamento). Si tratta di impianti pubblicitari fissati alla parete dell'edificio che ospita l'attività commerciale in posizione non parallela ad esso, nel rispetto delle seguenti prescrizioni:
 - superficie massima: $\frac{1}{4}$ delle aperture di esercizio presenti sul medesimo prospetto dell'edificio, nel limite massimo di mq. 1,50;

- distanza tra il punto più basso ed il piano di calpestio: mt. 2,50 se aggettanti su suolo destinato esclusivamente alla circolazione pedonale; mt. 5,00 se aggettanti su suolo di transito veicolare;
- distanza dal limite della carreggiata stradale: non inferiore a mt. 1,50;

c) insegne su pali (art. 12 Regolamento). Trattasi di impianti costituenti una struttura autonoma rispetto all'edificio che ospita l'attività commerciale, posti su uno o più pali collocati sul suolo privato di pertinenza dello stesso, secondo le seguenti prescrizioni:

- vietate in Zona A1;
- vietate in assenza di marciapiedi;
- superficie massima: mq. 2 se poste su un palo; mq. 6 se poste su più pali;
- distanza tra il punto più basso ed il piano di calpestio: mt. 2,50 se aggettanti su suolo destinato esclusivamente alla circolazione pedonale; mt. 5,00 se aggettanti su suolo di transito veicolare;
- distanza dal limite della carreggiata stradale: mt. 1,00 se parallele al senso di marcia dei veicoli; mt. 2 se perpendicolari allo stesso;

d) totem (art. 13 Regolamento). In tale categoria rientrano tutte le strutture esterne all'edificio ed autonome rispetto ad esso, generalmente installate su paline apposite o costituenti un unico elemento espositivo utilizzabile su più facce, poste in posizione parallela o perpendicolare rispetto al piano di inserimento e contenenti più insegne relative a diversi esercizi commerciali aventi sede nello stesso edificio e nella stessa struttura.

e) targhe murarie (art. 14 Regolamento);

f) bacheche (art. 15 Regolamento);

g) vetrofanie (articolo 16 Regolamento);

h) tende solari (articolo 17 Regolamento);

i) strutture mobili (articolo 18 Regolamento);

l) cartello: manufatto posto sull'immobile ovvero nel piazzale di pertinenza dell'esercizio, supportato da idonea struttura di sostegno, con una sola od entrambe le facce finalizzate alla diffusione di messaggi pubblicitari o propagandistici, sia direttamente sia tramite sovrapposizione di altri elementi. Può essere luminoso per luce propria o per luce indiretta (art. 9 Regolamento);

m) impianto di pubblicità e/o propaganda (art. 9 Regolamento): qualunque manufatto, compresi banner, striscioni ed elementi tridimensionali, posto sull'immobile ovvero nel piazzale di pertinenza dell'esercizio, pubblicizzante l'attività ovvero i relativi beni, marchi e loghi, e finalizzato all'effettuazione di pubblicità e/o propaganda sia di prodotti che di attività, non individuabile secondo le definizioni precedenti né come insegna di esercizio né come altri impianti, compresi le preinsegne, di cui agli articoli successivi.

Art. 11 – IE - Caratteristiche generali

1. Le indicazioni di esercizio possono essere realizzate con ogni materiale che si ritenga idoneo, purché compatibile con il contesto architettonico, estetico e stilistico di inserimento, tenuto conto delle specifiche tecniche stabilite dal Regolamento per ciascuna zona del territorio comunale.
2. Le insegne di esercizio realizzate o installate in periodo antecedente all'entrata in vigore del CDS possono essere mantenute nella forma originaria purché abbiano pregio storico-culturale ed il titolare dell'attività provveda a richiedere il rilascio dell'autorizzazione secondo quanto previsto dalle disposizioni vigenti. Analogamente, le targhe murarie preesistenti, con dimensioni o formati non rispondenti alle attuali indicazioni, potranno essere conservate solo se di pregio storico-culturale (cd. grafismi epocali).
3. La dimensione delle insegne deve essere relazionata alle caratteristiche dell'edificio, proporzionata alle misure della vetrina ed alle dimensioni della sede stradale e del tipo di traffico prevalente.
4. Le insegne devono essere collocate negli appositi spazi ad esse destinati, quali porta insegne e vani sopra luce, ripercorrendone la sagoma. Ove non vi siano spazi appositi, esse devono essere collocate nel vano esistente al di sotto dell'architrave. Nel caso le dimensioni della vetrina o dell'ingresso non lo consentano, l'insegna può essere collocata al di sopra dell'architrave, purché sia contenuta nelle proiezioni dell'ingresso dell'attività e segua la forma dell'apertura.

5. L'insegna posta sugli edifici non potrà in alcun caso interferire con stipiti, cornici, particolari architettonici ed elementi decorativi presenti sulla facciata né trasformare l'immagine complessiva di quest'ultima. È vietato collocare insegne d'esercizio sui parapetti di balconi, nelle arcate frontali e di testa dei portici.
6. In caso di esercizio con più vetrine contigue sullo stesso prospetto, l'insegna va collocata su ogni vano preposto, ove esistente, o comunque in corrispondenza di ogni vetrina, purché la distanza tra le varie indicazioni sia regolare e non inferiore a 0,50 mt. e le varie insegne siano coordinate ed armonizzate tra loro. Può essere consentita anche un'insegna unica a fascia continua, contenuta tra le proiezioni della prima e dell'ultima apertura, se prescritta in considerazione delle caratteristiche specifiche della zona interessata.
7. Non sono consentite aggregazioni di insegne dai colori e dai contenuti differenti anche qualora sia necessario pubblicizzare diversi marchi dei prodotti distribuiti.
8. La richiesta di installazione plurima di insegne tra di loro coordinate deve essere unica e riferita a tutte le insegne nel loro insieme. L'uso di più mezzi pubblicitari riconducibili a differenti tipologie per uno stesso esercizio (es.: vetrofanie, cassonetti e stendardi) deve essere anch'esso coordinato.
9. La collocazione delle insegne di esercizio plurime è ammessa soltanto nel caso in cui l'attività economica pubblicizzata di tipo commerciale sia collocata al piano strada dell'edificio ed esercitata in locali aventi la corrispondente destinazione catastale.
10. Nel caso in cui le attività commerciali, come definite ai sensi del precedente articolo 9, non siano poste su piano strada, è possibile inserire al massimo una insegna di esercizio e a condizione che non venga modificato il disegno architettonico dell'edificio che la ospita né la sagoma dello stesso.
11. La collocazione delle indicazioni di esercizio deve avvenire nel rispetto di dimensioni, caratteristiche e parametri riportati nelle relative schede d'inserimento contenute nel presente Capo II, specifiche per ciascuna tipologia.

