



COMUNE DI MARANELLO
Provincia di Modena

REGOLAMENTO

PER LA DISCIPLINA

DEI MEZZI PUBBLICITARI

APPROVATO CON DELIBERA CONSIGLIARE NR. 31 DEL 11/05/2005 PUBBLICATO ALL'ALBO IL
16/05/2005 ENTRATO IN VIGORE IL 31/05/2005

TITOLO I DISPOSIZIONI GENERALI	3
Articolo 1 Ambito di applicazione dei regolamento	3
Articolo 2 Definizione di Centro Abitato	3
TITOLO II DISCIPLINA GENERALE DEI MEZZI PUBBLICITARI	3
CAPO I NORME COMUNI A TUTTE LE FORME DI PUBBLICITA'	3
Articolo 3 - Collocazione vietata	3
Articolo 4- Collocazione fuori centro abitato	4
Articolo 5 - Collocazione in centro abitato	4
Articolo 6 - Dimensioni massime	5
Articolo 7 - Caratteristiche comuni dei cartelli, delle insegne d'esercizio e degli altri mezzi pubblicitari	5
Articolo 8 Esclusione	5
Articolo 9 Caratteristiche dei mezzi pubblicitari luminosi	5
Articolo 10 Ubicazione dei mezzi pubblicitari nelle stazioni di servizio e nelle aree di parcheggio	6
CAPO II: CLASSIFICAZIONE, DEFINIZIONE E NORME SPECIFICHE DEI MEZZI PUBBLICITARI	6
Articolo 11 - Insegne di esercizio	6
Articolo 12 - Cartello pubblicitario	7
Articolo 13 Manifesto e impianti di affissione	7
Articolo 14 - Striscione, locandina, stendardo e bandiera	7
Articolo 15 Segno orizzontale reclamistico	8
Articolo 16 Targhe di esercizio e pubblicitarie	8
Articolo 17 Bacheche	8
Articolo 18 Tende	8
Articolo 19 Impianto a messaggio variabile	9
Articolo 20 - Impianto di insegne o targhe coordinate	9
Articolo 21 - Vetrofania	9
Articolo 22 Pubblicità sui veicoli	9
Articolo 23 Pubblicità fonica	10
Articolo 24 Preinsegne	11
Articolo 25 Impianti pubblicitari di servizio	11
Articolo 26 Cartelli pubblicitari temporanei	11
Articolo 27 - Pubblicità nei cantieri edili	11
TITOLO III: COLLOCAZIONE DI MEZZI PUBBLICITARI ALL'INTERNO DI ZONE DI PARTICOLARE INTERESSE	12
Articolo 28 - Norme generali	12
TITOLO IV: PROCEDURE PER IL RILASCIO DELL'AUTORIZZAZIONE	12
Articolo 29 Norme generali sul l'autorizzazione	12
Articolo 30 Presentazione della domanda al Comune	13
Articolo 31 Casi particolari	13
Articolo 32 Istruttoria e rilascio dell'autorizzazione	13
Articolo 33 Interventi di sostituzione e modifica	14
Articolo 34 - Termine di validità dell'autorizzazione	14
Articolo 35 - Rinnovo dell'autorizzazione	14
Articolo 36 - Obblighi dei titolare dell'autorizzazione	14
Articolo 37 - Decadenza dell'autorizzazione	15
Art. 38 - Pubblicità difforme a legge e regolamenti	15
TITOLO V: VIGILANZA E SANZIONI	15
Articolo 39 - Vigilanza	15
Articolo 40 Sanzioni amministrative	15
TITOLO VI: DISPOSIZIONI TRANSITORIE E FINALI	15
Articolo 41 Norma Transitoria	15
Articolo 42 - Entrata in vigore dei regolamento	16

TITOLO I DISPOSIZIONI GENERALI

Articolo 1 Ambito di applicazione dei regolamento

1. Le norme del presente regolamento riguardano i mezzi pubblicitari, come di seguito definiti, collocati nel territorio comunale lungo le strade o in vista di esse, su aree pubbliche o di uso pubblico, sulla base delle disposizioni contenute nel Piano generale degli impianti, del Codice della Strada e relativo Regolamento di Esecuzione e di Attuazione, nonché nel Decreto Legislativo dei 15.11.1993 n. 507 e successive modifiche ed integrazioni.

Articolo 2 Definizione di Centro Abitato

1. La nozione di centro abitato è definita dall'art. 3 del D.Lgs 285/92. I centri abitati esistenti nel territorio comunale sono individuati e delimitati con le deliberazioni della Giunta comunale n 333 del 29.06.93.

TITOLO II DISCIPLINA GENERALE DEI MEZZI PUBBLICITARI

CAPO I NORME COMUNI A TUTTE LE FORME DI PUBBLICITA'

Articolo 3 - Collocazione vietata

1. Il posizionamento dei cartelli e degli altri mezzi pubblicitari, ad eccezione delle targhe e delle bacheche, è vietato, fuori ed entro i centri abitati, nei seguenti punti:
 - sulle isole di traffico delle intersezione canalizzate, ad eccezione delle sponsorizzazioni di aiuole secondo il progetto approvato di volta in volta;
 - sulle pertinenze di esercizio delle strade ad esclusione, all'interno dei centri abitati, delle pertinenze di esercizio comprese tra due carreggiate che abbiano larghezza di almeno m 4 e siano poste parallelamente all'asse della carreggiata
 - in corrispondenza delle intersezioni;
 - lungo le curve e su tutta l'area compresa tra la curva stessa e la corda tracciata tra i due punti di tangenza;
 - in corrispondenza dei raccordi verticali concavi e convessi;
 - sui ponti e sottoponti;
 - sui cavalcavia e loro rampe
 - sulle cunette
 - sui parapetti stradali, sulle barriere di sicurezza e sugli altri dispositivi laterali di protezione e di segnalazione, ad eccezione dei centri abitati, dove questa disposizione non si applica alle transenne parapetonali a condizione che i messaggi pubblicitari siano posti solo sulla faccia rivolta ai pedoni;
 - sui bordi dei marciapiedi e dei cigli stradali
 - lungo le strade nell'ambito e in prossimità di luoghi sottoposti a vincoli a tutela di bellezze naturali e paesaggistiche o di edifici o luoghi di interesse storico o artistico, salvo quanto previsto al titolo III del presente regolamento.
2. Il posizionamento dei cartelli e degli altri mezzi pubblicitari deve comunque avvenire in modo da non occultare le targhe toponomastiche e quant'altro destinato alla pubblica visibilità.
3. La collocazione degli impianti fissi per le affissioni, come definiti dall'art. 16 è sempre vietata sulle aree private.
4. La collocazione di insegne è vietata sui parapetti di balconi, sulle facciate e dentro le luci delle finestre, ad eccezione delle insegne di esercizio

