



PIANO GENERALE DEGLI IMPIANTI PUBBLICITARI

COMUNE DI LEGNARO

Norme in deroga all'art. 23 del Nuovo Codice della Strada, D.Lgs. 30 Aprile 1992 n. 285, testo aggiornato con il D.Lgs. 10 Settembre 1993 n. 360 in vigore dal 1 Ottobre 1993 integrato con il Regolamento di attuazione e di esecuzione D.P.R. 16 Dicembre 1992 n. 495, aggiornato con il D.P.R. 16 Settembre 1996 n. 610.

NORME TECNICHE

Approvato con Delibera di Consiglio Comunale n. 65 del 20.12.2010

Modificato con Delibera di Consiglio Comunale n. 28 del 24.09.2013

INDICE

COMUNE DI LEGNARO	1
titolo I disposizioni generali	3
Art. 1 – principi generali	3
Art. 2 – struttura del Regolamento del PGIP	3
Art. 3 – definizione e classificazione delle strade	4
Art. 4 – definizione e delimitazione del centro abitato.....	5
Art. 5 – suddivisione del territorio comunale in zone omogenee.....	5
Art. 6 – definizione e classificazione dei mezzi pubblicitari.....	6
Art. 6 bis – classificazione dei mezzi pubblicitari in funzione della durata di esposizione.....	12
titolo II pubblicità esterna	13
Art. 7 – definizione e requisiti degli impianti per pubblicità esterna	13
Art. 8 – caratteristiche tecniche di riferimento degli impianti pubblicitari	14
8.1 Strutturali-costruttive	14
8.2 Estetiche	15
Art. 9 – disciplina delle installazioni nelle zone omogenee	15
Art. 10 – deroghe concesse alle distanze previste dall’art. 51 D.P.R. 495/92	15
Art. 11 – caratteristiche dei cartelli e mezzi pubblicitari luminosi entro i centri abitati - zone A, B e C.....	16
Art. 12 – criteri per l’installazione dei mezzi pubblicitari fuori dal centro abitato	16
Art. 13 – Ubicazione nelle stazioni di servizio e nelle aree di parcheggio	16
Art. 14 – Divieti	16
Art. 15 – targhette di identificazione	17
Art. 16 – vigilanza	17
titolo III LE PUBBLICHE AFFISSIONI	19
Art. 17 – definizione.....	19
Art. 18 – classificazione degli impianti per le affissioni	19
18.1 Tipologie.....	19
18.2 Destinazione d’uso	19
Art. 19 – caratteristiche tecniche e criteri di collocazione	20
titolo IV DISPOSIZIONI TRANSITORIE E FINALI	21
Art. 20 – norme transitorie	21
Art. 21 – entrata in vigore.....	21
Quadro normativo di riferimento	22
ALLEGATI	23

TITOLO I DISPOSIZIONI GENERALI

Art. 1 – principi generali

Il presente Regolamento del Piano Generale degli Impianti Pubblicitari, successivamente denominato PGIP, è adottato ai sensi e per gli effetti delle vigenti disposizioni legislative e delle linee guida previste dall'Amministrazione comunale in tema di collocazione degli impianti pubblicitari lungo ed in vista delle strade , su aree pubbliche o di uso pubblico.

Il PGIP individua le tipologie degli impianti pubblicitari e disciplina la loro localizzazione sul territorio comunale, tenuto conto delle esigenze di carattere sociale ed economico, delle esigenze di tutela ambientale e paesaggistica, delle esigenze di traffico e di sicurezza della circolazione stradale, della qualità dell'ambiente, dell'immagine della città e delle prescrizioni e vincoli imposti dagli strumenti urbanistici e dalla norme generali in materia di mezzi pubblicitari vigenti.

