



Comune di Novara

Piano Generale degli Impianti Pubblicitari (PGIP)
LEGGE 27 dicembre 2019, n. 160
Decreto Legislativo 30/04/1992 n. 285

NORME TECNICHE DI ATTUAZIONE

Approvato con D.C.C. n. del / /

INDICE GENERALE

CAPO I - DISPOSIZIONI GENERALI

TITOLO I - PRINCIPI E DEFINIZIONI

- Art. 1 - Principi ed obiettivi generali
- Art. 2 - Campo di applicazione
- Art. 3 - Rapporti tra le norme previste dalle presenti NTA e le norme di legge
- Art. 4 - Delimitazione del Centro Abitato
- Art. 5 - Piano di Zonizzazione Territoriale Pubblicitaria
- Art. 6 - Elaborati costituenti il PGIP
- Art. 7 - Oggetto del PGIP

TITOLO II - CLASSIFICAZIONE DEI MESSAGGI PUBBLICITARI

- Art. 8 - Tipologia dei messaggi

TITOLO III - CLASSIFICAZIONE DEI MEZZI PUBBLICITARI

- Art. 9 - Definizione di "mezzo pubblicitario"
- Art. 10 - Preinsegna (art. 47 - comma 2 D.P.R. 495/92)
- Art. 11 - Cartello (art. 47 - comma 4 D.P.R. 495/92)
- Art. 12 - Striscione, locandina, stendardo (art. 47 - comma 5 D.P.R. 495/92)
- Art. 13 - Segni orizzontali reclamistici (art. 47 - comma 6 D.P.R. 495/92)
- Art. 14 - Impianto pubblicitario di servizio (art. 47 - comma 7 D.P.R. 495/92)
- Art. 15 - Impianti di pubblicità e propaganda (art. 47 - comma 8 D.P.R. 495/92)

TITOLO IV - CLASSIFICAZIONE DEGLI IMPIANTI PUBBLICITARI

- Art. 16 - Definizione di impianto pubblicitario
- Art. 17 - Impianto permanente
- Art. 18 - Impianto temporaneo

CAPO II - PUBBLICITÀ ORDINARIA

TITOLO I - LA PUBBLICITÀ ORDINARIA

- Art. 19 - Definizione di pubblicità ordinaria
- Art. 20 - Requisiti generali degli Impianti e dei messaggi per la pubblicità ordinaria
- Art. 21 - Requisiti tecnici degli Impianti per la pubblicità ordinaria
- Art. 22 - Requisiti generali dei mezzi per la pubblicità ordinaria

TITOLO II - PUBBLICITÀ' ORDINARIA SOGGETTA A PARTICOLARE REGOLAMENTAZIONE

- Art. 23 - Pubblicità ubicata nelle stazioni di servizio e nelle aree di parcheggio
- Art. 24 - Segni orizzontali reclamistici
- Art. 25 - Disciplina degli impianti su ponteggi edilizi e sulle recinzioni di cantieri
- Art. 26 - Pubblicità sui cordoli dei marciapiedi

CAPO III - NORME AMMINISTRATIVE

TITOLO I - AUTORIZZAZIONI, VIGILANZA E RIMOZIONI

- Art. 27 - Autorizzazione ad installare gli impianti
- Art. 28 - Richiesta di autorizzazione per mezzi pubblicitari permanenti
- Art. 29 - Richiesta di autorizzazione per mezzi pubblicitari temporanei
- Art. 30 - Collocazione di mezzi pubblicitari in prossimità di Beni paesaggistici e/o sottoposti a vincolo
- Art. 31 - Obblighi del titolare dell'autorizzazione
- Art. 32 - Divieti
- Art. 33 - Targhetta di identificazione
- Art. 34 - Distanze per l'ubicazione degli impianti pubblicitari dentro i centri abitati
- Art. 35 - Tolleranze
- Art. 36 - Occupazione dei marciapiedi e distanze dalla corsia di marcia

CAPO IV

NORME TRANSITORIE

TITOLO I - ADEGUAMENTO ALLA NORMATIVA DEL PGIP

- Art. 37 - Supporti provvisori
- Art. 38 - Adeguamento di impianti e mezzi pubblicitari

TITOLO II – REVOCA, DECADENZA, SANZIONI, ABROGAZIONI E NORME TRANSITORIE E FINALI

- Art. 39 – Revoca
- Art. 40 - Decadenza
- Art. 41 - Sanzioni
- Art. 42 – Entrata in vigore e abrogazione norme regolamentari vigenti
- Art. 43 – Norme finali

CAPO I - DISPOSIZIONI GENERALI

TITOLO I PRINCIPI E DEFINIZIONI

Art. 1 - Principi ed obiettivi generali

1. Il Piano Generale degli Impianti Pubblicitari del Comune di Novara, da ora denominato per brevità "PGIP", individua e classifica tipologicamente impianti, mezzi e messaggi pubblicitari e ne disciplina la localizzazione sul territorio a partire dai seguenti principi ed obiettivi:

- a) rispettare la realtà socio-economica del territorio;
- b) tutelare l'ambiente urbano ed il paesaggio;
- c) implementare la sicurezza della circolazione di mezzi e pedoni;
- d) conservare e migliorare la qualità urbana e l'immagine della città.

2. Il PGIP integra le attività di pianificazione urbanistica e di arredo urbano del Comune di Novara, nel rispetto dei vincoli sovraordinati imposti da altri strumenti normativi vigenti, sia a livello comunale che sovracomunale, delle norme dettate dal "Regolamento per l'applicazione dell'imposta comunale sulla pubblicità e per l'effettuazione del servizio pubbliche affissioni", approvato dal C.C. con Deliberazione n°19 del 19 marzo 2007 modificato con deliberazione C.C. n. 111/2018 nonché dal Regolamento comunale per l'applicazione del canone patrimoniale di concessione, autorizzazione o esposizione pubblicitaria Approvato con Deliberazione di Consiglio Comunale n. 36 del 30/05/2022 in ossequio e per l'effetto della LEGGE 27 dicembre 2019, n. 160, art. 1 commi da 816 a 836.

Art. 2 - Campo di applicazione

1. Le disposizioni del Piano disciplinano i mezzi della comunicazione pubblicitaria per **messaggi di pubblicità ordinaria**, come definiti al successivo Capo II, con esclusione di:

- insegne di esercizio;
- impianti di affissione comunali;
- impianti sulle strade di proprietà di altro ente fuori dal centro abitato;

2. Per le tipologie escluse di cui al comma precedente si rimanda a specifici e separati provvedimenti, fatto salvo a quanto previsto dall'art. 42 - Norme finali.

3. La segnaletica direzionale installata ai sensi dell'art. 134 comma a), d), ed e) del D.P.R. 495/92, non è considerata "mezzo pubblicitario"; pertanto l'utilizzo di questo tipo di segnaletica non è regolamentato dalle presenti NTA, ma esclusivamente da quanto previsto dal D. Lgs 30-04-1992 n°285 e successive modificazioni (Nuovo Codice della Strada).

4. Gli impianti di affissione comunali, ancorché non trattati dal presente Piano, sono soggetti alla stessa disciplina della pubblicità ordinaria. Gli impianti di affissione comunali esistenti sono confermati nelle attuali posizioni e dimensioni, ancorché in difformità dal presente Piano, ad eccezione di quelli in contrasto con il Codice della Strada, fatte salve le possibilità di deroga previste dal Piano medesimo.