Articolo 4- Collocazione fuori centro abitato

1. Il posizionamento di cartelli e di altri mezzi di pubblicità fuori dai centri abitati, salvo quanto previsto dal successivo art. 5, 2° comma, può essere autorizzato nel rispetto delle seguenti distanze minime espresse in metri:
 - 3 dal limite della carreggiata o limite superiore previsto negli strumenti urbanistici;
 - 100 dagli altri cartelli e mezzi pubblicitari;
 - 250 prima dei segnali stradali di pericolo e di prescrizione;
 - 150 dopo i segnali stradali di pericolo e di prescrizione;
 - 150 prima dei segnali di indicazione;
 - 100 dopo i segnali di indicazione;
 - 100 dal punto di tangenza delle curve orizzontali;
 - 250 prima delle intersezioni e 200 metri dopo;
 - 200 dagli imbocchi delle gallerie;
 - 100 dal vertice dei raccordi verticali concavi e convessi.
2. Le norme di cui al precedente comma 1, e quella di cui all'art. 3, 1° comma, limitatamente al posizionamento in curva, non si applicano per le insegne di esercizio collocate parallelamente al senso di marcia dei veicoli ed in aderenza ai fabbricati o comunque ad una distanza non inferiore a tre metri dal limite della sede stradale, purchè siano rispettate le disposizioni dell'art. 23, 1° comma, del Codice della Strada.
 - Le distanze indicate al 1° comma, ad eccezione di quelle relative alle intersezioni, non devono essere rispettate per i cartelli e gli altri mezzi pubblicitari collocati in posizione parallela al senso di marcia dei veicoli e posti in aderenza, per tutta la loro superficie, a fabbricati o comunque ad una distanza non inferiore a tre metri dal limite della carreggiata o limite superiore previsto negli strumenti urbanistici.

Articolo 5 - Collocazione in centro abitato

1. La collocazione dei cartelli e di tutti gli altri mezzi pubblicitari, entro i centri abitati e lungo le strade extraurbane con un limite di velocità non transitorio di 50 km/h, salvo quanto previsto dagli art. 9 e 31 e dal comma successivo del presente articolo, può essere autorizzato ai sensi dell'art. 51, comma 4 del regolamento codice della strada e nel rispetto delle seguenti distanze minime espresse in metri:
 - 50 m dai segnali stradali e dalle intersezioni, lungo strade urbane di scorrimento e di quartiere
 - 5 m dal limite della carreggiata.
 - 25 m da altri cartelli o mezzi pubblicitari, dai segnali di indicazione e dopo segnali stradali di pericolo o prescrizione, impianti semaforici e intersezioni
2. Queste distanze sono ridotte sulle strade di tipo E) ed F), di cui all'art. 2 dei D. Lgs. 30.04.1992 n. 285, come di seguito indicato:
 - 30 m prima delle intersezioni e degli impianti semaforici;
 - 20 m. dopo le intersezioni e gli impianti semaforici
 - 2 m dal limite della carreggiata, nel rispetto comunque dell'art. 20 del codice della strada, se esiste il marciapiede o pista ciclabile
 - Gli impianti in serie sono consentiti a condizione che non limitino la visibilità, nel rispetto delle prescrizioni sopra elencate.
 - Le serie possono essere di tre impianti per un ingombro totale di 20 m per impianti di affissione tipo poster e 10 m per gli altri impianti.
3. Le norme di cui ai precedenti commi 1 e 2, e quella di cui all'art.3, 1° comma, limitatamente al posizionamento in curva, non si applicano per le insegne di esercizio collocate parallelamente al senso di marcia dei veicoli, in aderenza o in allineamento a fabbricati, filari di alberi e recinzioni e comunque ad una distanza dalla carreggiata non inferiore alla larghezza del marciapiede o pista ciclabile, né alle insegne di esercizio sulle capottine preventivamente autorizzate.

4. Le distanze indicate ai commi 1 e 2, ad eccezione di quelle relative alle intersezioni, non devono essere rispettate per i cartelli e gli altri mezzi pubblicitari collocati in posizione parallela al senso di marcia dei veicoli e posti in aderenza o in allineamento a fabbricati, filari di alberi e recinzioni o comunque ad una distanza non inferiore a (due) metri dal limite della sede stradale.

Articolo 6 - Dimensioni massime

1. Fuori dal centro abitato i mezzi pubblicitari ad esclusione delle insegne di esercizio non devono superare la superficie di mq. 6.
2. Nel Centro Abitato la dimensione massima è pari a mq. 18.

Articolo 7 - Caratteristiche comuni dei cartelli, delle insegne d'esercizio e degli altri mezzi pubblicitari

1. I cartelli, le insegne di esercizio e gli altri mezzi pubblicitari devono essere realizzati nelle loro parti strutturali con materiali non deperibili e resistenti agli agenti atmosferici
2. Le strutture di sostegno e di fondazione devono essere calcolate per resistere alla spinta del vento; saldamente realizzate ed ancorate, sia globalmente che nei singoli elementi.
3. Qualora le suddette strutture costituiscono manufatti la cui realizzazione e posa in opera è regolamentata da specifiche norme, l'osservanza delle stesse e l'adempimento degli obblighi da queste previste deve essere documentato prima del ritiro dell'autorizzazione.
4. I cartelli, le insegne di esercizio e gli altri mezzi pubblicitari hanno sagoma regolare, che in ogni caso non deve generare confusione con la segnaletica stradale. Particolare cautela è adottata nell'uso dei colori, specialmente del rosso, e dei loro abbinamenti, al fine di non generare confusione con la segnaletica stradale, specialmente in corrispondenza e 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 precedenza e d'obbligo, limitandone la percettibilità.
5. La collocazione dei cartelli ed altri mezzi pubblicitari deve rispettare i criteri di un corretto ed equilibrato inserimento, sia ambientale che architettonico ed i limiti quantitativi e le tipologie previste dal Piano Generale degli Impianti.
6. I mezzi pubblicitari devono avere sagoma regolare, che in ogni caso non può essere quella di disco o di triangolo.
7. Il bordo inferiore dei cartelli e degli altri mezzi pubblicitari fuori dai centri abitati, ad eccezione degli impianti pubblicitari di servizio, deve essere in ogni suo punto, a quota superiore di mt. 1,5 rispetto a quella della banchina stradale misurata nella sezione stradale corrispondente.
8. E' vietata l'installazione di qualsiasi mezzo pubblicitario mobile posato al suolo.
9. E' vietata l'installazione di impianti pubblicitari che non contengano messaggi pubblicitari

Articolo 8 Esclusione

1. I mezzi di pubblicità collocati su aree pubbliche o di uso pubblico non visibili dalla strada non sono assoggettati alle limitazioni previste dal presente Capo.