Le norme trovano applicazione nel campo dei mezzi della comunicazione pubblicitaria istituzionale e commerciale, così come classificata secondo il d.lgs. 15/11/93, n. 507

La segnaletica direzionale installata ai sensi dell'art. 134 del D.P.R. 495/92 e s.m.i., non è considerata mezzo pubblicitario ⁽¹⁾ per cui il suo utilizzo non è regolamentato dalle norme del Regolamento del PGIP ma esclusivamente da quanto prescritto dal Nuovo Codice della Strada ⁽²⁾.

Art. 2 – struttura del Regolamento del PGIP

Il Regolamento è articolato in n. 4 "Titoli" e relativi allegati.

Il "Titolo I" individua e definisce i criteri generali ai quali si farà riferimento per tutte le indicazioni riportate nei successivi Titoli.

Il "Titolo II" disciplina, all'interno dei diversi ambiti del territorio comunale così come individuati al precedente Titolo I, la collocazione dei mezzi pubblicitari in ambiente stradale ⁽³⁾.

Il "Titolo III" definisce invece la localizzazione sul territorio comunale degli impianti per le pubbliche affissioni ed il quantitativo, in osservanza del Regolamento comunale per l'applicazione dell'imposta sulla pubblicità e del servizio pubbliche affissioni ⁽⁴⁾.

Il "Titolo IV" detta le disposizioni finali e transitorie.

¹ vedi Risoluzione Min. Fin. n. 48/E/IV/7/609 del 1 Aprile 1996

² vedi art. 39 del c.d.s. e relativo Regolamento di esecuzione ed attuazione

³ fatto salvo le esclusioni di cui all'art. 1

⁴ ex d.lgs. 15/11/93, n. 507, art. 3 – approvato con deliberazione del C.C. n.86 del 29/09/1994

Art. 3 – definizione e classificazione delle strade

Poiché alcune norme contenute nel presente Regolamento sono applicabili o meno anche in funzione della tipologia della strada, per completezza si riportano le definizioni e la classificazione delle stesse come da art. 2 comma 2 del Nuovo Codice della Strada:

A. AUTOSTRADE

“Strada extraurbana o urbana a carreggiate indipendenti o separate da spartitraffico invalicabile, ciascuna con almeno due corsie di marcia, eventuale banchina pavimentata a sinistra e corsia di emergenza o banchina pavimentata a destra, priva di intersezioni a raso e accessi privati, dotata di recinzione e di sistemi di assistenza all’utente lungo l’intero tracciato, riservata alla circolazione di talune categorie di veicoli a motore e contraddistinta da appositi segnali di inizio e fine. Deve essere attrezzata con apposite aree di servizio ed aree di parcheggio, entrambe con accessi dotati di corsie di decelerazione e di accelerazione⁽⁵⁾.”

B. STRADE EXTRAURBANE PRINCIPALI

“Strada a carreggiate indipendenti o separate da spartitraffico invalicabile, ciascuna con elemento due corsie di marcia e banchina pavimentata a destra, priva di intersezioni a raso, con accessi alle proprietà laterali coordinati, contraddistinta dagli appositi segnali di inizio e fine, riservata alla circolazione di talune categorie di veicoli a motore; per eventuali altre categorie di utenti devono essere previsti opportuni spazi. Deve essere attrezzata con apposite aree di servizio, che comprendano spazi per la sosta, con accessi dotati di corsie di decelerazione e di accelerazione⁽⁶⁾.”

C. STRADE EXTRAURBANE SECONDARIE

“Strada ad unica carreggiata con almeno una corsia per senso di marcia e banchina.”

D. STRADE URBANE DI SCORRIMENTO

“Strada a carreggiate indipendenti o separate da spartitraffico, ciascuna con almeno due corsie di marcia, ed una eventuale corsia riservata ai mezzi pubblici, banchina pavimentata a destra e marciapiedi, con le eventuali intersezioni a raso semaforizzate; per la sosta sono previste apposite aree o fasce laterali estranee alla carreggiata entrambe con immissioni ed uscite concentrate⁽⁷⁾.”

E. STRADE URBANE DI QUARTIERE

“Strada ad unica carreggiata con almeno due corsie, banchine pavimentate e marciapiedi; per la sosta sono previste aree attrezzate con apposita corsia di manovra, esterna alla carreggiata.”