Art. 12 – IE - Insegne di pubblico interesse

1. Sono definite insegne di pubblico interesse le insegne relative all'indicazione dei servizi di pubblica utilità.
2. Rientrano in tale fattispecie le indicazioni relative alle seguenti attività:
 - a. ospedali;
 - b. Polizia;
 - c. Vigili urbani – Polizia Municipale;
 - d. Vigili del Fuoco;
 - e. Guardia di Finanza;
 - f. Carabinieri;
 - g. Guardia medica;
 - h. farmacie;
 - i. tabacchi e valori bollati.
3. Per le tipologie riportate alle lettere h) e i), il titolare dell'attività deve comunque richiedere il rilascio dell'autorizzazione all'installazione dell'impianto pubblicitario.

Art. 13 – IE - Insegne speciali

1. Al fine di rendere più agevole l'accesso agli esercizi da parte di persone portatrici di handicap, è sempre consentita la segnalazione degli accessi privilegiati mediante insegne a bandiera di piccole dimensioni (dimensione massima cm. 35x50).
2. Tali insegne potranno riportare le indicazioni direzionali semplificate nel contenuto, nonché la denominazione o logo dell'esercizio in uno spazio massimo di cm. 30x20.

Art. 14 – IE - Chioschi

1. L'esposizione di insegne d'esercizio su chioschi isolati aventi funzione commerciale (ad esempio: bar, tabacchi, rivendita giornali) è ammessa se posta in aderenza alle pareti perimetrali o nei vani predisposti.
2. Sono vietate le collocazioni sopra le coperture.

3. Nel caso di preesistenze non rispondenti alle attuali indicazioni, tali manufatti potranno essere conservati se di pregio storico-culturale.

Art. 15 – IE - Stazioni di servizio

1. Rientrano in questa categoria le indicazioni di esercizio delle stazioni di rifornimento carburante e le stazioni di servizio.
2. Per ciascuna zona, si stabiliscono le seguenti prescrizioni:
 - a. Zona A1: è consentita una sola insegna a palo per area di servizio, a condizione che la sua proiezione al suolo sia contenuta all'interno dell'area di servizio stessa;
 - b. Zone A2 - B: è consentita la collocazione delle indicazioni di esercizio, comprese insegne, pannelli, cartelli e in genere tutti gli impianti permanenti e temporanei, purché contenuti all'interno dell'area di servizio, nel rispetto dei limiti dimensionali stabiliti dal Regolamento.
 - c. Zona C: secondo quanto stabilito dall'articolo 23 CDS, può essere autorizzata la collocazione, per ogni senso di marcia, di una sola insegna di esercizio per ogni stazione di rifornimento di carburante o di servizio della superficie massima di mq. 4, ferme restando tutte le disposizioni relative al posizionamento dell'insegna.

Art. 16 – IE - Impianti compositi

1. Rientrano in questa classificazione le installazioni pubblicitarie costituite da gruppi omogenei di insegne relative a diversi esercizi commerciali aventi medesima sede (es. centri commerciali).
2. Tale tipologia non è ammessa su suolo pubblico, nemmeno considerando la sola proiezione del manufatto. L'installazione di un impianto composito nelle aree private ad uso pubblico o nelle aree di pertinenza accessoria può essere consentita dall'Ufficio con autorizzazione motivata tenuto conto dello stato dei luoghi.
3. Gli elementi che costituiscono un impianto composito devono comunque essere integrati tra di loro e costituire un corpo unico, che può essere anche luminoso o illuminato.
4. Gli impianti compositi devono conformarsi alle prescrizioni tecniche e strutturali ed a limitazioni e divieti previsti nel presente Piano.

Art. 17 – IE - Indicazioni di esercizio - ulteriori prescrizioni

1. Le insegne d'esercizio frontali, ad esclusione delle vetrofanie, sono ammesse solo al piano terra, salvo per edifici di carattere industriale o similari quali capannoni o simili. Eventuali collocazioni diverse potranno essere ammesse tenuto conto della conformazione e della posizione dell'edificio rispetto agli accessi e, comunque, se in armonia con il fronte dell'edificio stesso.

Art. 18 – Preinsegne

1. Le indicazioni di esercizio, se poste in luogo diverso dalla sede dell'attività o dalla relative pertinenze accessorie, sono definite "preinsegne" o cartelli direzionali, secondo quanto stabilito dagli articoli 31 e 32 del Regolamento, e sono caratterizzati dalla scritta in caratteri alfanumerici, completata da freccia di orientamento ed eventualmente da simboli e marchi, realizzata su manufatto bifacciale e bidimensionale, utilizzabile su una sola o su entrambe le facce, supportato da una idonea struttura di sostegno, finalizzata alla pubblicizzazione direzionale della sede dove si esercita una determinata attività ed installata in modo da facilitare il reperimento della sede stessa e comunque nel raggio di 5 Km.
2. È ammesso il raggruppamento, sulla stessa struttura di sostegno, di un numero massimo di sei preinsegne per ogni senso di marcia, a condizione che le stesse abbiano uguali dimensioni e costituiscano oggetto di un'unica autorizzazione. Il raggruppamento, inteso come gruppo unitario, può essere installato in deroga alle distanze previste dal Regolamento, previo parere vincolante della Polizia Locale, qualora sia considerato funzionale al miglioramento della circolazione stradale. Appartengono alla categoria delle preinsegne i mezzi pubblicitari conformi ai segnali di direzione per dimensioni, ma differenti per colorazione, caratteri e/o simboli.
3. La collocazione delle preinsegne deve essere effettuata nel rispetto delle distanze stabilite dal Regolamento, applicate nel senso delle singole direttrici di marcia. Le preinsegne non possono in alcun caso ostacolare la visibilità dei segnali stradali entro lo spazio di avvistamento. È comunque sempre vietato il posizionamento delle preinsegne nei punti indicati dall'art. 51, comma 3, del Reg CDS e

nell'ambito e in prossimità di edifici o luoghi di interesse storico o artistico, ai sensi del Decreto Legislativo 22 Gennaio 2004 n. 42.

4. Le preinsegne sono soggette al pagamento dell'Imposta comunale sulla Pubblicità e del Canone per l'occupazione del suolo pubblico.
5. Allo scopo di evitare il proliferare di preinsegne apposte su diverse strutture lungo il medesimo percorso, l'Ufficio può disporre che la collocazione delle preinsegne o delle indicazioni direzionali avvenga mediante pellicole adesive recanti l'indicazione delle attività, stampate con inchiostri coprenti secondo criteri tecnici che garantiscano il mantenimento dell'immagine e della stampa per un periodo non inferiore ad anni 7 di normale esposizione verticale all'esterno nelle medie condizioni ambientali d'uso, apposte su impianti aventi la funzione di tabelle direzionali cumulative e le stesse misure degli impianti per affissioni, appositamente realizzate ovvero utilizzate per effetto della variazione della destinazione d'uso degli impianti del tipo PAI e PAC. La realizzazione delle tabelle ovvero la variazione di destinazione degli impianti per la collocazione delle pellicole adesive dovrà avvenire nel rispetto del contesto architettonico e ambientale d'inserimento.