Articolo 9 Caratteristiche dei mezzi pubblicitari luminosi

1. Le sorgenti luminose, i cartelli e gli altri mezzi pubblicitari comunque luminosi, per luce propria o luce indiretta, posti fuori dai centri abitati, oltre al rispetto dei requisiti indicati dal precedente articolo, non possono avere né luce intermittente, né il colore rosso, né intensità luminosa superiore a 150 candele per metro quadrato, o che comunque provochi abbagliamento o distrazione dell'attenzione nella guida per i conducenti di veicoli.
2. Fuori dai centri abitati è vietata la collocazione di cartelli e altri mezzi a messaggio variabile aventi un periodo di variabilità inferiore a 5 minuti in posizione trasversale al senso di marcia dei veicoli.
3. La croce rossa luminosa è consentita esclusivamente per indicare ambulatori e posti di pronto soccorso.

4. La croce verde luminosa è consentita esclusivamente per indicare le farmacie.

Articolo 10 Ubicazione dei mezzi pubblicitari nelle stazioni di servizio e nelle aree di parcheggio

1. Sulle strade di tipo B, come definite dall'art. 2 del d.lg. 285/92, la superficie complessiva dei cartelli e mezzi pubblicitari non deve superare il 3% delle aree occupate dalle stazioni e dalle aree medesime, mentre sulle strade di tipo C e F la superficie non può superare il 8%.
2. Nelle aree di parcheggio è ammessa, inoltre, in eccedenza alle superfici pubblicitarie di cui sopra, la collocazione di altri mezzi pubblicitari attinenti servizi presenti nell'area entro il limite di mq 2 per ogni servizio prestato.

CAPO II: CLASSIFICAZIONE, DEFINIZIONE E NORME SPECIFICHE DEI MEZZI PUBBLICITARI

Articolo 11 - Insegne di esercizio

1. E' da considerarsi insegna la scritta in caratteri alfanumerici, completata eventualmente da un simbolo o da un marchio, realizzata e supportata con materiali di qualsiasi natura, installata nella sede dell'attività a cui si riferisce o nelle pertinenze accessorie alla stessa o nelle aree pubbliche, o di cessione pubblica, adiacenti alla sede dell'attività stessa. . Può essere luminosa sia per luce propria che per luce indiretta.
2. Per pertinenze accessorie si intendono gli spazi e le aree limitrofe alla sede dell'attività, poste a servizio, anche non esclusivo, di essa.
3. In caso di utilizzo delle pertinenze o delle aree pubbliche, o di cessione pubblica, da parte di più attività, è necessario servirsi di un mezzo pubblicitario unitario.
4. Le insegne di esercizio si classificano secondo la loro collocazione in:
 - a) bandiera orizzontale (in aggetto da una costruzione);
 - b) bandiera verticale (in aggetto da una costruzione);
 - c) frontali;
 - d) a tetto, su pensilina o sulle facciate di edifici destinati a funzioni industriali, commerciali e direzionali;
 - e) su palina (insegna collocata su supporto proprio).
 - f) Capottine prospicienti l'attività
5. Le dimensioni massime delle insegne di esercizio e pubblicitarie collocate in centro abitato sono le seguenti:
 - per quelle individuate ai precedenti punti a), b), c) ed e), collocate parallelamente all'asse della carreggiata, 10 mq e non collocate parallelamente all'asse della carreggiata, 1 mq;
 - per quelle individuate al precedente punto d), 20 mq.
6. Le dimensioni massime delle insegne di esercizio poste fuori dai centri abitati collocate parallelamente all'asse della carreggiata o in aderenza ai fabbricati destinati a funzioni industriali, commerciali e direzionali possono raggiungere i 20 mq. Nel caso la facciata dell'edificio in cui ha sede l'attività superi i 100 mq la superficie dell'insegna può essere aumentata in misura dei 10% della superficie di facciata eccedente i 100 mq fino ad un massimo di 50 mq. Sono equiparate alle insegne, le iscrizioni che identificano l'attività o l'esercizio cui si riferiscono, realizzate con tecniche pittoriche direttamente su muro.
7. Le insegne a bandiera sia orizzontali che verticali aggettanti su percorsi esclusivamente pedonali e piste ciclabili , devono essere installate, nel rispetto delle distanze minime, in modo tale che la distanza da terra al bordo inferiore sia rispettivamente uguale o superiore a mt. 3,00 e 4,70.
8. La distanza del bordo verticale esterno rispetto al filo del muro dell'edificio non può superare i 2/3 dell'ampiezza dei marciapiede ed in valore assoluto ml 1,20, sempre nel rispetto dei 30 cm dal ciglio del marciapiede e dal bordo esterno della banchina.

9. Le insegne frontali devono essere installate nel vano compreso tra gli stipiti e l'architrave, od immediatamente sopra lo stesso solamente nei casi in cui le dimensioni della vetrina o l'altezza della porta non lo consentano, senza superare i limiti della proiezione verticale della apertura del vano. Devono, inoltre, avere una sporgenza massima rispetto al filo esterno del muro di cm 15 ed essere contenute all'interno della proiezione verticale del vano stesso.
10. In edifici destinati a funzioni di carattere industriale, commerciale e direzionale possono essere installate insegne o marchi di fabbrica, oltre che sulle facciate, in deroga a quanto previsto dal comma precedente, a tetto o su pensilina, intese come parti integranti del disegno architettonico dell'edificio
11. Le insegne montate su supporto proprio o su palina se collocate su area privata devono rispettare un'altezza da terra misurata dalla quota del terreno al bordo superiore non maggiore a ml 6,00; se aggettanti su suolo pubblico devono rispettare le condizioni indicate ai commi 1 e 2 del presente articolo.
12. E' vietata la installazione di insegne sui parapetti, appesi o a sbalzo sotto ai balconi., dentro le luci delle finestre e nelle arcate frontali e di testa dei portici.