Art. 3 - Rapporti tra le norme previste dalle presenti NTA e le norme di legge

In caso di conflitto tra le definizioni previste dalle disposizioni del presente Piano e quelle previste dalla legge o dai Regolamenti di attuazione prevalgono queste ultime.

Art. 4 - Delimitazione del Centro Abitato

1. La classificazione delle strade e le loro caratteristiche costruttive, tecniche e funzionali sono definite all'art. 2 del D.lgs. 30.04.1992 n. 285.
2. La Tavola grafica 01_01 del PGIP recepisce e riporta il perimetro del Centro Abitato, come delimitato con deliberazione di G.C n. 1137 del 09.06.1993 e recepito nel Piano Generale del Traffico Urbano approvato con C.C. n. 19 del 31/03/2014.

Art. 5 - Piano di Zonizzazione Territoriale Pubblicitaria

1. Il territorio del Comune di Novara è suddiviso in Zone Omogenee così come definite nella tavola 02_01 che costituisce allegato al presente Piano.
2. Per ciascuna zona omogenea sono stabiliti vincoli e distanze per l'installazione dei mezzi pubblicitari, le distanze vengono misurate per singola direttrice di marcia.
3. Al fine di disciplinare un'adeguata collocazione degli impianti pubblicitari ed affissionali, il territorio comunale viene suddiviso in cinque zone omogenee.
4. Tale suddivisione, rappresentata nella Tavola 02_01, allegata alle presenti NTA, viene condotta nel rispetto delle caratteristiche ambientali, paesistiche, storiche e di destinazione d'uso prevalente del tessuto urbano.
5. Per ciascuna delle cinque zone, di seguito specificate, si fissano, all'interno dell'Abaco, allegato con la lettera "B" alle presenti NTA, le distanze minime e limiti per l'ammissibilità di ciascun tipo di mezzo pubblicitario.

Zona A – (delimitata in arancio nella Tavola 02_01)

Include le porzioni di territorio del Centro storico cittadino e dei Nuclei storici delle frazioni, sui quali, in ragione del pregio e della presenza di un'alta percentuale di edifici antichi, si opererà in ottica di salvaguardia delle peculiarità visuali del contesto.

Ancorché ricadenti in Zona D, Largo Bellini e Viale Filippo Turati sono da

considerarsi ricompresi all'interno della Zona A in quanto inseriti nell'elenco di cui al D.M. 07/12/46 – elenco località site entro la città di Novara, che la Commissione Provinciale per la tutela delle bellezze naturali ha deciso di porre sotto il vincolo di cui all'ex art. 1 Legge 1497 del 29/06/39.

Zona B – (delimitata in rosa nella Tavola 02_01)

Include le porzioni di territorio di cui al perimetro individuato dal Decreto di Vincolo ex. D.L. 490/ 1999 art. 139, soggetto a Vincolo ambientale paesaggistico ex L. 1497/39, per la porzione compresa nel Comune di Novara con l'ampliamento fino al Comune di Vespolate.

Il confine ad Ovest è delimitato dall'asta del torrente Agogna mentre il confine Est è segnato dal tracciato della ferrovia Milano – Mortara. I territori coinvolti ricadono nei Comuni di Novara, Garbagna Novarese, Granozzo con Monticello, Nibbiola e Vespolate.

Si tratta di ambiti da salvaguardare, limitano i messaggi pubblicitari, come da Abaco allegato B, eccetto alcuni tipi di impianti di servizio con spazi abbinati, o tabelloni e pannelli esplicativi con mappe dei luoghi più significativi. Ogni progetto deve essere sottoposto ad esame dell'Ufficio Tecnico e della Commissione Paesaggistica per valutarne l'effettivo impatto. Le richieste di installazioni nelle frazioni di Bicocca, Olengo e Torrion Quartara, che non risultano soggette a Vincolo come da D.G.R. n°135 – 13400 del 09/03/1992, devono comunque ottenere il nulla osta paesistico da parte del Comune di Novara.

Zona C – (delimitata in azzurro nella Tavola 02_01)

Include porzioni di territorio con prevalente carattere Commerciale, Artigianale e Industriale. Le zone C si trovano sia all'interno che all'esterno del centro abitato di Novara; per tali zone sono ammesse tutte le tipologie di impianti pubblicitari disciplinate dal presente PGIP.

Zona D – (delimitata in giallo nella Tavola 02_01)

Include porzioni di territorio situate a ridosso del centro storico di Novara, comprese le 11 frazioni: Agognate - Casalgiate - Cascina Montà - Cascina Roggia Mora - Gionzana - Lumello Pagnate - Pernate - Sant'Agabio - Veveri - Vignale. Le zone D sono tutte situate all'interno del perimetro del centro abitato; al loro interno sono ammesse tutte le tipologie di impianti pubblicitari disciplinate dal presente PGIP.

Zona E – (delimitata in verde nella Tavola 02_01)

Include le porzioni di territorio comunale situate al di fuori dei centri abitati, attraversate sia dalla autostrada A4 "Milano-Venezia", dalle Strade Statali SS221, SS 11, SS 29, SS 32, dalla Tangenziale e da numerose Strade Provinciali. Lungo le strade Statali e Provinciali le distanze sono quelle previste nel D.lgs. 30/04/1992 n. 285 "Nuovo Codice della Strada". In questa zona si rileva un carattere prettamente agricolo con alcuni insediamenti commerciali e

artigianali. Data la vastità degli spazi e la presenza di numerose strade poderali e comunali, sono ammesse tutte le tipologie di impianti pubblicitari disciplinate dal presente PGIP.

Art. 6 - Elaborati costituenti il PGIP

1. Il PGIP è composto dalle presenti Norme Tecniche di Attuazione, denominate "NTA" e dai seguenti allegati:

- **TAV.01_01:** Planimetria Generale - CONFINE COMUNALE E LIMITI DEL CENTRO ABITATO;
- **TAV.02_01:** Planimetria Generale - PIANO DI ZONIZZAZIONE TERRITORIALE PUBBLICITARIA;
- **Allegato A** - Schede Tecniche Impianti Tipo;
- **Allegato B** - Abaco delle distanze;

Art. 7 - Oggetto del PGIP

1. Il PGIP disciplina la collocazione degli impianti per la pubblicità **ordinaria** sull'intero territorio comunale. La pubblicità autorizzabile sul territorio comunale è quella effettuata attraverso i mezzi pubblicitari classificati al successivo Titolo III del presente Capo, da collocarsi su impianti di Pubblicità Ordinaria, come definiti al titolo I del successivo Capo II, ubicati nelle zone previste dal PGIP.

TITOLO II

CLASSIFICAZIONE DEI MESSAGGI PUBBLICITARI

Art. 8 - Tipologia dei messaggi

1. I messaggi pubblicitari, resi visibili attraverso i mezzi pubblicitari di cui al successivo Titolo III delle presenti NTA, possono essere classificati in:

- a) Messaggi istituzionali o sociali, comunque non finalizzati alla promozione economica di prodotti, per brevità definiti "Istituzionali" ovvero i messaggi preposti all'informazione e diffusione di iniziative di pubblico interesse, di norma emanati da Enti pubblici o di diritto pubblico e da altri soggetti che non abbiano fini di lucro;
- b) Messaggi "Commerciali" ovvero i messaggi finalizzati alla divulgazione di informazioni e comunicazioni atte a promuovere economicamente un'attività, un prodotto, un servizio, un marchio.