CAPO III - IMPIANTI PER AFFISSIONI (IA)

Art. 19 – IA: Impianti per Affissioni - Definizione e caratteristiche generali

1. Gli impianti destinati a supportare le affissioni sono costituiti da plance in lamiera zincata monofacciale o bifacciale, dotate di cornice metallica o in vetroresina.
2. Gli impianti per affissioni non possono essere collocati su suoli privati.
3. Gli impianti per affissioni (**IA**) possono essere esclusivamente delle seguenti tipologie e dimensioni:
 - a. espositore: base mt. 0,70 x altezza mt. 1;
 - b. standardo: base mt. 1,40 x altezza mt. 1 o base mt. 1 x altezza mt. 1,40;
 - c. maxi standardo: base mt. 1,40 x altezza mt. 2 o base mt. 2 x altezza mt. 1,40;
 - d. mini poster: base mt. 4 x altezza mt. 2;
 - e. poster: base mt. 6 x altezza mt. 3.

Art. 20 – IA – Postazioni e criteri d'installazione

1. Secondo quanto stabilito dal Regolamento, gli IA possono essere collocati in ciascuna postazione, anche in serie, secondo lo schema che segue:
 - a. espositore: massimo n. 5 in serie con distanza di almeno 0,20 mt.;
 - b. standardo: massimo n. 3 in serie con distanza di almeno 0,30 mt.;
 - c. maxi standardo: massimo n. 3 in serie con distanza di almeno 0,40 mt.;
 - d. mini poster: massimo n. 2 in serie con distanza di almeno 0,50 mt.
 - e. poster: massimo n. 2 in serie con distanza di almeno 1 mt.
2. All'interno del centro abitato, l'installazione degli impianti affissionistici deve avvenire nel rispetto:
 - a. dei parametri indicati in ciascuna scheda di dettaglio;
 - b. della normativa vigente;
 - c. dei seguenti criteri generali:
 - i. i mezzi pubblicitari devono inserirsi nel contesto come elementi di arricchimento del panorama urbano. A tal fine, l'Ufficio competente per il rilascio dei titoli abilitativi deve verificare che gli impianti inseriti nello stesso sito, nella stessa strada e nella stessa zona siano omogenei dal punto di vista formale e cromatico; nel caso in cui gli impianti appartengano a soggetti differenti, pubblici o privati, la collocazione effettuata successivamente deve seguire lo stile (formale e cromatico) delle installazioni precedenti;
 - ii. i mezzi pubblicitari non devono costituire pericolo o disturbo per la sicurezza stradale. L'Amministrazione non risponde di eventuali danni a persone o a cose derivanti da installazione, permanenza, rimozione o manutenzione di impianti di proprietà privata. I

soggetti autorizzati sono tenuti a stipulare apposito contratto di assicurazione per la copertura dal rischio di responsabilità civile;

- iii. al di fuori delle ipotesi previste nelle schede di dettaglio circa la possibilità di posizionamento in serie per talune tipologie di impianti, l'installazione degli impianti deve avvenire nel rispetto della distanza minima stabilita dal Regolamento in deroga al CDS e al Reg. CDS.
3. Le plance devono essere collocate su muri in calcestruzzo; in mancanza di questi, possono essere utilizzate strutture su pali, purché adiacenti a pareti, armature, steccati, ponteggi, armature di carattere provvisorio prospicienti il suolo pubblico ed altri spazi idonei in base alle prescrizioni contenute nel Regolamento.
4. Qualora l'impianto sia collocato su muri, è prescritta la pitturazione del fondo con colore confacente al contesto d'inserimento dell'impianto o, in mancanza, con colore "mattone" (RAL 8012).
5. Il titolare del mezzo pubblicitario deve curare il sito di inserimento dell'impianto, rimuovendo sterpaglie ed ogni altro elemento che pregiudichi la pulizia ed il decoro dell'ambito che lo ospita.
6. Il collocamento degli impianti deve rispettare i parametri riportati nelle schede tecniche sintetiche d'installazione relative a ciascuna tipologia e per ciascuna zona territoriale.

Art. 21 – PA: Pubbliche affissioni

1. Ciascun impianto destinato alle Pubbliche Affissioni deve avere una targhetta di identificazione recante l'indicazione "Comune di Potenza – Servizio Pubbliche Affissioni" ed il numero progressivo di individuazione dell'impianto.
2. Nel caso di gestione diretta, l'Amministrazione stipula apposita assicurazione o fidejussione per gli eventuali danni procurati a terzi dai propri impianti. Può anche procedere subentrando nella polizza stipulata dal precedente concessionario ovvero estendere ai propri impianti PA l'assicurazione già stipulata per altri impianti di proprietà.
3. È compito dell'Ufficio Impiantistica Pubblicitaria disporre la sostituzione o la rimozione degli impianti di pubbliche affissioni danneggiati o ammalorati, anche avvalendosi dell'Ufficio Viabilità ovvero dell'Ufficio Manutenzione; per gli interventi tecnici più complicati ovvero per gli impianti di maggiori dimensioni, l'ufficio può avvalersi anche dell'intervento di terzi. Quest'ultimi devono essere chiamati ad intervenire in tutti i casi in cui la sostituzione ovvero la rimozione dell'Impianto di PA debba essere disposto in conseguenza di danneggiamento procurato da terzi, nei cui confronti dovrà poi procedersi per il recupero delle relative spese, salvi gli ulteriori indennizzi e spese documentate per l'intervento.

Art. 22 – AD: Affissioni Dirette – Definizione, tipologia e caratteristiche

1. Si definiscono dirette le affissioni di natura commerciale, o comunque aventi rilevanza economica, effettuate direttamente da operatori privati o da soggetti in ogni caso diversi dall'eventuale concessionario del Servizio delle Pubbliche Affissioni.
2. Gli impianti destinati alle affissioni dirette devono avere una targhetta con l'indicazione: "Comune di Potenza – Affissioni Dirette – (nome ditta) " e con il numero di individuazione dell'impianto e gli estremi del titolo abilitativo con indicazione della data di rilascio e di scadenza.
3. La targhetta dovrà essere sostituita:
 - a. ogni volta che sia rilasciata un'altra autorizzazione che comporti modifica degli elementi sopra indicati;
 - b. qualora anche uno solo degli elementi sopra indicati non sia più leggibile o riconoscibile;
 - c. qualora vada smarrita per qualunque motivo.
4. Mediante procedure ad evidenza pubblica, secondo quanto stabilito dall'articolo 54 del Regolamento, verranno affidati in concessione lotti eterogenei di impianti previamente individuati dal PRIP.
5. Nel rispetto della superficie massima degli impianti pubblicitari destinata alle affissioni dirette e stabilita dal Regolamento, nonché della distribuzione risultante dal Piano, vengono assegnati in concessione a mezzo gara 12 lotti di impianti, della superficie massima di mq. 250 circa cadauno, così composti:

- a. poster n. 8;
 - b. mini poster n. 4;
 - c. maxi standardi n. 21;
 - d. standardi n. 6;
 - e. espositori n. 10.
6. La concessione è disciplinata da apposita convenzione nella quale sono precisate le quantità, le dimensioni e l'ubicazione degli impianti da installare, la durata della concessione ed il relativo canone annuo dovuto al Comune, nonché tutte le altre condizioni dell'affidamento.