F. STRADE LOCALI

“Strada urbana od extraurbana opportunamente sistemata, ai fini di cui al comma 1 art. 2 del Nuovo Codice della Strada, non facente parte degli altri tipi di strade.”

⁵ Lettera così modificata dall’art. 1 del d.lgs. 10 settembre 1993, n. 360, in vigore dal 1 settembre 1993

⁶ Lettera così modificata dall’art. 1 del d.lgs. 10 settembre 1993, n. 360, in vigore dal 1 settembre 1993

⁷ Lettera così modificata dall’art. 1 del d.lgs. 10 settembre 1993, n. 360, in vigore dal 1 settembre 1993

Ai fini del PGIP ed in base alla classificazione così come definita dal codice (D.L.vo 285/92 art. 2) la tipologia delle strade ricadenti all'interno del centro abitato è la seguente:

Classificazione PGIP	TIPO
Strade urbane di quartiere	E
Strade locali	F

L'art. 2 del Nuovo Codice della Strada, comma 6, delega, inoltre, agli organi regionali competenti la classificazione amministrativa delle strade comunali esistenti e di nuova costruzione. Secondo le modificazioni apportate dall'art. 13 del d.lgs. n. 360/1993 all'art. 23, c. 6, d.lgs. 285/93, all'interno dei centri abitati, ma limitatamente alle strade di tipo E ed F, per ragioni di interesse generale e di ordine tecnico, il Comune ha la facoltà di concedere deroghe alle norme relative alle distanze minime per il posizionamento dei cartelli e degli altri mezzi pubblicitari ⁽⁸⁾, nel rispetto delle esigenze di sicurezza della circolazione stradale.

Art. 4 – definizione e delimitazione del centro abitato

Si definisce centro abitato l'insieme di edifici, delimitato lungo le vie di accesso dagli appositi segnali di inizio e fine. Per insieme di edifici si intende un raggruppamento continuo, ancorché intervallato da strade, piazze, giardini o simili, costituito da non meno di venticinque fabbricati e da aree di uso pubblico con accessi veicolari o pedonali sulla strada.⁽⁹⁾

Il comune ha provveduto con Delibera di Giunta Comunale n. 30 del 14.03.2013 alla delimitazione del centro abitato, ai sensi dell'art. 4 del D.lgs. 285/92. Ad essa è allegata idonea cartografia nella quale sono evidenziati i confini sulle strade di accesso.

Art. 5 – suddivisione del territorio comunale in zone omogenee

Dopo aver effettuato in loco un'analisi territoriale e dopo aver analizzato attentamente la tavola di azionamento del P.R.G. , si ritiene che le aree omogenee in cui è necessario suddividere il territorio comunale al fine di applicare le norme per l'installazione dei mezzi pubblicitari, siano le seguenti.

Zona A – Zone di pregio artistico-ambientale

parti di territorio interessate da elementi che rivestono carattere storico, artistico o di particolare pregio ambientale, comprese le aree circostanti che possono considerarsi, per tali caratteristiche, parte integrante degli elementi stessi .

⁸ come previsto dall'art.51 c. 4 del d.P.R . 495/92

⁹ vedi art. 3, c. 1, d.lgs 285/92

Zona B – Zona industriale e commerciale

parti di territorio destinate ad insediamenti produttivi per impianti industriali o artigianali , al commercio ed attività direzionale .

Zona C – Centro abitato

Questa zona individua tutte le aree perimetrate come centri abitati ai sensi del Nuovo Codice della Strada non rientranti nelle due sopracitate zone.

Zona D – Zona esterna al centro abitato

Questa zona individua tutte le aree non ricomprese nelle zone A,B,C. In quest' area sono recepite integralmente le norme di cui all'art. 23 del D.Lgs. 285/92 e relative norme di attuazione contenute nel D.P.R. 495/92 e s.m.i. I mezzi pubblicitari da collocare lungo ed in vista delle strade al di fuori del centro abitato, saranno pertanto sottoposti al rispetto della normativa prevista dal Nuovo Codice della Strada.