Articolo 12 - Cartello pubblicitario

1. Si definisce cartello pubblicitario quel manufatto mono o bifacciale, supportato da una idonea struttura di sostegno, finalizzato alla diffusione di messaggi pubblicitari o propagandistici sia direttamente, sia tramite sovrapposizione di altri elementi ad esclusione delle affissioni. Esso è utilizzabile in entrambe le facciate anche per immagini diverse. Può essere luminoso sia per luce propria che per luce indiretta.
2. La collocazione del cartello può avvenire con struttura propria (cartello isolato), o sull'esistente (cartello a parete), gli impianti dovranno essere conformi alle caratteristiche indicate nell'art.10 del Piano Generale degli Impianti.

Articolo 13 Manifesto e impianti di affissione

1. Si considera manifesto l'elemento bidimensionale realizzato in materiale di qualsiasi natura, ma prevalentemente cartaceo, privo di rigidità, finalizzato alla diffusione di messaggi pubblicitari o propagandistici.
2. L'affissione di manifesti è vietata in ogni luogo al di fuori degli spazi preordinati, è consentita solo su appositi supporti fissi. E' vietata l'affissione diretta sui muri.
3. Le caratteristiche tecniche, il materiale da usare, e le tecniche di disinstallazione degli impianti fissi per le affissioni sono indicate dagli artt. 4 all'art. 9 del Piano Generale degli Impianti.

Articolo 14 - Striscione, locandina, stendardo e bandiera

1. Si considera striscione, locandina, stendardo e bandiera l'elemento bidimensionale realizzato in materiale di qualsiasi natura, privo di rigidità, mancante di una superficie di appoggio o comunque non aderente alla stessa. Può essere luminoso per luce indiretta. L'esposizione di striscioni è ammessa unicamente per la promozione pubblicitaria di manifestazioni e spettacoli. L'esposizione di locandine e stendardi è ammessa per la promozione pubblicitaria di manifestazione e spettacoli oltre che per il lancio di iniziative commerciali. Su tali mezzi, oltre al titolo, luogo e periodo di svolgimento dello spettacolo o della manifestazione, è consentito apporre il marchio e la denominazione di enti, associazioni, ditte o sponsor in generale.
2. L'esposizione è ammessa unicamente durante il periodo di svolgimento della manifestazione o dello spettacolo cui si riferisce oltre che durante la settimana precedente e alle 24 ore successive allo stesso.
3. Le locandine possono essere distribuite esclusivamente all'interno dei pubblici esercizi e negozi.
4. Le distanze dai cartelli e dagli altri mezzi pubblicitari sono così ridotte:
 - Fuori centro abitato: m 50;
 - Centro Abitato: m 5.

5. Gli striscioni e gli standardi non possono avere altezza superiore a m 1,0 e devono essere ancorati agli edifici o altri sostegni, previa apposita autorizzazione ai sensi dell'art. 39 di cui al presente regolamento.
6. Il bordo inferiore di striscioni, standardi posizionati al di sopra della carreggiata stradale deve risultare sempre superiore a m 5,10 rispetto al piano stradale.
7. Per le iniziative organizzate dal Comune o con il patrocinio dell'amministrazione comunale saranno ammesse deroghe rispetto ai precedenti commi, su parere della Giunta comunale

Articolo 15 Segno orizzontale reclamistico

1. E' da considerare segno orizzontale reclamistico 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.
2. I segni orizzontali reclamistici sono ammessi unicamente all'interno di aree di uso pubblico di pertinenza di complessi industriali e commerciali e 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 e alle 24 ore precedenti e successive.
3. Per essi si applicano solo le distanze previste per le collocazioni di mezzi pubblicitari fuori ed entro i centri abitati unicamente rispetto ai segnali stradali orizzontali.
4. Essi devono essere realizzati con materiali rimovibili, ma ben ancorati, nel momento dell'utilizzo, alla superficie stradale e che garantiscano una buona aderenza dei veicoli sugli stessi.

Articolo 16 Targhe di esercizio e pubblicitarie

1. Targa di esercizio: si intende la scritta in caratteri alfanumerici completata eventualmente da un simbolo o marchio, installata nella sede di esercizio dell'attività o nelle pertinenze accessorie, nel caso in cui l'attività stessa sia priva di vetrine. Deve essere priva di voluminosità propria; le targhe indicanti professioni ed attività in genere devono essere collocate preferibilmente negli stipiti della porta o, in alternativa, anche in riferimento alle condizioni specifiche, lateralmente alla porta stessa o sui battenti ed avere una dimensione massima di cmq 1.250 ad eccezione di quanto previsto nel successivo Titolo III.
2. Targa pubblicitaria: è definita come la targa di esercizio, se ne discosta per la collocazione, consentita in luogo diverso da quello in cui ha sede l'esercizio dell'attività, o dalle relative pertinenze accessorie; le targhe pubblicitarie possono avere dimensioni massime di cmq 1.250. Sono consentite nei soli casi in cui la sede dell'attività sia difficilmente visibile dalla strada o da spazi pubblici o di uso pubblico.

Articolo 17 Bacheche

1. Per bacheche si intendono vetrinette con frontale apribile, o a giorno, installate a muro o collocate a terra su supporto proprio, destinate alla esposizione di quotidiani, periodici o altri mezzi di stampa o alla diffusione di informazioni o propaganda dell'attività di enti pubblici, partiti politici e associazioni varie; nonché all'esposizione di menu, tariffe e prezzi di pubblici esercizi e alberghi.
2. La sporgenza massima delle bacheche, ove consentite a muro, non deve essere superiore a cm. 5 dal filo esterno, della muratura

Articolo 18 Tende

1. Tende: si intendono i manufatti mobili o semimobili in tessuto o in materiali assimilabili posti esternamente a protezione di vetrine o ingressi;
2. Le tende a protezione di mostre, vetrine ed accessi pedonali dovranno osservare un'altezza minima dalla quota dei marciapiede di mt. 2,20, a condizione che ciò non arrechi disturbo alla visibilità ed una sporgenza inferiore di almeno cm 30 rispetto alla larghezza dei marciapiede e comunque non superiore a mt. 2.

3. Le tende possono essere collocate in deroga alle distanze minime previste dal presente regolamento nel caso in cui non riportino alcun tipo di messaggio pubblicitario o riportino soltanto l'insegna di esercizio e siano disposte parallelamente all'asse della carreggiata.
4. Negli altri casi seguono le disposizioni generali previste per la collocazione dei cartelli e degli altri mezzi pubblicitari.
5. Non dovranno comunque contrastare con quanto previsto dal Regolamento Edilizio.