TITOLO III

CLASSIFICAZIONE DEI MEZZI PUBBLICITARI

Art. 9 - Definizione di “mezzo pubblicitario”

1. Si definisce “*mezzo pubblicitario*” ogni forma di comunicazione rivolta al pubblico ed effettuata tramite strutture o manufatti collocati lungo le strade o in vista di esse. I mezzi pubblicitari sono definiti e suddivisi per tipologia ai sensi dell’art. 47 del D.P.R. 495/92

Art. 10 - Preinsegna (art. 47 - comma 2 D.P.R. 495/92)

1. Si definisce “*preinsegna*” la scritta in caratteri alfanumerici, completata da freccia di orientamento, ed eventualmente da simboli e marchi, realizzata su un manufatto bifacciale e bidimensionale, utilizzabile su una sola o su entrambe le facce, supportato da 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. Non può essere luminosa né per luce propria né per luce indiretta.

Art. 11 - Cartello (art. 47 - comma 4 D.P.R. 495/92)

1. Si definisce “*cartello*” un manufatto bidimensionale supportato da idonea struttura di sostegno, con una sola o entrambe le facce finalizzate alla diffusione di messaggi pubblicitari o propagandistici sia direttamente, sia tramite sovrapposizione di altri elementi, quali manifesti, adesivi, ecc. Può essere luminoso sia per luce propria che per luce indiretta.

2. La collocazione dei cartelli è stabilita per ciascuna zona urbana nel rispetto dell’Allegato B – Abaco delle distanze. I cartelli non devono coprire elementi architettonici di rilievo dei fabbricati, devono essere in armonia con le caratteristiche dell’ambiente circostante ed essere collocati nel rispetto di quanto disposto nelle presenti NTA.

Art. 12 - Striscione, locandina, stendardo (art. 47 - comma 5 D.P.R. 495/92)

1. Si definisce “*striscione, locandina e stendardo*” 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. La locandina, se posizionata sul terreno può essere realizzata anche in materiale rigido.

2. Gli striscioni devono essere collocati ad altezza minima di m. 5,10 da terra, così come previsto dal Codice della Strada.

3. Gli stendardi devono essere collocati ad altezza minima di m. 3,00 da terra ed unicamente negli spazi e lungo la viabilità nel rispetto delle disposizioni del Codice della Strada.

4. I mezzi pubblicitari di cui ai commi precedenti possono essere autorizzati previa presentazione delle idonee certificazioni in ordine alla sicurezza del

mezzo e autorizzabili per un periodo massimo di 90 giorni consecutivi.

Art. 13 - Segni orizzontali reclamistici (art. 47 - comma 6 D.P.R. 495/92)

1. Si definisce “segno orizzontale reclamistico” la riproduzione sulla superficie stradale, con pellicole adesive o riproduzioni video, di scritte in caratteri alfanumerici, di simboli e di marchi, finalizzata alla diffusione di messaggi pubblicitari o propagandistici e non possono essere autorizzati per più di 90 giorni.

Art. 14 - Impianto pubblicitario di servizio (art. 47 - comma 7 D.P.R. 495/92)

1. Si definisce “*impianto pubblicitario di servizio*” qualunque manufatto avente come scopo primario un servizio di pubblica utilità nell’ambito dell’arredo urbano e stradale (fermate autobus, pensiline, transenne parapetonali, cestini, panchine, orologi, impianti di pubblica affissione o simili) recante uno spazio pubblicitario che può essere anche luminoso sia per luce diretta che per luce indiretta. La collocazione degli impianti di servizio è stabilita per ciascuna zona urbana nel rispetto dell’Allegato B – Abaco delle distanze.

2. Le Pensiline e Paline Fermata Autobus sono gestite in autonomia, anche per quanto riguarda l’esposizione pubblicitaria dalla Azienda di Gestione Trasporto Pubblico Locale.

Art. 15 - Impianti di pubblicità e propaganda (art. 47 - comma 8 D.P.R. 495/92)

1. Si definisce “*impianto di pubblicità o propaganda*” qualunque manufatto finalizzato alla pubblicità o alla propaganda sia di prodotti che di attività e non individuabile secondo le definizioni precedenti, né come insegna di esercizio, né come preinsegna, né come cartello, né come striscione, locandina o stendardo, né come segno orizzontale reclamistico, né come impianto pubblicitario di servizio. Può essere luminoso sia per luce propria che per luce indiretta.

Rientrano nella presente categoria il cartello pubblicitario, il telo e/o pannello pittorico monofacciale:

- **Il Cartello temporaneo** è un manufatto bifacciale o monofacciale, realizzato in materiale rigido, recante il messaggio pubblicitario, non saldamente infisso al suolo o a muro e facilmente removibile e realizzato con caratteristiche tali da non recare danno a cose o persone e di cui sia garantita la stabilità; non possono essere autorizzati per più di 90 giorni.
- **Il Telo e/o pannello pittorico monofacciale** è un mezzo pubblicitario monofacciale che viene di norma posato a protezione di ponteggi per la costruzione o la ristrutturazione di immobili non possono essere autorizzati per più di 90 giorni.
- **Impianti a messaggio variabile** sono impianti atti ad ospitare più

messaggi pubblicitari in movimento su ciascun fronte espositivo; possono essere monofacciali o bifacciali.

TITOLO IV

CLASSIFICAZIONE DEGLI IMPIANTI PUBBLICITARI

Art. 16 - Definizione di impianto pubblicitario

Si definisce “Impianto pubblicitario” qualsiasi struttura adibita al contenimento ed al sostegno dei mezzi pubblicitari così come definiti e classificati al precedente Titolo III. Gli impianti pubblicitari sono classificati, in funzione della durata dell’autorizzazione ed alla loro collocazione, in “Impianti Permanenti” ed “Impianti Temporanei”.

Art. 17 - Impianto permanente

Si definisce “Impianto Permanente” qualsiasi tipo di impianto o manufatto di cui al Titolo III la cui collocazione abbia una durata superiore a 90 giorni consecutivi.

Art. 18 - Impianto temporaneo

Si definiscono “Impianti Temporanei” striscioni, locandine, stendardi, segni orizzontali reclamistici, cartelli temporanei, teli e/o pannelli pittorici mono facciali, impianti di pubblicità o propaganda di cui all’art. 15, la cui collocazione non superi un tempo di 90 giorni consecutivi per ciascuna autorizzazione richiesta e regolarmente rilasciata.

CAPO II - PUBBLICITÀ ORDINARIA

TITOLO I LA PUBBLICITÀ ORDINARIA

Art. 19 - Definizione di pubblicità ordinaria

Si definiscono di “Pubblicità ordinaria”, gli impianti pubblicitari, collocati e/o collocabili su suolo pubblico e/o privato, atti a rendere possibile l’esposizione di messaggi di tipo Istituzionale e/o commerciale, non classificati come impianti dedicati al servizio di affissioni, o come insegne di esercizio di cui all’art. 47, comma 1 del D.P.R. 495/92 che definisce *“insegna di esercizio: la scritta in caratteri alfanumerici, completata eventualmente da simboli e da marchi, realizzata e supportata con materiali di qualsiasi natura, installata nella sede dell’attività a cui si riferisce o nelle pertinenze accessorie alla stessa. Può essere luminosa sia per luce propria che per luce indiretta”*.