La suddivisione delle zone qui di sopra definite sono rappresentate nella tavola di azionamento presentata ***nell'allegato n. 1.***

Eventuali e successive modifiche alla perimetrazione del centro abitato saranno automaticamente recepite dal presente Piano e dall'allegata cartografia.

Art. 6 – definizione e classificazione dei mezzi pubblicitari

Con la definizione di *mezzo pubblicitario* si intende ogni forma di messaggio pubblicitario per la promozione di beni, servizi e attività commerciali, rivolta al pubblico e fisicamente effettuata a mezzo di strutture o manufatti collocati lungo o in vista delle strade. *Come precisato nell'art. 18 del Regolamento edilizio, tali tipologie non si configurano come interventi edilizi e sono oggetto di specifiche linee guide contenute nel presente Regolamento e qui di seguito elencate.*

I mezzi sono classificati in funzione della loro tipologia in recepimento delle indicazioni come da art. 47 del d.P.R. 495/92 e s.m.i.. La citata classificazione individua le seguenti categorie di mezzi pubblicitari:

1. insegna d'esercizio (art. 47 c. 1)

“Scritta in caratteri alfanumerici, completata eventualmente da simboli e da marchi, realizzata e supportata con materiali di qualsiasi natura, installata nella sede dell'attività cui si riferisce o nelle pertinenze accessorie alla stessa. Può essere luminosa sia per luce propria che per luce indiretta.”

2. preinsegna (art. 47 c. 2)

“Scritta in caratteri alfanumerici completata da freccia di orientamento ed eventualmente da simboli e marchi realizzata su manufatto bifacciale e bidimensionale, utilizzabile 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.”⁽¹⁰⁾

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. E' ammesso l'abbinamento sulla stessa struttura di sostegno di un numero massimo di sei preinsegne che abbiano le stesse dimensioni.

2.1 Indicatori commerciali di strada

Impianto da collocare esclusivamente in ambito di aree pedonali, utile per l'indicazione commerciale relativa alle traverse dell'asse pedonale principale. Gli indicatori commerciali di strada dovranno recare solo la ragione sociale e la specificazione dell'attività commerciale o artigianale senza ulteriori messaggi di carattere pubblicitario e merceologico. In alto dovrà essere riportato lo stemma del Comune ed il nome della strada, integrato all'occorrenza da freccia direzionale.

Le frecce d'indicazione hanno forma rettangolare e dimensioni di m 0,70 x 0,15.

3. cartello (art. 47 c. 4):

“Elemento mono o bifacciale vincolato al suolo da idonea struttura di sostegno o ad una costruzione in muratura o altro, esistente, finalizzato alla diffusione di messaggi pubblicitari o propagandistici, sia direttamente sia mediante utilizzo di altri elementi quali manifesti cartacei o simili.”

4. Striscione, locandina e stendardo (art. 47 c. 5)

“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.”

I suddetti mezzi pubblicitari sono finalizzati alla promozione di manifestazioni, spettacoli o eventi culturali, iniziative commerciali con esposizione limitata al periodo di svolgimento della manifestazione, spettacolo, o iniziativa a cui si riferisce oltreché alla settimana precedente e alle 24 ore successive.

Mezzi pubblicitari individuati dal PGIP appartenenti a questa categoria:

4.1 Striscione

¹⁰ Hanno forma rettangolare e dimensioni contenute entro i limiti inferiori di 1 x 0,20 m e superiori di 1,50 x 0,30 m. E' ammesso l'abbinamento su una stessa struttura di sostegno di sei preinsegne per ogni senso di marcia a condizione che le stesse abbiano le stesse dimensioni e costituiscano oggetto di un'unica autorizzazione