Art. 23 – AD - Mancato utilizzo del mezzo pubblicitario

1. Le strutture destinate alle AD vanno utilizzate a tale scopo e non possono essere prive di messaggi per un periodo superiore a tre mesi dalla loro installazione o dalla rimozione di precedenti messaggi. Decorso i tre mesi e permanendo l'assenza di comunicazioni pubblicitarie, gli impianti devono essere immediatamente coperti ad opera della ditta intestataria mediante affissione di fogli bianchi, su cui possono essere riportate esclusivamente informazioni utili al reperimento della ditta stessa. In mancanza, alla copertura degli impianti provvederà l'Ufficio Impiantistica Pubblicitaria disponendo l'affissione di fogli bianchi ovvero recanti immagini a stampa della Città di Potenza o dei suoi beni artistici o architettonici.
2. Durante tale periodo permane l'obbligo del pagamento del canone previsto e della relativa imposta di pubblicità di cui all'art. 12, comma 3, del D. Lgs. n 507 del 15.11.1993.

Art. 24 – AD – Decadenza e revoca del titolo abilitativo, rimozione dei mezzi pubblicitari

1. L'installazione del mezzo pubblicitario deve avvenire, a pena di decadenza dell'autorizzazione, entro il termine massimo di 60 giorni dal rilascio del titolo. L'avvenuta installazione deve essere resa nota all'Amministrazione comunale attraverso l'invio di opportuna comunicazione.
2. Il Comune può disporre la decadenza o la revoca del titolo ed ordinare la rimozione del mezzo, previa diffida, nei seguenti casi:
 - a. per motivi di interesse pubblico;
 - b. per difformità dell'impianto installato rispetto a quello concesso;
 - c. per inosservanza delle prescrizioni;
 - d. per mancato pagamento nei termini del canone, se vi è occupazione di suolo pubblico, e dell'Imposta comunale sulla pubblicità;
 - e. nel caso in cui vengano meno le condizioni che costituivano presupposto al rilascio del titolo abilitativo.
3. L'interessato deve provvedere a rimuovere l'impianto pubblicitario entro la data indicata nell'ordinanza di rimozione; in caso di inottemperanza, lo stesso verrà rimosso dal Comune a spese dell'interessato.

Art. 25 – AD - Obblighi del titolare dell'impianto

1. Il titolare dell'impianto di AD ha l'obbligo di:
 - a. fissare all'impianto apposita e prescritta targhetta di identificazione dell'impianto ai sensi dell'art. 55 del Reg. CDS;
 - b. mantenere l'impianto in buono stato di manutenzione e conservazione;
 - c. provvedere alla rimozione dei residui delle precedenti affissioni, curandone la raccolta a terra ed il relativo smaltimento differenziato;
 - d. effettuare tutti gli interventi necessari al mantenimento delle condizioni di sicurezza;
 - e. adempiere nei termini prescritti a tutte le disposizioni impartite dal Comune, sia al momento del rilascio del titolo abilitativo sia successivamente, a seguito di intervenute e motivate esigenze;

- f. provvedere alla rimozione di quanto installato ed al ripristino del sito in caso di scadenza, decadenza o revoca dell'autorizzazione o della concessione ovvero a seguito di motivata richiesta da parte del Comune senza diritto di rimborso alcuno, fatto salvo il rimborso dell'imposta per le mensilità versate e non usufruite;
- g. richiedere l'autorizzazione all'Ufficio comunale competente per l'installazione del ponteggio/impalcatura, qualora l'impianto sia posto su area pubblica o ad uso pubblico.

CAPO IV - IMPIANTI PUBBLICITARI COMUNI (IPC)

Art. 26 – IPC – Prescrizioni generali

1. Per impianti pubblicitari comuni (**IPC**) si intendono tutti i manufatti, non riconducibili alla categoria degli impianti per affissioni, utili alla vendita a terzi di spazi pubblici adibiti alla diffusione di messaggi pubblicitari per la promozione di beni o servizi, senza alcuno scopo di interesse generale. Secondo quanto stabilito dal Regolamento, la superficie massima consentita per tale tipo di impianti, per l'intero territorio comunale, compreso dunque il territorio ad di fuori dell'ambito urbano delimitato con la Delibera di Giunta Comunale n. 22/2011, è di 1400 (millequattrocento) metri quadri complessivi.
2. Non vengono stabilite forme o tipologie particolari per tali tipi di impianti che pertanto possono anche essere a messaggio variabile ed avere illuminazione mediante luce propria o diretta.
3. Proprio in considerazione della mancata definizione e tipologia di tali tipi di impianti, viene stabilito che l'Autorizzazione potrà essere rilasciata soltanto previo parere positivo reso dalla Polizia Locale, per la verifica di conformità alle disposizioni del CDS e del Reg. CDS, e, per gli impianti di dimensioni superiori a mt. 4 di lunghezza e mt. 3 di altezza, anche al parere della Commissione Edilizia cui è demandata la valutazione dell'impatto urbanistico e paesaggistico del mezzo pubblicitario.
4. Qualora successivamente al rilascio dell'autorizzazione l'impianto costituisca pericolo o distrazione per la sicurezza stradale, anche a causa della particolare complessità del traffico pedonale e veicolare, può essere disposto lo spostamento ovvero la revoca dell'autorizzazione.
5. In zona A1 non è ammessa l'installazione di IPC. In zona A2, gli IPC non possono essere installati su suolo o terreni privati e possono avere in ogni caso la dimensione massima di mt. 4 di lunghezza e mt. 3 di altezza.
6. Per quanto non specificamente previsto dal Piano, si rinvia alle disposizioni del Regolamento che, a titolo esemplificativo, individua le seguenti tipologie di IPC:
 - a. cartellonistica;
 - b. megaposter;
 - c. impianti a messaggio variabile.
7. Su ogni impianto autorizzato, deve essere fissata, a cura e spese del titolare, una targhetta metallica, posta in posizione facilmente accessibile, con i seguenti dati:
 1. denominazione del titolare dell'autorizzazione;
 2. numero di autorizzazione;
 3. data di rilascio ed Ufficio competente;
 4. data di scadenza dell'autorizzazione.