Art. 20 - Requisiti generali degli Impianti e dei messaggi per la pubblicità ordinaria

1. Gli impianti di cui al presente titolo devono possedere i seguenti requisiti generali:
 - Sicurezza, in grado di garantire la stabilità;
 - Decoro, in grado di garantire un impatto sostenibile con i tessuti urbani;
 - Funzionalità, per garantire facilità di installazione, di manutenzione e di sostituzione;
2. Gli impianti devono essere progettati e posti in opera in modo da non arrecare pericolo o disturbo alla sicurezza stradale, sia essa veicolare che pedonale.
3. I messaggi, istituzionali o commerciali, esposti all’interno del territorio comunale non dovranno in alcun modo riportare scritte o logotipi offensivi del decoro pubblico, né recare messaggi od indicazioni anche solo potenzialmente razziste, discriminatorie o violente. Le istanze di nuove autorizzazioni o di conferma delle esistenti, devono essere inviate mediante il portale Sportello Unico Digitale – attività produttive.

Art. 21 - Requisiti tecnici degli Impianti per la pubblicità ordinaria

1. Gli impianti di cui al presente Titolo devono essere conformi a quanto disposto nell’Allegato A – *“Schede tecniche impianti tipo”* e presentare le seguenti caratteristiche tecniche:
 - a. Strutture fuori terra realizzate preferibilmente in metallo, calcolate e dimensionate per resistere a sovraccarichi, urti e fenomeni che in generale possano incidere sulla loro stabilità e sicurezza;
 - b. Strutture di fondazione calcolate e dimensionate per resistere sia alla spinta del vento che a sovraccarichi accidentali;

c. Le strutture di sostegno e di fondazione devono ottemperare sia alle norme del presente PGIP, che alla normativa generale vigente in materia di calcolo statico e corretta messa in opera delle strutture fuori terra.

d.

2. Nel caso in cui il mezzo pubblicitario sia dotato di impianto elettrico, quest'ultimo è progettato in modo da risultare conforme alle normative vigenti; in ogni caso l'impianto di illuminazione non può mai essere ad intermittenza, né avere intensità superiore a 150 candele/mq.

3. Ogni opera, eseguita su suolo pubblico o privato, che si renda necessaria per l'installazione dell'impianto, ivi comprese quelle per allacciamenti o collegamenti di qualsivoglia natura, è a carico del richiedente l'autorizzazione. Lo stesso è tenuto ad impegnarsi a ripristinare a proprie spese lo stato dei luoghi, effettuando i lavori necessari a regola d'arte, una volta rimosso l'impianto.

4.

5. La colorazione delle strutture di supporto degli impianti deve essere Bordeaux RAL 3005.

Art. 22 - Requisiti generali dei mezzi per la pubblicità ordinaria

1. Tutti i mezzi pubblicitari hanno forma preferibilmente rettangolare, escludendo in ogni caso forme circolari, triangolari o ottagonali.

2. I mezzi pubblicitari sono costruiti con materiali non deperibili e saldamente ancorati a strutture di sostegno.

TITOLO II PUBBLICITÀ ORDINARIA SOGGETTA A PARTICOLARE REGOLAMENTAZIONE

Art. 23 - Pubblicità ubicata nelle stazioni di servizio e nelle aree di parcheggio

1. Nelle stazioni di servizio e nelle aree di parcheggio possono essere collocati cartelli e altri mezzi pubblicitari la cui superficie complessiva non superi il 5% delle aree occupate dalle stazioni di servizio e/o dalle aree di parcheggio.

2. Gli impianti di cui al comma precedente non possono essere collocati lungo il fronte stradale, lungo le corsie di accelerazione e decelerazione e in corrispondenza degli accessi.

Art. 24 - Segni orizzontali reclamistici

1. I segni orizzontali reclamistici sono realizzati con materiali rimovibili ma ben ancorati alla superficie stradale in modo da garantire una buona aderenza ai veicoli in transito.

2. Essi sono ammessi unicamente:
 - a. all'interno di aree pubbliche o ad uso pubblico di pertinenza di complessi industriali o commerciali;
 - b. lungo il percorso di manifestazioni culturali o sportive o su aree delimitate, destinate allo svolgimento di manifestazioni di vario genere limitatamente al periodo di svolgimento delle stesse ed alle ventiquattro ore precedenti e successive.
3. Per i segni orizzontali reclamistici, collocati nel rispetto delle precedenti indicazioni, non si applicano i divieti indicati all'art. 51 c. 3 del D.P.R. 495/92, mentre le distanze di cui all'art. 51 c. 2 e 4 del D.P.R. 495/92, si applicano unicamente rispetto ai segnali stradali orizzontali.

Art. 25 - Disciplina degli impianti su ponteggi edilizi e sulle recinzioni di cantieri

1. La pubblicità sui ponteggi edilizi può essere realizzata sulle impalcature relative ai lavori edilizi che richiedano l'installazione di ponteggi.
2. La superficie pubblicitaria non può occupare più dell'80% della superficie del ponteggio ed è contenuta all'interno dell'area dei ponteggi funzionali ai lavori edilizi in corso; il ponteggio è parallelo alla facciata ed è fatto divieto di modificarne l'inclinazione per aumentare la visibilità della pubblicità o di ampliarlo al fine di ottenere maggiore superficie pubblicitaria a disposizione.
3. I ponteggi relativi a lavori edili che interessano facciate degli edifici soggetti a tutela ai sensi del Codice dei Beni Culturali e del paesaggio di cui al D. Lgs. 42/2004, possono essere ricoperti con teli che riproducono il prospetto dell'edificio oggetto dell'intervento o l'immagine di una opera d'arte o di un'architettura attinente all'edificio stesso per il 50% della superficie del ponteggio, mentre la superficie destinata al messaggio pubblicitario non può superare il restante 50%; la superficie destinata al messaggio pubblicitario può ospitare, al suo interno, anche il logo di eventuali sponsor. Per i casi disciplinati nel presente comma è fatto salvo l'ottenimento della necessaria autorizzazione da parte della competente Soprintendenza.
4. E' consentita la pubblicità sulle recinzioni dei cantieri, purché integrata con uno studio dell'intera recinzione e senza arrecare pregiudizi ulteriori al decoro urbano o a terzi.
5. Non è consentita l'affissione direttamente sulle recinzioni anche se realizzate con steccati o lamiere ondulate o reti; l'affissione è consentita esclusivamente su plance realizzate in lamiera dotate di cornice e poste in opera in sicurezza.
6. Il Comune ha facoltà di utilizzare le recinzioni prospettanti su spazi di proprietà comunale e ponteggi di cantiere per le pubbliche affissioni; può altresì concedere - con modalità da stabilirsi caso per caso - l'utilizzo di recinzioni e ponteggi per affissioni di messaggi pubblicitari.
7. Gli impianti pubblicitari sulle recinzioni dei cantieri sono regolarmente spazati o raggruppati sui lati disponibili, senza sopravanzarne l'altezza e sono correttamente installati e mantenuti in modo da non pregiudicare la sicurezza della struttura alla quale sono ancorati e più in generale la sicurezza del

cantiere.