Elemento bidimensionale mono o bifacciale realizzato in materiale plastico (pvc) o in tela di cotone, senza aggiunte di carta o materiali non resistenti agli agenti atmosferici. Installato trasversalmente alla sede stradale a mezzo di cavi di fissaggio a parete o ad appositi supporti viene utilizzato per la promozione pubblicitaria in occasione di manifestazioni o spettacoli

4.2 Locandina

Elemento bidimensionale mono o bifacciale privo di rigidità, realizzato in materiale di qualsiasi natura, mancante di superficie di appoggio o comunque non aderente alla stessa, esclusivamente finalizzato alla promozione pubblicitaria in occasione di manifestazioni o spettacoli oltreché per il lancio di iniziative commerciali. Se posizionato sul terreno viene realizzato in materiale rigido.

4.3 Stendardo

Elemento bidimensionale mono o bifacciale realizzato in materiale plastico (pvc) o in tela di cotone, eventualmente dotato di un'apposita tasca per la collocazione di un manifesto cartaceo. Esso è caratterizzato dal particolare fissaggio solo su di un lato o comunque sventolante tipo bandiera. Viene utilizzato per la promozione pubblicitaria in occasione di manifestazioni o spettacoli oltreché per il lancio di iniziative commerciali.

5. Segno Orizzontale Reclamistico (art. 47 c. 6)

“Si definisce 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.

6. Impianto pubblicitario di servizio (art. 47 c. 7)

“Si definisce impianto pubblicitario di servizio qualunque manufatto avente quale scopo primario un servizio di pubblica utilità nell'ambito dell'arredo urbano e stradale (fermate autobus, pensiline, transenne parapetonali, cestini, panchine, orologi, o simili) recante uno spazio pubblicitario che può essere anche luminoso sia per luce diretta che per luce indiretta.”

Mezzi pubblicitari individuati dal PGIP appartenenti a questa categoria:

6.1 Palina di fermata dei mezzi di trasporto

Struttura mono o bifacciale avente per scopo primario quello di segnalare ed informare l'utenza sulle fermate e sugli orari. Detta struttura dovrà essere unica ove il luogo sia oggetto di fermata di più linee

6.2 Orologio

Orologio montato su palo o colonna contenente anche un supporto per messaggi pubblicitari che potrà essere luminoso, illuminato o privo di luce.

6.3 Transenna parapetonale

Struttura pubblicitaria mono o bifacciale, solidamente vincolata a barriere parapetonali, finalizzata alla diffusione di messaggi pubblicitari, direttamente con l'esposizione di elementi

come pannelli serigrafati o simili.

6.4 Bacheca

Impianto pubblicitario, con frontale trasparente, finalizzato a contenere al suo interno informazioni e messaggi pubblicitari di attività commerciali, all'esposizione di menù, tariffe e prezzi di pubblici esercizi o alberghi e/o per la propaganda dell'attività di enti pubblici e associazioni varie.

6.5 Impianto di promozione turistica

Struttura pubblicitaria mono o bifacciale che contiene una piantina della città per la conoscenza del territorio comunale nelle sue risorse artistiche, paesaggistiche, culturali, ecc.

6.6 Pensilina attesa autobus

Struttura integrata con pensilina di attesa mezzi pubblici, ad essa rigidamente vincolata avente per scopo primario quello di proteggere l'utenza in attesa alle fermate autobus. Il messaggio pubblicitario potrà essere luminoso, illuminato ovvero privo di luce, mono o bifacciale ed interessare le pareti laterali della pensilina

6.7 Cestino portarifiuti

Struttura integrata a cestino portarifiuti; ad esso rigidamente vincolata finalizzata alla diffusione dei messaggi pubblicitari, direttamente con l'esposizione di elementi come pannelli serigrafati o simili.

6.8 Portabicicletta

Impianto pubblicitario mono o bifacciale avente per scopo principale il parcheggio delle biciclette.

6.9 Segnalatore di servizio

Impianto pubblicitario con doppio pannello: il cassonetto superiore è destinato ad accogliere la segnalazione di un servizio pubblico (parcheggio, parco, poste, uffici pubblici ecc...) ed il cassonetto inferiore è a scopo promozionale.