Art. 27 – IPC su preesistenze edilizie o suoli privati

1. Secondo quanto stabilito dal Regolamento, tali impianti possono essere collocati anche su preesistenze edilizie o su suoli privati.
2. Nel caso di preesistenze edilizie, gli impianti dovranno essere realizzati sulla parte della facciata cieca dell'edificio, cioè priva di finestre, di decorazioni e di rivestimenti, proporzionati alle dimensioni dell'edificio, rispettando un rapporto di grandezza rispetto al sito che li ospita non superiore al 20%, e collocati ad una distanza dal ciglio stradale non inferiore a mt. 3 dal limite della carreggiata. In tal caso i condomìni che abbiano consentito l'installazione di impianti pubblicitari sull'edificio di

proprietà comune, nel rispetto di tutte le previsioni di legge e di regolamento e delle prescrizioni sulle distanze dagli altri impianti e dalle intersezioni, dovranno destinare i proventi derivanti dallo sfruttamento pubblicitario al mantenimento degli impianti comuni o all'esecuzione di lavori o interventi di manutenzione.

3. Nel caso di installazioni su suolo privato, l'impianto deve essere realizzato su strutture autoportanti e deve rispettare le seguenti prescrizioni:
 - a. la distanza tra la base del manufatto ed il piano di calpestio dovrà essere almeno di m. 2,50;
 - b. sul terreno potrà autorizzarsi la collocazione di un impianto pubblicitario nella misura massima del 5% della superficie scoperta della proprietà;
 - c. l'impianto deve rispettare le seguenti distanze:
 - i. all'interno del suolo, dovrà essere posizionato, in profondità, a mt. 10,00 dal limite di confine della proprietà rispetto alla strada ovvero rispetto ad altre proprietà, pubbliche o private, contigue, se di dimensioni superiori a mt. 4 di lunghezza e mt. 3 di altezza; la distanza dal limite di confine è ridotta a mt. 5,00 per gli impianti di dimensioni pari o inferiori a mt. 4,00 per 3,00;
 - ii. se il suolo privato confina con un incrocio stradale, il mezzo pubblicitario deve essere collocato ad una distanza tale che la proiezione dell'impianto sul confine deve rispettare le distanze, stabilite dall'articolo 7, comma 4, del Regolamento, di 40 metri se il cartello è posto lungo le strade urbane di scorrimento e di 20 metri sulle altre strade di quartiere e locali;
 - iii. lungo la linea fronte strada, all'interno della proprietà privata, è ammessa la collocazione plurima di impianti, con distanza non inferiore a metri 50 l'uno dall'altro;
 - iv. è vietata la collocazione di IPC su muri di recinzione o a ridosso degli stessi ovvero su recinzioni.
4. La richiesta di autorizzazione all'installazione di IPC su preesistenze edilizie e su suoli privati deve essere presentata in carta legale all'Ufficio Impiantistica Pubblicitaria e deve recare, oltre a quanto stabilito dal Regolamento:
 - a. la dichiarazione del proprietario del terreno/immobile di assenso all'installazione ed all'utilizzo del bene per il periodo corrispondente a quello indicato nella richiesta;
 - b. nel caso di cui al comma 2, la dichiarazione con cui l'amministratore del condominio (o, in mancanza, i singoli condòmini) interessato dall'installazione si impegna ad imputare i proventi derivanti dallo sfruttamento pubblicitario alle spese di mantenimento degli impianti comuni e di manutenzione dell'immobile;
 - c. l'autodichiarazione attestante l'avvenuta presentazione della pratica edilizia, se necessaria.
5. Il richiedente è comunque tenuto a produrre ulteriori documenti e dati ritenuti necessari ai fini istruttori. Se la domanda è incompleta di dati essenziali al procedimento, la pratica viene sospesa; in caso di mancato ricevimento di tali dati entro i termini indicati nella richiesta di integrazione, effettuata dall'ufficio competente, la domanda viene archiviata.
6. L'eventuale rinnovo dell'autorizzazione per lo stesso mezzo espositivo, lo stesso messaggio e la stessa ubicazione, deve essere richiesto secondo modalità e termini stabiliti dal Regolamento, allegando nuova dichiarazione resa dal proprietario del terreno/immobile di assenso all'installazione ed all'utilizzo del bene per il periodo corrispondente a quello indicato nella richiesta. Sarà cura dell'Ufficio comunicare al richiedente l'eventuale documentazione da presentare a completamento della richiesta.

Art. 28 – Impianti Pubblicitari – Stazioni di servizio

1. Nelle stazioni di servizio per erogazione di carburante e nelle contigue e pertinenti aree di parcheggio possono essere installati cartelli, insegne di esercizio ed altri mezzi pubblicitari, come previsto dall'art. 52 del Reg. CDS, la cui superficie complessiva **non può superare il 5%** delle aree occupate dalla stazione e dai relativi parcheggi. La collocazione delle precitate tipologie pubblicitarie deve essere contenuta all'interno dei limiti proprietari o di concessione delle predette stazioni di servizio.

Dal computo delle superfici dei cartelli, delle insegne di esercizio e degli altri mezzi pubblicitari sono esclusi i messaggi attinenti a servizi prestati presso la stazione di servizio.

2. Trattandosi di Impiantistica pubblicitaria per conto proprio, la superficie di tali tipi di impianti non concorre e non viene computata nel calcolo della superficie complessiva degli Impianti Pubblicitari Comuni.

Art. 29 – Impianti Pubblicitari – Parcheggi e attività commerciali

1. Nelle aree di parcheggio aperte all'uso pubblico, circoscritte e delimitate appositamente per la sosta dei veicoli in genere al servizio di complessi commerciali o in prossimità di servizi di pubblica utilità, è possibile collocare impianti pubblicitari per conto proprio di dimensioni massime pari a mt. 6 x mt. 3. L'installazione di tali impianti dovrà essere limitata ad un'unica facciata, collocando il messaggio pubblicitario rivolto verso l'interno del parcheggio. Se visibile dall'esterno, la pubblicità sarà soggetta, oltre che al versamento della corrispondente imposta, anche ad autorizzazione dell'ufficio, il quale potrebbe non consentirla per motivi di sicurezza ed anche per ragioni di estetica.
2. Quando il parcheggio all'interno dell'area di utilizzazione è delimitato da apposite zone di sosta, suddivise da elementi fissi con essenze di verde di arredo o da piantumazioni di vario genere, l'installazione delle varie tipologie di impianto pubblicitario è possibile sulle anzidette suddivisioni anche in deroga alle distanze, richiamate dal Regolamento, da altri impianti simili.
3. È consentita la collocazione di impianti pubblicitari bifacciali all'interno delle aree di parcheggio contrassegnate da stalli di sosta contrapposti. In presenza di muri perimetrali di recinzione delle aree di parcheggio è possibile installare a ridosso degli stessi, in posizione parallela, unicamente impianti con espositori monofacciali. Tali forme pubblicitarie dovranno essere visibili solo dall'interno dell'area di parcheggio.
4. È possibile la collocazione di cartelli ed altri mezzi pubblicitari per conto proprio se posti sul suolo privato di immediata pertinenza dell'edificio che ospita l'attività da pubblicizzare, subordinatamente al rilascio di autorizzazione da parte dell'Ufficio e versamento della relativa Imposta. Qualora la collocazione, per la situazione di fatto, debba essere effettuata su suolo pubblico, l'autorizzazione potrà essere rilasciata soltanto previo nulla osta dell'Ufficio competente in materia di occupazione di suolo pubblico e versamento del corrispondente canone. Trattandosi di Impiantistica pubblicitaria per conto proprio, la superficie di tali tipi di impianti non concorre e non viene computata nel calcolo della superficie complessiva degli Impianti Pubblicitari Comuni.