8. La pubblicità sui ponteggi edilizi privati è ammessa di norma durante il periodo di validità del titolo edilizio abilitativo e non oltre la validità del titolo autorizzatorio alla posa e mantenimento del ponteggio.

Art. 26 - Pubblicità sui cordoli dei marciapiedi

E' vietata l'apposizione di messaggi pubblicitari, non normati dal presente PGIP, sui cordoli dei marciapiedi.

CAPO III - NORME AMMINISTRATIVE

TITOLO I

AUTORIZZAZIONI, VIGILANZA E RIMOZIONI

Art. 27 - Autorizzazione ad installare gli impianti

1. La posa, collocazione od installazione di impianti o mezzi pubblicitari nonché ulteriori iniziative pubblicitarie devono essere preventivamente autorizzate dal Comune di Novara tramite il rilascio di provvedimento unico ai sensi dell'art. 7 del D.P.R. 160/2010.
2. In carenza di autorizzazione ovvero in caso di difformità dalla stessa, si applicano, per gli impianti posizionati sia su aree pubbliche sia su aree private, le sanzioni previste dal d.Lgs. n. 285/1992 e smi. e, in particolare, quelle previste dagli articoli 13 bis e 13 quater dello stesso decreto.
3. Fermo quanto previsto dall'art. 26 del D.Lgs. 285 del 30/04/1992, l'installazione di Impianti per pubblicità ordinaria è consentita previa richiesta ed ottenimento delle necessarie autorizzazioni degli Enti preposti, come di seguito indicato:
 - a) nel caso di impianti da porre in opera ai margini di Strade Comunali situate sia all'interno che all'esterno del perimetro del Centro Abitato, (così come definito al precedente art. 4), l'autorizzazione è richiesta allo sportello Suap;
 - b) nel caso di impianti da porre in opera ai margini di Strade Statali, Regionali o Provinciali che siano all'interno del perimetro del Centro Abitato, (come definito al precedente art. 4), l'autorizzazione è richiesta allo sportello Suap del Comune di Novara, che dovrà acquisire inoltre il Nulla Osta rilasciato dall'Ente proprietario della strada;
 - c) nel caso di impianti da porre in opera ai margini delle strade di cui alla precedente lettera b) che, sebbene ubicate all'interno del perimetro del Territorio Comunale non sono ricomprese all'interno del perimetro del Centro Abitato, l'istanza va presentata direttamente all'Ente Proprietario della Strada come previsto dall'Art. 53 DPR 495/92;
 - d) nel caso in cui l'impianto vada collocato lungo una strada, ma risulti visibile anche da un'altra strada di proprietà di Ente diverso, l'autorizzazione alla posa in opera è subordinata al preventivo Nulla Osta di quest'ultimo Ente;
 - e) nel caso in cui l'impianto sia posto lungo una sede ferroviaria e visibile anche da una strada, la collocazione dello stesso è soggetta ad autorizzazione delle Ferrovie dello Stato, previo Nulla Osta dell'Ente proprietario della strada, ferma restando comunque l'autorizzazione alla sua posa in opera da parte dello sportello Suap del Comune di Novara;
4. All'esterno del perimetro del Centro Abitato possono essere installati gli impianti classificati nel Titolo I del Capo II delle presenti NTA, purché abbiano caratteristiche conformi a quanto prescritto agli art.li 49 e 50 del D.P.R. 495/92.
5. All'interno del perimetro del Centro Abitato, fermo restando quanto

previsto dall'art. 49 del D.P.R. 495/92, possono essere autorizzati gli impianti classificati nel Capo II Titolo I delle presenti NTA, a condizione che le loro caratteristiche siano conformi a quanto stabilito in proposito dal PGIP per ciascuno di essi.

6. Il Comune di Novara procede all'applicazione dei tributi e/o canoni nonché di diversi ed ulteriori canoni di natura concessoria e non ricognitoria, nel rispetto delle norme vigenti in materia di occupazione del suolo pubblico e/o per l'uso e lo sfruttamento di impianti o di immobili di proprietà comunale.

7. Nel caso in cui l'impianto da installare insista su area o immobile di proprietà comunale, con un unico atto dirigenziale sarà rilasciata l'autorizzazione all'installazione e la concessione di suolo pubblico.

8. Ai fini del rinnovo dell'autorizzazione il titolare è tenuto a presentare 30 giorni prima della scadenza apposita istanza, corredata dalla dimostrazione della permanenza delle condizioni necessarie ad ottenere l'autorizzazione dell'impianto e da una dichiarazione attestante lo stato di manutenzione ed il permanere delle condizioni di sicurezza dello stesso impianto. Nelle more della conclusione del Procedimento di rinnovo il mezzo precedentemente autorizzato rimane esposto sino a conclusione procedimento di rinnovo.

9. E' vietata, durante il periodo transitorio, ogni installazione che possa costituire ostacolo visivo agli impianti pubblicitari preesistenti autorizzati o agli impianti pubblicitari preesistenti autorizzabili secondo la nuova disciplina.

10. Nel provvedimento di autorizzazione sono individuate le eventuali prescrizioni di natura tecnica necessarie per l'installazione o effettuazione dell'iniziativa pubblicitaria, il richiamo alle disposizioni da osservarsi nel caso in cui l'installazione comporti la manomissione del suolo pubblico o delle strutture, il richiamo all'assoggettamento all'imposta di pubblicità e la determinazione dell'eventuale canone dovuto. Il Provvedimento Unico per l'installazione di impianti pubblicitari è rilasciato facendo comunque salvi eventuali i diritti di terzi.

Il Provvedimento Unico è esibito, su richiesta del personale addetto alla vigilanza, dal titolare della stessa.

Art. 28 - Richiesta di autorizzazione per mezzi pubblicitari permanenti

1. La pubblicità ordinaria permanente, che non abbia carattere di affissione, può venir esposta esclusivamente attraverso i mezzi pubblicitari di cui al Capo I del Titolo III delle presenti NTA.

2. La pubblicità ordinaria permanente può venire esposta esclusivamente se conforme alla Tavola di Abaco Allegato B delle presenti NTA.