Articolo 19 Impianto a messaggio variabile

1. Impianto a messaggio variabile viene definito qualunque manufatto finalizzato alla pubblicità e/o alla propaganda sia di prodotti che di attività, caratterizzato dalla variabilità dei messaggi e/o delle immagini trasmesse, con caratteristiche diverse e di dimensioni variabili
2. Può essere luminoso per luce diretta o per luce indiretta e deve avere dimensione di 18 mq, all'interno dei centri abitati e di 6 mq. Fuori dai centri abitati.
3. Valgono comunque le disposizioni di cui all'art. 10 comma 2.

Articolo 20 - Impianto di insegne o targhe coordinate

1. Per impianto di insegne o targhe coordinate si intende quel manufatto destinato alla collocazione di una pluralità di insegne (più di tre) o targhe di esercizio monofacciali o bifacciali, della superficie massima di 6 mq.

Articolo 21 – Vetrofania

1. Per vetrofania si intende la riproduzione su superfici vetrate con pellicole adesive di scritte in caratteri alfanumerici di simboli e di marchi, finalizzata alla diffusione di messaggi pubblicitari e/o propagandistici.
2. L'apposizione di vetrofanie è consentita solo se attinenti all'attività esercitata. In ogni caso le vetrofanie devono essere collocate all'interno delle vetrine ubicate ai piani terra o nelle aperture poste al piano superiore aperte su percorsi o piazze, solo se costituiscono pertinenza di attività prive di vetrina al piano terra.

Articolo 22 Pubblicità sui veicoli

1. È vietata la pubblicità effettuata mediante la sosta dei veicoli di cui agli artt. 54, comma 1 lettera g) e 56, comma 2 lettera d) del d.lgs. 285/92 e art. 203, comma 2 lettera q) e 204, comma 2 lettera q) del d.p.r. n. 495/92. Su detti veicoli in sosta la pubblicità dovrà essere rimossa ovvero coperta in modo tale che sia privata di efficacia.
2. L'apposizione sui veicoli di pubblicità non luminosa è consentita unicamente se non effettuata per conto terzi a titolo oneroso e se realizzata con sporgenze non superiori a 3 cm rispetto alla superficie del veicolo sulla quale sono applicate, fermi restando i limiti di cui all'articolo 61 del codice della strada. Sulle autovetture ad uso privato è consentita unicamente l'apposizione del marchio e della ragione sociale della ditta cui appartiene il veicolo. La pubblicità non luminosa per conto terzi è consentita sui veicoli adibiti al trasporto di linea e non di linea, ad eccezione dei taxi, alle seguenti condizioni:
 - a) che non sia realizzata mediante messaggi variabili;
 - b) che non sia esposta sulla parte anteriore del veicolo;
 - c) che sulle altre parti del veicolo sia posizionata, rispetto ai dispositivi di segnalazione visiva e di illuminazione ed alle targhe, in modo tale da non ridurre la visibilità e la percettibilità degli stessi;
 - d) che sia contenuta entro forme geometriche regolari;
 - e) che, se realizzata mediante pannelli aggiuntivi, gli stessi non sporgano di oltre 3 cm rispetto alla superficie sulla quale sono applicati.

3. La pubblicità non luminosa per conto terzi è consentita sui veicoli adibiti al servizio taxi, unicamente se effettuata mediante scritte con caratteri alfanumerici, alle seguenti condizioni:
 - a) che sia realizzata con un pannello rettangolare piano bifacciale, saldamente ancorato al di sopra dell'abitacolo del veicolo e posto in posizione parallela al senso di marcia. Il pannello deve avere le dimensioni esterne di 75 x 35 cm e non deve essere realizzata mediante messaggi variabili.
 - b) che sia realizzata mediante l'applicazione sul lunotto posteriore di pellicola della misura 100x12
 - c) che sia realizzata mediante applicazione di pellicola sulle superfici del veicolo ad esclusione di quelle vetrate.
5. Le esposizioni pubblicitarie di cui alle lettere a) e c) sono alternative fra loro.
6. La esposizione di scritte e messaggi pubblicitari rifrangenti è ammessa sui veicoli unicamente alle seguenti condizioni:
 - a) che la pellicola utilizzata abbia caratteristiche di rifrangenza non superiori a quelle di classe 1;
 - b) che la superficie della parte rifrangente non occupi più di due terzi della fiancata del veicolo e comunque non sia superiore a 3 mq;
 - c) che il colore bianco sia contenuto nella misura non superiore ad 1/6 della superficie;
 - d) che sia esposta unicamente sui fianchi del veicolo a distanza non inferiore a 70 cm dai dispositivi di segnalazione visiva;
 - e) che non sia realizzata mediante messaggi variabili.
7. In tutti i casi, le scritte, i simboli e la combinazione dei colori non devono generare confusione con i segnali stradali e, in particolare, non devono avere forme di disco o di triangolo, né disegni confondibili con i simboli segnaletici regolamentari di pericolo, obbligo, prescrizione o indicazione.
8. All'interno dei veicoli è proibita ogni scritta o insegna luminosa pubblicitaria che sia visibile, direttamente o indirettamente, dal conducente o che comunque possa determinare abbagliamento o motivo di confusione con i dispositivi di segnalazione visiva e di illuminazione dei veicoli stessi.
9. Le disposizioni di cui ai commi precedenti non si applicano ai veicoli al seguito delle competizioni sportive autorizzate ai sensi dell'articolo 9 del codice della strada.
10. Qualsiasi forma pubblicitaria che si avvalga di autoveicoli deve essere svolta in maniera e con velocità tale da non provocare intralci o limitazioni alla circolazione dei veicoli ed a quella pedonale, con divieto di sostare in prossimità di incroci stradali o impianti semaforici.
11. La pubblicità luminosa su veicoli, è ammessa unicamente sui veicoli adibiti al servizio di taxi quando circolano entro i centri abitati, alle condizioni indicate nell'art. 57 del Regolamento al Codice della Strada approvato con D.P.R. 495/1992.