6.10 Vetrofanie

Riproduzione su superfici vetrate, con pellicole adesive fisse, di scritte in caratteri alfanumerici, di simboli e di marchi, finalizzate alla diffusione di messaggi pubblicitari e/o propagandistici.

7 Impianti pubblicità e propaganda (art. 47 c. 8)

“Si definisce impianto di pubblicità e propaganda qualunque manufatto finalizzato alla pubblicità o alla propaganda sia di prodotti che di attività e non individuabile secondo 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”.

Tra questi si elencano, a solo titolo esemplificativo e non esaustivo:

7.1 Impianto a messaggio variabile o led luminosi

Elemento mono o bifacciale vincolato al suolo o a parete da idonea struttura di sostegno, caratterizzato dalla presenza di un cassonetto specificatamente realizzato per la diffusione di

messaggi propagandistici variabili. Può essere illuminato o luminoso per luce propria. Il periodo di variabilità nelle zone A, B e C, non potrà essere inferiore a 20 secondi.

7.2 Totem

Elemento multifacciale con idonea struttura di sostegno, finalizzato alla diffusione di messaggi a carattere socio-culturale, mediante esposizione diretta di elementi come manifesti o simili. Può essere luminoso, illuminato o privo di luce.

7.3 Mezzo pittorico

Elemento bidimensionale monofacciale privo di rigidità che può essere utilizzato

- teli pubblicitari di grandi dimensioni su ponteggi per lavori di manutenzione o ristrutturazione di monumenti e facciate di edifici
- decorazioni pubblicitarie da collocare sul fronte cieco degli edifici o dei muri di recinzione

Zona A

Telo su ponteggio: dovrà riportare in via preferenziale o il prospetto dell'edificio oggetto dell'intervento o l'immagine di una opera d'arte che ha attinenza con l'edificio o un'immagine con alto contenuto artistico. Il messaggio pubblicitario sarà inserito organicamente nella gigantografia e dovrà essere circoscritto in un riquadro che lo astrae da tutta la superficie dell'impianto;

Decorazione pubblicitaria: il messaggio pubblicitario dovrà essere posizionato nella parte inferiore dell'immagine e dovrà occupare una superficie non superiore al 20% della superficie totale della gigantografia.

Altre zone

Il messaggio pubblicitario può interessare tutta l'immagine.

7.4 cartello di cantiere *(art. 41 c. 6 del regolamento edilizio)* qualora contenga foto e/o disegni reclamizzanti l'intervento

Elemento mono o bifacciale vincolato al suolo da idonea struttura di sostegno posto all'interno del cantiere, visibile dall'esterno, contenente le seguenti indicazioni

- natura dell'intervento;
- nome del progettista, del direttore e dell'assuntore dei lavori e, ove occorre, del tecnico incaricato del calcolo statico e del responsabile della sicurezza;
- nome del titolare del titolo abilitativo;
- estremi dell'atto comunale;

Le caratteristiche tecniche delle diverse tipologie qui di sopra elencate sono riportate nelle schede tecniche facenti parte **dell'allegato n. 2**.

8 Pubblicità itinerante sui veicoli

La pubblicità sui veicoli è normata dall'art. 57 del D.P.R. 16/12/1992 n. 495.

La pubblicità non luminosa è consentita :

- per conto proprio su veicoli di proprietà dell'impresa o adibiti ai trasporti per suo conto
- per conto terzi su veicoli adibiti al trasporto pubblico (tram, autobus e simili)
- per conto terzi su veicoli adibiti al servizio taxi
- per conto terzi su veicoli ad uso speciale attrezzati per la pubblicità purché provviste di carrozzeria apposita che non consenta altri usi e nelle quali le cose trasportate non abbandonino mai il veicolo

L'apposizione di scritte e messaggi pubblicitari rifrangenti e' ammessa sui veicoli unicamente alle condizioni stabilite dal c. 4 dell'art. 57 del D.P.R. 16/12/1992 n. 495.