CAPO V - IMPIANTI PUBBLICITARI DI SERVIZIO (IPS)

Art. 30 – IPS - Definizioni

1. Si definisce “impianto pubblicitario di servizio” qualunque manufatto che, assieme al messaggio pubblicitario, eroga un servizio di pubblica utilità ovvero informazioni di tipo istituzionale, sociale e culturale.
2. Rientrano nella categoria degli impianti pubblicitari di servizio, che possono anche essere abbinati ad elementi di arredo urbano, a titolo esemplificativo:
 - a. cestini;
 - b. paline fermata bus;
 - c. pensiline attesa bus;
 - d. portacicli;
 - e. transenne parapetonali;
 - f. orologi;
 - g. quadri informativi;
 - h. colonne;
 - i. piante topografiche;
 - j. pannelli elettronici a messaggio variabile;

3. Per la disciplina di dettaglio si rinvia a quanto stabilito dal Regolamento. Le schede tecniche d'installazione (Allegato n. 6) indicano le prescrizioni relative ai singoli impianti.

Art. 31 – IPS - Prescrizioni

1. Tutti gli impianti pubblicitari di servizio, compresi quelli connessi al trasporto pubblico ovvero agli impianti per la mobilità urbana, devono essere affidati in concessione mediante procedura ad evidenza pubblica.
2. L'affidamento agli operatori economici della gestione pubblicitaria ovvero della valorizzazione commerciale degli impianti pubblicitari connessi agli impianti di servizio, secondo quanto stabilito dal Regolamento, viene effettuato in regime di concessione a seguito di procedura ad evidenza pubblica.
3. In considerazione dell'importo complessivo della concessione, calcolato tenendo conto del valore economico ritraibile dal canone corrisposto dall'utenza, l'Amministrazione esperisce procedure di gara informali, di cui all'art. 30, comma 3, del D. Lgs. n. 163/2006, vale a dire invitando a partecipare le ditte iscritte nel Registro degli Operatori di cui all'art. 2 del Regolamento, nel rispetto delle regole fondamentali di non discriminazione, di parità di trattamento, di pubblicità e di trasparenza sancite dai trattati europei.

Art. 32 – IPS – Superfici pubblicitarie ammesse

1. Le superfici massime di esposizione pubblicitaria degli IPS sono le seguenti:
 - a. orologio: superficie pubblicitaria totale non superiore a mq. 0,5;
 - b. transenna parapetonale: struttura solidamente vincolata a barriere parapetonali. Superficie massima ammessa: mq.1,00 per le zone A1, A2 e B; altezza massima margine superiore: cm. 120; altezza minima margine inferiore: cm. 20; distanza dal margine della carreggiata: non inferiore a cm. 10;
 - c. cestini: superficie pubblicitaria totale non superiore a mq. 0,4;
 - d. paline fermata bus;
 - e. pensiline attesa bus;
 - f. porta cicli: superficie pubblicitaria totale non superiore a mq. 0,4;
 - g. quadri informativi: superficie pubblicitaria totale non superiore a mq. 0,4;
 - h. colonne: superficie pubblicitaria totale non superiore a mq. 0,7;
 - i. piante topografiche: superficie pubblicitaria totale non superiore a mq. 0,4;
 - j. pannelli elettronici a messaggio variabile: superficie pubblicitaria totale non superiore al 40% ovvero determinata in sede di gara.

Art. 33 – SCU - Strutture comunicative urbane

1. Le strutture comunicative urbane (SCU) sono iniziative di carattere urbanistico-artistico attraverso cui l'Amministrazione, allo scopo di valorizzare la qualità urbana, dispone l'inserimento di elementi di design ovvero progetta interventi di riqualificazione urbana.
2. Le aree di realizzazione delle strutture comunicative urbane sono identificate nella planimetria allegata al Piano. Viene attribuito alla Giunta Comunale il potere di approvare l'aggiornamento della planimetria in considerazione di ulteriori ambiti identificati come strutture comunicative urbane, che possono essere individuati successivamente, tenuto conto dello sviluppo urbanistico della città ovvero del completamento o della realizzazione di opere pubbliche o di altri interventi.
3. Come stabilito dal Regolamento, negli ambiti territoriali individuati come strutture comunicative urbane è vietata qualsiasi altra forma di pubblicità esterna, fatta eccezione per le indicazioni direzionali e le indicazioni viarie. A tal fine, qualora nell'area successivamente individuata come struttura comunicativa urbana esistono altri impianti pubblicitari autorizzati, l'Ufficio può disporre lo spostamento in altro sito.
4. Alla realizzazione della struttura comunicativa urbana si provvede selezionando il concessionario, cui viene attribuita la possibilità di installare e gestire gli impianti pubblicitari ivi previsti, mediante procedura ad evidenza pubblica, selezionando la proposta con concorso di idee. Se, in considerazione del luogo, direttamente o indirettamente interessato dagli interventi previsti con la struttura comunicativa urbana, è necessario acquisire l'autorizzazione ovvero il parere favorevole ovvero il

nulla osta o altro provvedimento della Soprintendenza ai Beni Culturali o di altra autorità stabilita dalla legge, il progetto selezionato con il concorso d'idee rimane sospeso fino a quando non intervenga il provvedimento favorevole richiesto. Nel caso di diniego, può essere scelto il progetto successivamente inserito in graduatoria.

5. Per le strutture comunicative urbane realizzate attraverso l'inserimento di elementi di design, gli impianti pubblicitari possono essere inseriti nello stesso elemento ovvero collocati in prossimità, nel raggio massimo di mt. 75. Sono ammesse tutte le tipologie di impianto pubblicitario ad esclusione delle affissioni. L'elemento di design può essere anche un oggetto che faccia riferimento al logo, al marchio ovvero ad un bene prodotto o commercializzato; in questo caso, non sono ammessi altri impianti pubblicitari.
6. Nel caso delle strutture comunicative urbane realizzate per progetti di riqualificazione urbana, l'Amministrazione attribuisce in concessione il potere di installare e gestire gli impianti pubblicitari anche in zona diversa da quella oggetto dell'intervento di riqualificazione. La riqualificazione urbana, da realizzarsi senza alcun costo per il Comune, può consistere nella realizzazione di opere o interventi di ripristino e sistemazione del manto stradale, di rifacimento di marciapiedi, di sistemazione delle strade e di bordi stradali. Il costo dell'intervento di riqualificazione urbana può avere un valore economico uguale o superiore al valore commerciale dell'utilizzo degli impianti pubblicitari. Il progetto di riqualificazione può essere proposto anche in via esclusiva allo scopo di ottenere in concessione per la durata proposta nel progetto, al massimo per anni 7 secondo quanto previsto dal Regolamento per l'assegnazione di spazi pubblicitari in concessione, un'area o uno spazio per la pubblicità in conto proprio dello stesso soggetto proponente, posta ad una distanza massima di mt. 200 dal luogo interessato dall'intervento di riqualificazione.
7. In considerazione dell'importo complessivo della concessione, calcolato tenendo conto del valore economico dell'inserimento di design ovvero dell'intervento di riqualificazione urbanistica da realizzare, l'Amministrazione può espletare procedure di gara informali, di cui all'art. 30, comma 3, del D. Lgs. n. 163/2006.