3. La richiesta di autorizzazione, che si configura come provvedimento Unico ai sensi dell'art. 7 del D.P.R. 160/2010, per l'installazione dei mezzi pubblicitari permanenti, è presentata allo sportello Suap del Comune di Novara, utilizzando il portale in uso, contenente la seguente documentazione tecnica:

- a) Estratto catastale con identificazione del mappale interessato dal posizionamento dell'impianto;
- b) Rilievo dettagliato dell'area del nodo, prossima all'impianto da installare;

- c) Progetto dell'installazione, con evidenziate le quote metriche di distanza dalla carreggiata, da altri cartelli o segnali di pericolo esistenti, da installazioni semaforiche e da altri impianti pubblicitari non oggetto di rimozione;
 - d) Georeferenziazione con coordinate WGS 84;
 - e) Tavola illustrativa o immagine fotografica del nuovo impianto, da cui si evincono chiaramente le dimensioni di ingombro, il colore e le dimensioni del messaggio pubblicitario ai fini del calcolo del canone unico patrimoniale;
 - f) Tabella riepilogativa relativa al rispetto delle prescrizioni Allegato B – abaco delle distanze.
4. In caso in cui la richiesta di autorizzazione non sia corredata dalla necessaria documentazione ed il richiedente non provveda alla regolarizzazione entro il termine perentorio di almeno 30 giorni, la richiesta stessa è dichiarata improcedibile;
5. Il rilascio/diniego del Provvedimento Unico avviene entro 60 giorni secondo quanto previsto dall'art. 53 del DPR 16/12/92, n. 495.
6. Il diniego del Provvedimento Unico deve essere adeguatamente motivato sotto il profilo tecnico.
7. L'autorizzazione ad installare impianti pubblicitari è personale e non cedibile ed ha durata massima triennale dalla data di rilascio, in conformità a quanto previsto al sesto comma dell'art. 53 del D.P.R. 495/92; essa è rinnovabile secondo le modalità stabilite dall'art. 28 delle presenti NTA per la durata massima prevista al quinto comma dell'art. 27 del D.lgs. 285/92.
8. Le istanze di richiesta per i mezzi permanenti devono essere presentate per singolo impianto.

Art. 29 - Richiesta di autorizzazione per mezzi pubblicitari temporanei

1. La pubblicità temporanea viene esercitata esclusivamente per mezzo di striscioni, locandine, stendardi, cartelli temporanei, segni orizzontali reclamistici, teli e/o pannelli pittorici monofacciali, impianti di pubblicità o propaganda temporanei di cui all'art.15, la cui esposizione non può superare i 90 giorni.
2. La richiesta di autorizzazione, che si configura come provvedimento Unico ai sensi dell'art. 7 del D.P.R. 160/2010, per l'installazione dei mezzi pubblicitari temporanei, è presentata allo sportello Suap del Comune di Novara, utilizzando il portale in uso, contenente la seguente documentazione tecnica:
- a) Scheda di ubicazione, con la quale verrà specificato, grazie all'ausilio di opportune fotografie o fotomontaggi, l'esatto posizionamento dell'impianto pubblicitario da installare nel contesto architettonico e paesaggistico;
 - b) Scheda tecnica dell'impianto pubblicitario, contenente tutte le caratteristiche relative all'impianto da installare, che devono essere conformi a quelle indicate nell'Allegato "A" alle presenti NTA;
 - c) Bozzetto pubblicitario da esporre.

- d) Tabella riepilogativa relativa al rispetto delle prescrizioni Allegato B – abaco delle distanze.
3. Le richieste di installazione di mezzi pubblicitari temporanei e di autorizzazione di pubblicità temporanea devono essere presentate almeno 30 giorni prima dell'inizio della esposizione pubblicitaria.
4. Le istanze presentate per i mezzi temporanei, fino ad un massimo di 15 posizioni, possono essere presentate in forma raggruppata se il periodo di esposizione è il medesimo. Anche nel caso di presentazione raggruppata gli elaborati da presentare dovranno essere per singola posizione.

Art. 30 - Collocazione di mezzi pubblicitari in prossimità di Beni paesaggistici e sottoposti a vincolo

1. Nei luoghi sottoposti a vincolo panoramico, a vincoli di tutela di bellezze naturali e paesaggistiche, a vincolo storico, artistico o archeologico, o in prossimità di edifici e luoghi di interesse storico artistico o archeologico, secondo quanto previsto dal D.Lgs. n. 42 del 22/01/2004, salvo i casi di esclusione, è vietata la posa in opera di cartelli o altri mezzi pubblicitari, se non previa autorizzazione dell'Ente preposto alla tutela del vincolo o dell'amministrazione competente, nel rispetto di quanto previsto dagli artt. 49 e 146 del D.Lgs. n. 42 del 22/01/2004 e D.P.R. 31/2017.

Art. 31 - Obblighi del titolare dell'autorizzazione

1. Gli impianti pubblicitari, sono installati nel rispetto dei seguenti criteri di carattere generale:
- a) Salvaguardia delle esigenze di sicurezza della circolazione stradale;
 - b) Posa in opera "in allineamento" con i pali pubblici e con quelli di altri impianti esistenti;
 - c) Divieto di ostacolare la visibilità dei segnali e degli impianti semaforici entro lo spazio di avvistamento.
2. L'installazione degli impianti pubblicitari è effettuata in modo da permettere la massima facilità di pulizia e di manutenzione degli stessi.
3. Nel caso sia necessario eseguire interventi di riparazione o modifica del marciapiede o del piano stradale che richiedano la temporanea rimozione degli impianti pubblicitari occupanti tali spazi, i titolari delle autorizzazioni per gli stessi impianti sono obbligati ad eseguirne la rimozione a proprie spese e sotto la propria responsabilità ed a provvedere alla successiva ricollocazione in loco, con le modifiche eventualmente necessarie per il loro stabile e corretto riposizionamento; in caso di mancato rispetto delle disposizioni di cui al presente comma, l'autorità competente ordina la rimozione d'ufficio dell'impianto a spese del proprietario dell'impianto, fatto salvo la rimozione d'ufficio, a spese dello stesso in caso di inottemperanza.
4. La manutenzione ordinaria e straordinaria degli impianti pubblicitari è a totale carico del titolare dell'autorizzazione dell'impianto anche in caso di

danneggiamento da parte di terzi.

5. I danni a cose e/o persone causati dagli impianti pubblicitari sono a totale carico del titolare dell'autorizzazione, restando manlevato il Comune da ogni responsabilità al riguardo.

6. Il titolare dell'autorizzazione è obbligato a procedere alla rimozione degli impianti pubblicitari nel caso di decadenza o revoca dell'autorizzazione, di insussistenza delle condizioni di sicurezza o nel caso di motivata richiesta da parte del Comune o dell'Ente proprietario della strada.

7. Il titolare dell'autorizzazione ha l'obbligo di installare l'impianto entro 120 giorni dall'ottenimento del titolo autorizzativo.

Art. 32 - Divieti

1. Le prescrizioni di cui al presente articolo integrano i divieti previsti dalla normativa vigente in materia di pubblicità, con particolare riguardo al D.Lgs. 285/92 ed al D.P.R. 495/92.

2. Ai sensi del 1° comma dell'articolo 23 del D.Lgs. 285/92, lungo le strade o in vista di esse è vietato collocare cartelli, manifesti e impianti di pubblicità o propaganda, visibili dai veicoli transitanti sulle strade, che per dimensioni, forma, colori, disegno e ubicazione possano ingenerare confusione con la segnaletica stradale, ovvero possano renderne difficile la comprensione o ridurre la visibilità o l'efficacia, ovvero arrecare disturbo visivo agli utenti della strada o distrarne l'attenzione con conseguente pericolo per la sicurezza della circolazione; in ogni caso, detti impianti non devono costituire ostacolo o, comunque, impedimento alla circolazione delle persone invalide. Sono altresì vietati i mezzi pubblicitari rifrangenti, nonché le sorgenti e le pubblicità luminose che possano produrre abbagliamento.