Articolo 23 Pubblicità fonica

1. La pubblicità fonica deve essere preventivamente autorizzata dal comune. Con riferimento all'art. 15 comma 5 D. Lgs. 507/93, per ciascun punto di pubblicità, si intende il centro da cui vengono trasmessi gli annunci pubblicitari, anche se diramati contemporaneamente da più apparecchi pubblicitari.
2. Nei Centri Abitati, per ragioni di pubblico interesse, la pubblicità fonica è vietata a meno di 50 mt da strutture sanitarie e assimilate, da luoghi culturali e/o di studio limitatamente agli orari di apertura degli stessi, da strutture cimiteriali e luoghi di culto.
3. E' consentito effettuarla nei giorni feriali dalle ore 8.00 alle ore 13 e dalle ore 15.00 alle ore 19.00
4. E' possibile concedere deroghe, ai commi 2 e 3, durante lo svolgimento di manifestazioni di carattere sportivo, culturale, sociale, religioso e simili.
5. Devono inoltre essere osservate le prescrizioni eventualmente indicate nell'autorizzazione amministrativa.
6. Per la pubblicità elettorale si applicano le disposizioni dell'articolo 7 della legge 24 aprile 1975, n. 130. La pubblicità elettorale è autorizzata dal Comune; nel caso in cui la stessa si svolga sul territorio di più comuni, l'autorizzazione è rilasciata dal prefetto della provincia in cui ricadono i comuni stessi.
7. In tutti i casi, la pubblicità fonica non deve superare i limiti massimi di esposizione al rumore, fissati dal decreto del Presidente del Consiglio dei Ministri l' marzo 1991 e dal piano comunale di zonizzazione acustica.

Articolo 24 Preinsegne

1. Preinsegna è definita una scritta in caratteri alfanumerici completata da freccia di orientamento, ed eventualmente da simboli e da marchi, realizzata su manufatto bifacciale e bidimensionale, utilizzabile su una sola o su entrambe le facce, supportata 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 stessa e, comunque, nel raggio di 5 Km. Non può essere luminosa né per luce propria né per luce indiretta.
2. Le preinsegne hanno forma rettangolare e dimensioni contenute entro i limiti inferiori di 1 m x 0,20 m e superiori di 1,50 m x 0,30 m.
3. E' ammesso l'abbinamento sulla stessa struttura di sostegno di un numero massimo di 6 per ogni senso di marcia a condizione che le stesse abbiano le stesse dimensioni e costituiscano oggetto di un'unica autorizzazione

Articolo 25 Impianti pubblicitari di servizio

1. E' definito impianto pubblicitario di servizio, qualunque manufatto avente quale scopo primario un servizio di pubblica utilità nell'ambito dell'arredo urbano e stradale (quali paline, pensiline per fermata autobus, transenne parapetonali, cestini per rifiuti, panchine, orologi e simili) recante uno spazio pubblicitario che può anche essere luminoso sia per luce diretta che indiretta.
2. La collocazione di impianti pubblicitari di servizio lungo i percorsi pedonali deve sempre garantire un passaggio libero conforme a quanto stabilito dal codice della strada e alle normative sull'abbattimento delle barriere architettoniche di cui alle leggi n. 13 del 9/1/89 e n. 104 del 5/2/92 e relativo regolamento di attuazione.

Articolo 26 Cartelli pubblicitari temporanei

1. Cartelli pubblicitari mobili riferiti a manifestazioni, spettacoli (anche circensi) ed iniziative temporanee di carattere culturale e sportivo, aperte al pubblico, devono essere autorizzati dal Comune sulla base delle modalità procedurali indicate dal successivo Titolo IV, sia se da collocarsi su suolo pubblico.
2. La domanda deve essere presentata almeno 15 giorni prima dal richiedente e, se presentata da Enti, associazioni sindacali, partiti politici, consorzi, associazioni religiose, sportive, culturali, ecc. o da persone giuridiche, dal responsabile o rappresentate di queste ultime. Per il Comune provvede il Dirigente interessato con comunicazione.
3. E' consentita l'esposizione massima di n. (20) cartelli per manifestazione; questi non possono superare le dimensioni di mt 0.70 x 1.00 salvo debita autorizzazione in caso di motivate esigenze.
4. La collocazione di tali cartelli è ammessa unicamente durante il periodo di svolgimento della manifestazione o dell'iniziativa cui si riferisce oltre che i 10 giorni precedenti e le 48 ore successive.
5. I cartelli esposti su cavalletti relativi a messaggi pubblicitari riferiti alla attività della sede di esercizio sono autorizzati esclusivamente nelle aree cortilive private dell'esercizio stesso, tenendo comunque conto degli appositi ancoraggi per la sicurezza.
6. Per le attività dei teatri e musei, statali o comunali, per le attività culturali e sportive in generale, e per le mostre che si svolgono all'interno degli edifici comunali è consentita la installazione di strutture tipo "sandwich" bifacciali e vetrinette o simili posate direttamente al suolo.
7. E' vietata su tutto il territorio comunale l'esposizione di cartelli che rechino pubblicità di natura commerciale, al di fuori degli appositi spazi predisposti..

Articolo 27 - Pubblicità nei cantieri edili

1. Sulle strutture temporanee dei cantieri edili, quali ponteggi o recinzioni, è ammessa l'installazione di messaggi pubblicitari diversi dalle affissioni, attinenti le attività del cantiere, quindi in materiali opachi

non cartacei, anche illuminati in modo indiretto. Tale pubblicità deve avvenire nel rispetto di quanto stabilito dall'art. 17, comma 1 bis, del d.lgs. 507/93.

2. La superficie del mezzo pubblicitario non può essere maggiore del 50% del ponteggio o della recinzione, tale limite non si applica nel caso di disegni che riproducano la facciata dell'edificio oggetto dei lavori.

TITOLO III: COLLOCAZIONE DI MEZZI PUBBLICITARI ALL'INTERNO DI ZONE DI PARTICOLARE INTERESSE

Articolo 28 - Norme generali

1. Per le zone delimitate dal Piano di valorizzazione commerciale e quelle di particolare interesse storico, ambientale, culturale, dovranno essere approvati appositi piani che identifichino le caratteristiche tecniche, estetiche, dimensionali che dovranno avere tutte le tipologie di impianti già previste nel capo II, in particolare le insegne, targhe, tende e bacheche.
2. Per le zone di nuovo insediamento commerciale o direzionale o che comunque prevedono una significativa presenza di attività economiche, con la presentazione dei piani particolareggiati dovranno essere presentati anche i progetti relativi agli spazi destinati alla pubblicità.