Art. 34 – IPS – Arredo Urbano

1. La pubblicità effettuata mediante esposizione su elementi di arredo urbano viene affidata a seguito di procedura ad evidenza pubblica, con cui il concessionario viene selezionato seguendo il criterio dell'offerta economicamente più vantaggiosa che tenga anche conto degli interventi migliorativi dell'arredo urbano e della fruibilità dei luoghi da parte dell'utenza, oltre che del canone da corrispondere al Comune.
2. Sono individuati i seguenti elementi di arredo urbano che possono essere assegnati in un unico lotto:
 - a. cestini;
 - b. portacicli;
 - c. orologi;
 - d. quadri informativi;
 - e. colonne;
 - f. piante topografiche;
 - g. pannelli elettronici a messaggio variabile.
3. Gli IPS di arredo urbano possono essere collocati anche all'interno dei parchi individuati nell'allegata Planimetria.

Art. 35 – IPS – Isole verdi

1. La cartografia allegata al Piano individua il circuito di isole verdi, come definite dall'articolo 35 del Regolamento, da affidare con procedure ad evidenza pubblica.
2. L'installazione di impianti pubblicitari su aree destinate a verde pubblico è disciplinata dal Regolamento. Nel computo della singola area sono da considerare, oltre agli spazi interni delle rotonde, anche le zone verdi pertinenziali dell'area principale.

Art. 36 – IPS – Impianti di servizio legati alla mobilità urbana

4. La pubblicità effettuata mediante esposizione sui mezzi legati alla mobilità urbana viene affidata a seguito di procedura ad evidenza pubblica.
5. In tale categoria rientrano:
 - a. le paline e le pensiline di fermata dei bus;
 - b. il parco mezzi;
 - c. le strutture degli impianti meccanizzati.

CAPO VI - PUBBLICITÀ TEMPORANEA

Art. 37 – Definizione

1. Si definisce installazione pubblicitaria temporanea qualsiasi forma di pubblicità avente la durata massima di 90 giorni.
2. Tali mezzi pubblicitari non possono comunque essere collocati nei luoghi nei quali è vietata l'installazione ai sensi dell'art. 7 del Piano. Non sono consentiti l'installazione e l'ancoraggio dei mezzi pubblicitari temporanei ad edifici o monumenti.
3. Se l'installazione avviene su impianti o strutture di proprietà comunale, è necessario acquisire il parere positivo del competente Ufficio Viabilità del Comune ovvero dell'Ufficio Patrimonio; nel caso di installazioni su impianti o strutture private, è necessario che all'istanza venga allegato anche il nulla osta del proprietario.

Art. 38 – Caratteristiche generali

1. Gli impianti di pubblicità esterna temporanea si distinguono in:
 - a. striscioni;
 - b. stendardi temporanei, locandine;
 - c. gonfaloni, bandiere;
 - d. mezzi pubblicitari pittorici su ponteggi o fabbricati.
2. Il collocamento degli impianti temporanei deve rispettare i parametri previsti nella relativa scheda tecnica sintetica d'installazione.
3. I manufatti destinati alla pubblicità temporanea devono in ogni caso essere costituiti da materiale resistente agli agenti atmosferici oltre che essere saldamente ancorati alle strutture di sostegno al fine di evitare l'effetto vela.

CAPO VII - PUBBLICITÀ ITINERANTE

Art. 39 – Prescrizioni

1. La pubblicità itinerante di cui al Capo VII del Regolamento deve essere effettuata nel rispetto delle seguenti prescrizioni tecniche:
 - a. nel caso di pubblicità itinerante effettuata sui veicoli del tipo vele, il titolo abilitativo indica le zone in cui è ammesso il transito e quelle in cui è possibile la sosta per la durata prescritta dal Regolamento;
 - b. per i titoli abilitativi già rilasciati relativi alla pubblicità itinerante effettuata sui veicoli per conto terzi del tipo vele, l'Ufficio competente provvede ad emettere una nuova autorizzazione in sostituzione, riportante le zone di transito e le aree in cui è possibile effettuare la sosta della durata prescritta nel Regolamento.
2. Le prescrizioni relative alle vele si applicano sia per le vele ad uso proprio sia per quelle per conto terzi.

CAPO VIII – TITOLI ABILITATIVI

Art. 40 – Mancato utilizzo del mezzo pubblicitario

1. Le strutture destinate ai mezzi pubblicitari vanno utilizzate a tale scopo e non possono essere mantenute in assenza della diffusione di messaggi.
2. In tutti i casi in cui venga accertato il mancato uso del mezzo pubblicitario per 90 giorni e per cause oggettive non dipendenti dalla volontà della ditta intestataria, l'Ufficio invia comunicazione formale con cui invita la ditta a confermare l'utilizzo degli impianti ovvero, in mancanza, ad effettuare la rimozione.
3. Qualora, in seguito all'invito di cui al comma precedente, il mancato utilizzo del mezzo pubblicitario venga confermato o ingiustificatamente protratto, la ditta intestataria è tenuta a rimuoverlo immediatamente a propria cura e spese; in mancanza, vi provvederà l'Ufficio Impiantistica disponendo la rimozione con spese a carico della stessa ditta.
4. Fino alla definitiva rimozione del mezzo, nel caso di occupazione di suolo pubblico, permane l'obbligo del pagamento del canone previsto e della relativa imposta di pubblicità prevista dall'art. 12, comma 3, del D. Lgs. n. 507 del 15.11.1993.