3. E' vietata, fatto salvo quanto previsto dall'art. 20 bis del Regolamento comunale per l'applicazione del canone patrimoniale di concessione, autorizzazione o esposizione pubblicitaria, l'installazione di cartelli o di altri impianti di pubblicità su aiuole e/o rotonde spartitraffico. L'installazione di cartelli od altri impianti di pubblicità recanti il nome dello "sponsor" del verde pubblico (che si assume l'onere di eseguire su aiuole e/o rotonde spartitraffico i lavori di manutenzione necessari a garantirne il decoro e l'estetica), può essere consentita solo a seguito di stipula di convenzione tra l'Amministrazione e lo "sponsor", in deroga alle limitazioni previste dall'art. 51 comma 4 del DPR 495/1992.

La predetta convenzione può consentire l'installazione di cartelli aventi determinate dimensioni e caratteristiche estetiche e recanti il nome dello "sponsor" del verde pubblico. Il mezzo pubblicitario installato deve comunque avere caratteristiche idonee a non ostacolare la visibilità dei segnali stradali e a non arrecare intralcio o disturbo visivo ai conducenti dei veicoli e avere dimensioni non superiori a 40 cm per lato per ciascun cartello od impianto e, complessivamente, la superficie di 1 mq per ciascuna area verde o rotonda. In queste situazioni la convenzione sottoscritta con il Comune sostituisce il provvedimento autorizzatorio/concessorio necessario per installare impianti

pubblicitari ai sensi del presente Regolamento, nonché la dichiarazione ai fini dell'imposta sulla pubblicità di cui all'art. 8 del d.lgs. 507/93; sono esclusi dall'applicazione dell'Imposta i cartelli con dimensione inferiore a 300 cm quadrati.

4. E' vietata ogni opera o iscrizione che possa provocare danno al decoro dell'ambiente, turbi l'estetica, alteri elementi architettonici o limiti la visuale di sfondi architettonici o paesaggistici o il diritto di veduta dei vicini.

5. E' sempre vietata la collocazione degli impianti pubblicitari nei seguenti punti:

- a. sulle scarpate sovrastanti la carreggiata in terreni di qualsiasi natura, quando abbiano pendenza superiore a 45°;
- b. sui ponti e sottoponti non ferroviari;
- c. sui cavalcavia stradali e loro rampe;
- d. sui parapetti stradali, sulle barriere di sicurezza ed altri dispositivi laterali di protezione e segnalamento.

Art. 33 - Targhetta di identificazione

1. Su ogni impianto pubblicitario permanente è saldamente fissata in posizione facilmente visibile, a cura e spese del titolare dell'autorizzazione, una targhetta metallica incisa o serigrafata in modo indelebile, sulla quale sono riportati i seguenti dati:

- a) amministrazione rilasciante;
- b) soggetto titolare;
- c) numero dell'autorizzazione;
- d) via e numero civico o progressiva chilometrica e coordinate geografiche GPS;
- e) data di scadenza dell'autorizzazione.

2. La targhetta andrà sostituita ad ogni rinnovo dell'autorizzazione ed ogniqualvolta intervenga una variazione di uno o più dati in essa riportati.

Art. 34 - Distanze per l'ubicazione degli impianti pubblicitari dentro i centri abitati

1. All'interno del perimetro del Centro abitato è consentito il posizionamento degli impianti pubblicitari, in deroga a quanto previsto all'art. 51 - commi 4 e 6 del D.P.R. 495/92, sulla base delle prescrizioni dell'Allegato B "Abaco delle distanze".

Art. 35 Tolleranze

1. Per la valutazione di conformità degli impianti, sono ammesse tolleranze del 5% (cinque per cento) relativamente al rispetto delle distanze previste dall'Abaco.

2. Per tutto quanto non espressamente contemplato nelle presenti Norme si rimanda a quanto previsto dal D.Lgs. 30 aprile 1992, n. 285 e dal DPR 16 dicembre 1992, n. 495.

3. 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 piano.

Art. 36 - Occupazione dei marciapiedi e distanze dalla corsia di marcia

1. L'occupazione dei marciapiedi per l'installazione degli impianti pubblicitari è consentita nel rispetto di quanto previsto all'art. 20 del D.Lgs. 285/92.

2. All'interno del perimetro del Centro Abitato, l'occupazione dei marciapiedi per l'installazione degli Impianti Pubblicitari è consentita nel rispetto di quanto previsto al terzo comma dell'art. 20 del D.Lgs. 285/92 e di quanto previsto al quarto comma dell'art. 51 del D.P.R. 495/92, purché l'asse del palo sia posto in allineamento con i pali pubblici e/o con quelli di altri impianti esistenti. Il cordolo di coronamento del marciapiede, ove presente, deve restare inalterato e non deve essere interessato dall'installazione del palo. In assenza di marciapiede il posizionamento dei cartelli pubblicitari deve avvenire nel rispetto della distanza di 1,5 m dalla corsia di marcia.

3. L'installazione degli impianti pubblicitari è effettuata in modo da non costituire intralcio o impedimento alla circolazione dei pedoni e delle persone con ridotta capacità motoria; tali impianti sono posizionati in modo tale che la parte di marciapiede libera da esso abbia larghezza non inferiore a 1,5 m. Per impianti da posizionarsi su marciapiedi aventi larghezza pari o inferiore a 1,5 m la parte libera da esso non potrà essere inferiore a m 1,20.

CAPO IV - NORME TRANSITORIE

TITOLO I - ADEGUAMENTO ALLA NORMATIVA DEL PGIP

Art. 37 - Supporti provvisori

1. Non è consentita l'effettuazione di affissioni su supporti provvisori diversi da quelli previsti nelle schede tecniche allegate alle presenti NTA.

Art. 38 - Adeguamento di impianti e mezzi pubblicitari e nuove istanze per posa nuovi impianti

1. L'approvazione del PGIP non rende le collocazioni e posizioni degli impianti esistenti alla data di entrata in vigore dello stesso automaticamente autorizzate. E' necessario che gli interessati si dotino di tutti gli atti autorizzativi per la posa di nuovi impianti secondo le procedure di cui al Capo III.

2. Dalla data di entrata in vigore del PGIP ed entro 120 giorni dall'approvazione, al fine dell'adeguamento degli impianti esistenti i soggetti interessati devono provvedere a:

- a) nel caso di impianti/mezzi pubblicitari totalmente conformi alle norme del presente PGIP, muniti di autorizzazione o in pendenza di rinnovo, ed in possesso della regolarità tributaria ai sensi dell'art. 55 del Regolamento Generale delle Entrate di natura Fiscale e regolarità con i versamenti di qualsiasi natura relativi al Canone Unico patrimoniale, comunicare mediante dichiarazione redatta ai sensi della L. 445/90, che l'impianto risulti conforme trasmettendo nel contempo le coordinate gps del posizionamento;
- b) nel caso di impianti/mezzi pubblicitari conformi come posizionamento alle norme del presente PGIP ma non conformi come forma e colori, muniti di autorizzazione o in pendenza di rinnovo ed in possesso della regolarità tributaria ai sensi dell'art. 55 del Regolamento Generale delle Entrate di natura Fiscale e regolarità con i versamenti di qualsiasi natura relativi al Canone Unico patrimoniale, comunicare mediante dichiarazione, redatta ai sensi della L. 445/90, che l'impianto risulti conforme al posizionamento allegando le coordinate gps e l'impegno a rendere conforme la colorazione e la dimensione, entro la scadenza dell'atto autorizzativo;
- c) nel caso di impianti/mezzi pubblicitari non conformi come posizionamento alle norme del presente PGIP, muniti di autorizzazione o in pendenza di rinnovo ed in possesso della regolarità tributaria ai sensi dell'art. 55 del Regolamento Generale delle Entrate di natura Fiscale e regolarità con i versamenti di qualsiasi natura relativi al Canone Unico patrimoniale, provvedere alla presentazione di istanza di adeguamento, allegando la documentazione indicata dall'art. 28.
Nell'istanza dovrà essere indicata la nuova posizione e se trattasi di spostamento e adeguamento di mezzo già autorizzato.