TITOLO IV: PROCEDURE PER IL RILASCIO DELL'AUTORIZZAZIONE

Articolo 29 Norme generali sul l'autorizzazione

1. Chiunque intenda installare cartelli, insegne di esercizio ed altri mezzi pubblicitari (comprese tende vetrofanie) sulle strade o in vista di esse, deve presentare domanda ed ottenere regolare autorizzazione amministrativa ai sensi del presente Regolamento, salvo che nei casi indicati dal Regolamento per l'applicazione della imposte e dei diritti sui mezzi pubblicitari
2. Le forme pubblicitarie indicate negli art. 13 e 15 del Decreto 507/93 sono soggette ad autorizzazione comunale, previa presentazione, almeno 15 giorni prima dell'inizio della pubblicità, di documentata istanza del titolare del mezzo pubblicitario, indicante il tipo, la misura, il luogo, la durata della pubblicità che si intende effettuare e la denominazione e indirizzo del soggetto pubblicizzato. L'autorizzazione è da considerare intervenuta ove non sia stato comunicato al richiedente, entro il terzo giorno precedente a quello iniziale indicato, specifico e motivato provvedimento negativo.
3. Fuori Centro Abitato, la domanda deve essere presentata all'ente proprietario della strada competente a rilasciare l'autorizzazione di cui sopra, secondo il seguente ordine di competenze:
 - per le strade statali alla direzione compartimentale A.N.A.S. competente per territorio o agli uffici speciali per le autostrade;
 - per le strade regionali provinciali e comunali o di proprietà di altri enti alle rispettive amministrazioni;
4. All'interno del Centro Abitato, di cui all'art. 2, la competenza a ricevere la domanda ed a rilasciare l'autorizzazione, è sempre del Comune.
5. Per i tratti di strade statali, regionali o provinciali, correnti all'interno di centri abitati, se inferiori a 10.000 abitanti, il rilascio dell'autorizzazione è di competenza del Comune, previo nulla osta dell'ente proprietario della strada
6. I cartelli e gli altri mezzi pubblicitari posti lungo le sedi ferroviarie, quando siano visibili dalla strada, sono soggetti alle disposizioni dell'art. 23 del Codice della Strada e la loro collocazione viene autorizzata dall'ente Ferrovie dello Stato previo nulla osta dell'ente proprietario della strada.

Articolo 30 Presentazione della domanda al Comune

1. La domanda, da compilarsi sugli appositi moduli, sconta l'imposta di bollo, nella misura stabilita dalle leggi fiscali e deve essere presentata all'Ufficio del Comune corredata dei seguenti documenti :
 - a) Bozzetto colorato in triplice copia del messaggio pubblicitario da esporre. Se la domanda riguarda cartelli o altri mezzi pubblicitari a messaggio variabile, devono essere allegati i bozzetti di tutti i messaggi previsti;
 - b) Documentazione fotografica che illustri il punto di collocazione dell'ambiente circostante;
 - c) Planimetria in scala idonea in duplice copia, ove è riportata la posizione nella quale si chiede l'autorizzazione alla installazione e la distanza dalla carreggiata stradale
 - d) autodichiarazione redatta ai sensi della Legge 445/2000 con la quale si attesta che l'opera sarà realizzata rispettando le norme di disciplina della materia, che il manufatto è stato calcolato e realizzato e sarà posto in opera tenendo conto della natura del terreno e della spinta del vento, in modo da garantirne la stabilità. Inoltre che il manufatto è realizzato con materiale non deperibile e resistente agli agenti atmosferici. Nella stessa autodichiarazione si dovrà inoltre attestare che l'attività oggetto di richiesta è regolarmente autorizzata, ovvero il titolare è iscritto agli albi professionali istituiti e che la destinazione d'uso dei locali sia legittimata.
2. Ogni domanda deve riferirsi ad una sola attività industriale, commerciale, artigianale, artistica o professionale e potrà comprendere più impianti individuati esattamente sugli elaborati allegati alla richiesta.

Articolo 31 Casi particolari

1. Per l'apposizione di vetrofanie deve essere fatta pervenire comunicazione scritta nella quale sono indicati i messaggi pubblicitari, gli elementi essenziali dell'attività cui si riferiscono e la superficie occupata.
2. Per il rilascio dell'autorizzazione all'esercizio della pubblicità fonica, è sufficiente che l'interessato indichi sulla domanda, oltre ai propri dati identificativi, i contenuti del messaggio pubblicitario da diffondere, l'esatto periodo e gli orari di svolgimento.
3. Per il rilascio dell'autorizzazione alla collocazione di impianti di pubblicità o propaganda a messaggio variabile, l'Ufficio rilascia la prescritta autorizzazione previo esperimento della procedura di cui all'art. 22, 2° comma.
4. E' vietata su tutto il territorio comunale la pubblicità effettuata mediante volantinaggio da velivoli o veicoli, mentre è consentita la consegna a mano, previa comunicazione e pagamento al servizio competente.

Articolo 32 Istruttoria e rilascio dell'autorizzazione

1. L'istruttoria delle pratiche é affidata al Responsabile di procedimento individuato con provvedimento dirigenziale , che dovrà raccogliere i pareri degli altri uffici comunali coinvolti.
2. L'autorizzazione è rilasciata all'interessato entro 60 giorni dalla data di presentazione della relativa richiesta. E' in ogni caso negato il rilascio o il rinnovo della autorizzazione nel caso in cui il richiedente abbia pendenze in materia di pubblicità con il Comune.
3. Il termine rimane sospeso nel caso in cui l'Amministrazione Comunale inviti i richiedenti, a mezzo di comunicazione scritta, a produrre ulteriore documentazione o ad integrare quella depositata, che dovrà essere prodotta entro i tempi indicati. In caso di mancato ricevimento di quanto richiesto, la domanda presentata si intende respinta.

Articolo 33 Interventi di sostituzione e modifica

1. Qualora il soggetto titolare dell'autorizzazione, decorsi almeno tre mesi dal rilascio, fermo restando la durata della stessa, intenda variare il messaggio pubblicitario riportato su un cartello o su un altro mezzo pubblicitario, deve farne domanda, allegando il bozzetto del nuovo messaggio.
2. L'autorizzazione deve essere rilasciata entro i successivi 30 giorni, decorsi i quali si intende assentita.