Art. 41 - Durata autorizzazioni, decadenza e rimozione dei mezzi pubblicitari

1. Secondo quanto prescritto dal Regolamento, qualunque titolo abilitativo rilasciato per gli impianti pubblicitari fa sempre salvi i diritti dei terzi.
2. L'impianto per cui è stata presentata richiesta di rilascio del titolo deve essere installato, a pena di decadenza della validità, entro 60 giorni dal rilascio dello stesso titolo. Viene fatta salva la possibilità di richiedere, prima del decorso dei 60 giorni, per una sola volta e per motivate ragioni valutate dall'Ufficio in senso favorevole, la proroga di ulteriori 60 giorni, non prorogabili nuovamente, del termine per installare l'impianto. L'intervenuta decadenza non preclude, sussistendone le condizioni, la possibilità di richiedere nuovamente l'installazione, producendo ulteriore ed autonoma istanza in carta legale, corredata di nuovi versamenti dei diritti di progettazione e verifica di cui all'articolo 57 del Regolamento.
3. L'avvenuta installazione deve essere resa nota all'Amministrazione comunale attraverso l'invio di opportuna comunicazione anche in carta semplice.
4. Il Comune può disporre la decadenza o la revoca del titolo ed ordinare la rimozione del mezzo, previa diffida, nei seguenti casi:
 - a. per motivi di interesse pubblico;
 - b. per difformità rispetto a quanto autorizzato o concesso;
 - c. per inosservanza delle prescrizioni contenute nell'atto di autorizzazione;
 - d. per mancato pagamento nei termini del canone, se vi è occupazione di suolo pubblico, e dell'Imposta comunale sulla pubblicità se dovuta;
 - e. nel caso in cui vengano meno le condizioni che costituivano presupposto al rilascio dell'autorizzazione o della concessione.
 - f. per mancato adempimento degli obblighi di manutenzione del mezzo pubblicitario.
5. L'interessato deve provvedere a rimuovere l'impianto pubblicitario entro la data indicata nell'ordinanza di rimozione; in caso di inottemperanza, lo stesso verrà rimosso dal Comune a spese dell'interessato.

Art. 42 - Obblighi del richiedente

1. Indipendentemente dalla procedura seguita, il richiedente ha l'obbligo di:
 - a. fissare all'impianto apposita targhetta metallica di identificazione ai sensi dell'art. 55 del Reg. CDS;
 - b. mantenere l'impianto in buono stato di manutenzione e conservazione;
 - c. effettuare tutti gli interventi necessari al mantenimento delle condizioni di sicurezza;

- d. adempiere nei termini prescritti a tutte le disposizioni impartite dal Comune, sia al momento del rilascio del titolo abilitativo sia successivamente, a seguito di intervenute e motivate esigenze;
- e. provvedere alla rimozione di quanto installato ed al ripristino del sito in caso di scadenza, decadenza o revoca dell'autorizzazione ovvero a seguito di motivata richiesta da parte del Comune senza diritto di rimborso alcuno, fatto salvo il rimborso dell'imposta sulla pubblicità per le mensilità versate e non usufruite;
- f. richiedere l'autorizzazione all'Ufficio comunale competente per l'installazione del ponteggio/impalcatura, qualora l'impianto sia posto su area pubblica o ad uso pubblico.

Art. 43 – Vigilanza e sanzioni

1. Tutti i mezzi pubblicitari sono soggetti al controllo periodico da parte dell'Ente comunale, direttamente mediante le unità della Polizia Locale, che intervengono anche su segnalazione degli Uffici aventi competenza in materia (Ufficio Impiantistica Pubblicitaria, Ufficio Viabilità, Ufficio Patrimonio, Ufficio Mobilità, Ufficio Edilizia, Ufficio Attività Produttive), ovvero indirettamente mediante soggetto esterno.
2. L'Amministrazione comunale può disporre la rimozione anticipata dei mezzi pubblicitari installati, in presenza di ragioni di pubblico interesse o qualora ne ravvisasse la necessità.
3. La rimozione, disposta con ordinanza motivata, dovrà essere effettuata entro la data indicata, a cura e spese del titolare del mezzo, il quale dovrà rimuovere anche gli eventuali sostegni o supporti e provvedere al ripristino dello stato preesistente del sito occupato dal manufatto.
4. Qualora l'interessato non ottemperi all'ordine di rimozione nei modi e nei termini stabiliti, l'impianto pubblicitario sarà considerato abusivo, con conseguente applicazione di quanto qui di seguito previsto.
5. Fermo restando quanto prescritto in materia di sanzioni nel Titolo IV del Regolamento e nel CDS e relativo regolamento attuativo, l'installazione o l'esposizione di qualunque mezzo pubblicitario realizzata in violazione delle norme del Piano costituisce violazione alle norme del Regolamento punibile con le sanzioni amministrative previste dall'art. 24, commi 2 e ss., del D. Lgs. n. 507/1993.
6. L'installazione o l'esposizione di pubblicità non dichiarata costituisce violazione delle norme di carattere tributario e comporta l'applicazione delle sanzioni di cui all'art. 23 del D. Lgs. n. 507/1993.

Art. 44 – Entrata in vigore

1. Il presente Piano deve essere approvato dal Consiglio Comunale.
2. Esso entrerà in vigore dalla data di esecutività del relativo provvedimento di approvazione.
3. Le autorizzazioni all'installazione degli impianti per le affissioni dirette AD, esistenti alla data di entrata in vigore del presente Piano, nelle zone interne al centro abitato decadono espressamente a seguito di completamento delle relative procedure ad evidenza pubblica e gli impianti installati devono essere rimossi entro il perentorio termine di mesi 1 (uno) dalla data di affidamento, ancorché provvisorio, delle concessioni dei circuiti d'impianti di AD.
4. Le autorizzazioni degli IPC decadono automaticamente alla data di esecutività della Delibera di Consiglio Comunale di approvazione del Piano. Con avviso dell'Ufficio Impiantistica Pubblicitaria, pubblicato sul sito web del comune, verrà data notizia dell'apertura dei termini per il rilascio delle nuove autorizzazioni, secondo quando stabilito dall'art. 26, commi 7 e 8, del Regolamento.

Art. 45 – Norma transitoria

1. Le norme del presente regolamento si applicano a tutti i mezzi pubblicitari di nuova installazione.
2. Tutti gli impianti pubblicitari regolarmente autorizzati ed installati alla data di entrata in vigore del Piano potranno essere mantenuti sino alla data della scadenza di legge.
3. Il rinnovo potrà essere negato per gli impianti non rispondenti alle norme nel presente Piano. Viene fatta salva la possibilità di adeguamento anche prima del termine di scadenza dell'autorizzazione. Se l'adeguamento comporta lo spostamento dell'impianto, il relativo provvedimento viene adottato dall'Ufficio che, indicando il nuovo sito di installazione, rilascia un nuovo provvedimento per il periodo corrispondente alla parte residua del termine di scadenza dell'autorizzazione.

4. In caso di mancato adeguamento, rimane preclusa la possibilità di rinnovo e, alla scadenza, il mezzo pubblicitario deve essere rimosso dall'intestatario; in mancanza, viene rimosso dall'ufficio senza alcun indennizzo.
5. Per la valutazione di conformità delle insegne esistenti ed autorizzate alla data di entrata in vigore del presente Regolamento, sono ammesse tolleranze del 10% (dieci per cento) relativamente al rispetto delle distanze e del 5% (cinque per cento) relativamente ad altezza massima, altezza da terra e sporgenza dalla parete.

Art. 46 – Fonti normative

1. Per quanto non espressamente disciplinato dalle norme del presente Piano, si rinvia alle disposizioni previste in materia pubblicitaria nel CDS, nel Reg. CDS, nel D. Lgs. n. 507/1993 nonché nel Regolamento.