- d) nel caso di impianti/mezzi pubblicitari con autorizzazione scaduta ma conformi come posizionamento alle norme del presente PGIP ed in possesso della regolarità tributaria ai sensi dell'art. 55 del Regolamento Generale delle Entrate di natura Fiscale e regolarità con i versamenti di qualsiasi natura relativi al Canone Unico patrimoniale, dovranno presentare istanza di adeguamento, allegando la documentazione indicata all'art. 28. In tale caso si applicherà la sanzione prevista dall'art. 41 c. 4 del presente PGIP.
- e) nel caso di impianti/mezzi pubblicitari privi di autorizzazione, gli stessi devono essere rimossi entro il termine perentorio di 90 giorni dalla data di entrata in vigore delle presenti norme.
Decorso tale termine, l'Amministrazione, ai sensi dell'art. 23 comma 13 ter e quater del Codice della strada, può provvedere d'ufficio a rimuovere l'impianto/mezzo addebitandone i costi al proprietario o, qualora lo stesso non fosse reperibile, al titolare del messaggio pubblicitario, con applicazione delle sanzioni previste dalla legge.
3. Se, tra gli impianti adeguabili, risulta un conflitto tra due posizioni oggetto di richiesta di adeguamento, la priorità viene concessa all'impianto avente la prima autorizzazione con data antecedente.
4. Alla data di entrata in vigore del PGIP, al fine di consentire l'adeguamento di cui ai precedenti commi, tutte le richieste di installazione di nuovi impianti/mezzi pubblicitari possono essere autorizzate solo se richieste successivamente ai 120 giorni dall'approvazione, tutte le nuove istanze presentate verranno sospese ed esaminate a decorrere dal centovesimo giorno dall'approvazione del presente PGIP.

TITOLO II

REVOCA, DECADENZA, SANZIONI, ABROGAZIONI E NORME TRANSITORIE E FINALI

Art. 39 – Revoca

1. L'autorizzazione è revocata quando:
- a) la permanenza dell'impianto contrasti con sopravvenute esigenze di interesse pubblico;
 - b) l'impianto pubblicitario rechi grave pregiudizio o rappresenti imminente pericolo a persone o cose;
 - c) l'impianto pubblicitario sia di impedimento alla regolare circolazione di veicoli e pedoni o all'esecuzione di lavori pubblici o di pubblico interesse;
 - d) l'autorizzazione sia stata rilasciata sulla base di elementi o dichiarazioni falsi o non veritieri;
 - e) non siano stati rispettati gli obblighi previsti dall'art. 32 comma 2 lettere b) e d) e dall'art. 30 comma 12;

- f) l'impianto installato risulti difforme da quanto autorizzato. L'autorizzazione rilasciata, infatti, riguarda esclusivamente l'impianto autorizzato come da progetto agli atti;
 - g) in tutti i casi in cui l'autorizzazione contrasti con le limitazioni e divieti del presente Piano;
2. Contestualmente alla revoca l'Amministrazione Comunale concede al titolare dell'autorizzazione un termine per procedere spontaneamente alla rimozione del mezzo o impianto, scaduto il quale, provvederà ai sensi di quanto stabilito dal Dlgs 285 del 30/04/1992.
3. Qualora si accerti che lo stato di manutenzione non sia più rispondente alle esigenze di decoro, staticità e sicurezza, l'Amministrazione comunale invita il titolare a provvedere tempestivamente e allorché non vi provveda spontaneamente nel termine assegnato, revoca l'autorizzazione e provvede alla rimozione d'ufficio del mezzo/impianto, addebitando le relative spese di rimozione e ripristino.

Art. 40 - Decadenza

1. Sono cause di decadenza dell'autorizzazione:
- a) la rimozione del mezzo/impianto in assenza di preventiva comunicazione agli uffici competenti;
 - b) la mancata installazione, entro 180 giorni dal rilascio dell'autorizzazione, del mezzo/impianto pubblicitario;
 - c) la cessazione dell'attività da parte della ditta intestataria dell'impianto o mezzo pubblicitario;
 - d) il mancato pagamento del canone dovuto, previa comunicazione dell'ufficio competente relativamente all'importo dovuto per l'annualità o, in caso di rateizzazione, il mancato pagamento di almeno due rate. L'esecutività dell'avviso di accertamento comporta l'avvio del procedimento di decadenza.
 - e) l'irregolarità tributaria ai sensi dell'art. 55 del Regolamento Generale delle Entrate di natura Fiscale e regolarità con i versamenti di qualsiasi natura relativi al Canone Unico patrimoniale.

Art. 41 - Sanzioni

1. Il Comune, a mezzo del Comando Polizia Locale e del Concessionario del servizio pubblicità, ove individuato, vigila sulla corretta osservanza delle disposizioni legislative e regolamentari riguardanti l'effettuazione della pubblicità e delle affissioni richiamate o stabilite dalle presenti NTA.
2. Le violazioni delle disposizioni di cui alle presenti NTA, comportano l'applicazione delle sanzioni previste dalle leggi e dai regolamenti vigenti in materia. Salvo quanto previsto dall'art. 23 del D.Lgs. 30 aprile 1992 n 285, le violazioni alle disposizioni di cui al primo comma comportano l'applicazione delle sanzioni previste ai sensi dell'art. 7 bis nel T.U. degli Enti Locali D.Lgs. n. 267 del 18/08/2000 nel rispetto dei principi fissati dal capo I sez. I e II della Legge 24 novembre 1981 n 689.

3. L'installazione di impianti in assenza o in difformità dell'autorizzazione comporta l'applicazione di quanto stabilito dagli artt. 28 e 39 del presente regolamento.

4. Nei casi di mancata richiesta di rinnovo entro i termini, ove l'installazione risulti conforme alla disciplina stabilita dal presente regolamento l'avente titolo può ottenere la sanatoria dell'intervento versando la somma di Euro 516,00, purché in regola con i contributi e il canone unico patrimoniale.

Art. 42 - Entrata in vigore e abrogazione norme regolamentari vigenti

1. Il PGIP e le presenti norme entreranno in vigore trascorsi 15 giorni dalla loro pubblicazione all'albo pretorio.

2. Da tale data sono abrogate, ove incompatibili, tutte le disposizioni contenute in altri regolamenti Comunali che disciplinano la materia di cui al presente Piano.

Art. 43 Norme finali

1. Per quanto non espressamente previsto dalle presenti NTA in materia di pubblicità ed Affissioni, si rinvia alle norme ed alle leggi vigenti in materia.

ALLEGATI:

- **Allegato A Schede tecniche impianti tipo;**
- **Allegato B Abaco delle Distanze;**
- **Tavola 01 01 Confine Comunale e limiti Centro Abitato;**
- **Tavola 02 01 Zonizzazione.**