Articolo 34 - Termine di validità dell'autorizzazione

1. L'autorizzazione all'installazione di cartelli o di altri mezzi pubblicitari, ha validità per un periodo di tre anni.

Articolo 35 - Rinnovo dell'autorizzazione

1. L'autorizzazione all'installazione di cartelli ed altri impianti pubblicitari è rinnovabile a condizione che la richiesta, da prodursi almeno sessanta giorni prima della scadenza naturale, provenga dal medesimo soggetto intestatario dell'atto.
2. Nel caso in cui non siano apportate modifiche al mezzo pubblicitario la domanda di rinnovo deve essere corredata dalla sola autodichiarazione, redatta ai sensi della Legge 445/2000.
3. Il mancato rispetto delle condizioni di cui al primo comma del presente articolo, nonché l'introduzione di qualsiasi modifica, comportano il rispetto della procedura di cui all'art.37.

Articolo 36 - Obblighi del titolare dell'autorizzazione

1. E' fatto obbligo al titolare dell'autorizzazione di:
 - a) verificare 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 loro buon mantenimento;
 - c) adempiere nei tempi richiesti a tutte le prescrizioni impartite dal Comune ai sensi dell'art. 405 comma 1 del D.p.r. 495/1992, al momento del rilascio dell'autorizzazione o anche successivamente per intervenute e motivate esigenze;
 - d) procedere alla rimozione nel caso di decadenza o revoca dell'autorizzazione o di insussistenza delle condizioni di sicurezza previste all'atto dell'installazione o di motivata richiesta da parte dell'ente competente al rilascio;
 - e) su ogni cartello o mezzo pubblicitario autorizzato dovrà essere saldamente fissata una targhetta non deteriorabile, posta in posizione facilmente accessibile, sulla quale sono riportati, con caratteri incisi, i seguenti dati: amministrazione rilasciante soggetto titolare; numero dell'autorizzazione; progressione km del punto di installazione; data di scadenza.
 - f) Produrre copia dichiarazione di conformità di cui all'art. 9 della Legge 5.3.1990 n. 46 "Norme per la sicurezza degli impianti", per gli impianti pubblicitari luminosi;
2. La targhetta di cui sopra deve essere sostituita ad ogni rinnovo dell'autorizzazione ed ogni qualvolta intervenga una variazione di uno dei dati su di essa riportati.
3. L'autorizzazione non esonera il titolare dall'obbligo di attenersi strettamente, sotto la propria responsabilità, alle leggi e ai regolamenti vigenti, nonché ad ogni eventuale diritto di terzi o a quanto prescritto dai regolamenti condominiali.
4. L'autorizzazione alla collocazione di cartelli ed altri mezzi pubblicitari è subordinata alla regolare approvazione, da parte dei competenti organi, dell'insediamento e dell'esercizio dell'attività cui il messaggio pubblicitario è riferito, nei locali indicati.
5. E' fatto obbligo al titolare dell'autorizzazione, rilasciata per la posa di segni orizzontali reclamistici, di striscioni, locandine e stendardi, di provvedere alla rimozione degli stessi entro le 24 ore successive alla

conclusione della manifestazione pubblicizzata, ripristinando il preesistente stato dei luoghi ed il preesistente grado di aderenza delle superfici stradali.

Articolo 37 - Decadenza dell'autorizzazione

Costituiscono cause di decadenza dell'autorizzazione:

- a) la cessazione o il trasferimento dell'attività pubblicizzata;
- b) l'annullamento o la revoca, l'inesistenza o l'irregolarità della autorizzazione all'esercizio dell'attività;
- c) la non rispondenza del messaggio pubblicitario autorizzato alle attività cui esso si riferisce;
- d) la mancata osservanza delle condizioni alle quali fu subordinata l'autorizzazione;
- e) la mancata realizzazione dell'opera entro 180 giorni dal rilascio dell'autorizzazione;
- f) il mancato ritiro dell'autorizzazione entro 60 giorni dal decorso del termine di 60 giorni previsto per il rilascio di essa.

Art. 38 - Pubblicità difforme a legge e regolamenti

1. La pubblicità comunque effettuata, anche se difforme a leggi e regolamenti, è soggetta ad imposta.
2. La riscossione dell'imposta da parte dell'ufficio comunale non esime il soggetto interessato dall'obbligo di munirsi di tutti i permessi, autorizzazioni o concessioni relativi alla effettuazione della pubblicità qualunque sia la manifestazione pubblicitaria.

TITOLO V: VIGILANZA E SANZIONI

Articolo 39 - Vigilanza

1. Il Comune è tenuto a vigilare a mezzo della Polizia Municipale, tutti i funzionari deputati ai servizi di polizia stradale, gli addetti comunali ai servizi di manutenzioni stradali e i funzionari dell'Ufficio preposto al servizio affissioni e pubblicità, sulla corretta realizzazione e sull'esatto posizionamento dei cartelli e degli altri mezzi pubblicitari autorizzati, nonché sul loro stato di conservazione e di buona manutenzione e sui termini di scadenza delle autorizzazioni.

Articolo 40 Sanzioni amministrative

1. Chiunque installa mezzi pubblicitari e impianti di propaganda, senza aver provveduto a chiedere e ad ottenere la relativa autorizzazione, ovvero non ne osserva le prescrizioni contenute, è assoggettato alle sanzioni amministrative pecuniarie come previste dall'art. 23, del Codice della Strada e quelle dei D.Lgs. 15.11.93 n. 507 e successive modifiche ed integrazioni.
2. Chiunque viola le disposizioni del presente regolamento, se non già previste dalle sanzioni del codice della strada e del d.lgs. 507/93, è soggetto a sanzione amministrativa pecuniaria da 25 a 500 euro come previsto dall'art. 7 bis del d.lgs. 18.8.2000, n. 267, applicato ai sensi della legge 689/1981.

TITOLO VI: DISPOSIZIONI TRANSITORIE E FINALI

Articolo 41 Norma Transitoria

1. Le norme del presente regolamento si applicano a tutti i mezzi pubblicitari di nuova installazione; quelli attualmente esistenti ed in contrasto con tali norme dovranno essere adeguati allo scadere della autorizzazione, o in concomitanza con interventi di sostituzione o modifica nonché di manutenzione straordinaria.

2. Eventuali modifiche e/o deroghe apportate al Codice della Strada e relativo Regolamento di Esecuzione e di Attuazione, nonché alle normative vigenti in materia di pubblicità, comportano l'adeguamento automatico del presente regolamento.

Articolo 42 - Entrata in vigore del regolamento

1. Il presente regolamento entra in vigore dopo l'approvazione degli organi competenti e la pubblicazione per 15 giorni all'Albo Pretorio del Comune e sostituisce ogni altra precedente disposizione e regolamentazione comunale della materia.
3. Per quanto non espressamente disposto o richiamato in esso, si rinvia alla normativa generale.