Le scritte, i simboli e la combinazione dei colori non devono generare confusione con i segnali stradali. 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.

9 Pubblicità Fonica o Sonora

Qualunque impianto tecnico idoneo ad effettuare la diffusione attraverso onde sonore di messaggi pubblicitari o propagandistici. Può essere effettuata in forma fissa o itinerante, con veicoli o senza. E' considerata pubblicità sonora anche quella effettuata a viva voce, quando per il particolare modo di effettuazione può essere assimilata alle forme di cui sopra, in tal caso con l'unica eccezione relativa alla assenza di attrezzature di amplificazione della voce.

L'effettuazione di tale formula pubblicitaria può essere autorizzata e diffusa unicamente per manifestazioni di carattere commerciale, politico, sportivo, culturale, sociale, religioso, di ordine pubblico e simili

Modalità di effettuazione:

- *fuori centro abitato*: è consentita nei giorni feriali dalle ore 09,00 alle ore 13,00 e dalle ore 16,30 alle ore 19,30. Deve essere autorizzata dall'ente proprietario della strada
- *dentro il centro abitato*: La pubblicità fonica entro i centri abitati è consentita unicamente in forma itinerante nei giorni feriali dalle ore 9,00 alle ore 13,00 e dalle ore 16,30 alle ore 19,00 ; la pubblicità fonica è comunque vietata all'interno della zona I e II così come individuate nella "zonizzazione acustica" del territorio comunale. Tale disposizione non si applica alla pubblicità elettorale. (Art. 15 del regolamento di attuazione approvato con D.C.C. n. 04/2007)
Deve essere autorizzata dall'ufficio competente

La pubblicità fonica o sonora non deve superare i limiti massimi di esposizione al rumore fissati dal Decreto del Presidente del Consiglio dei Ministri 1 marzo 1991.

Per la pubblicità elettorale si applicano le disposizioni dell'art. 7 della legge 24 aprile del 1975.

Art. 6 bis –classificazione dei mezzi pubblicitari in funzione della durata di esposizione

I mezzi pubblicitari considerati dal PGIP e come precedentemente definiti, sono inoltre classificati in funzione della durata del periodo di esposizione in:

Mezzi Temporanei

È definito “temporaneo” il mezzo pubblicitario che, indipendentemente dalla tipologia della struttura impiegata, abbia un’esposizione del messaggio di durata inferiore ai 90 giorni consecutivi dalla data di rilascio dell’ autorizzazione.

Appartengono a questa categoria i mezzi esplicitamente finalizzati all’esposizione di pubblicità relazionata a speciali eventi quali manifestazioni, spettacoli, mostre, fiere, vendite, offerte promozionali, ecc..

Ferme restando le norme dell’art. 51, comma 10, del Regolamento di esecuzione al Codice della Strada – D.P.R. n. 495/92, relative all’esposizione di striscioni, locandine e stendardi, le autorizzazioni per gli altri mezzi pubblicitari temporanei avranno, quindi, durata massima di 90 giorni consecutivi, e non saranno rinnovabili; gli impianti pubblicitari temporanei, alla scadenza dell’autorizzazione, dovranno quindi essere rimossi.

Mezzi Permanenti

È definito “permanente” il mezzo pubblicitario che, indipendentemente dalla tipologia della struttura impiegata, abbia un’esposizione del messaggio di durata superiore ai 90 giorni consecutivi dalla data di rilascio dell’autorizzazione.

TITOLO II PUBBLICITÀ ESTERNA

Art. 7 – definizione e requisiti degli impianti per pubblicità esterna

Con il termine di pubblicità esterna si intendono tutti quegli impianti pubblicitari collocati sia su suolo pubblico che privato usati per la diffusione di messaggi pubblicitari e non classificati come impianti per il servizio delle affissioni, di cui al titolo III del presente PGIP.

Riassumendo quanto esposto nell'art. 6 i mezzi pubblicitari si suddividono in:

PUBBLICITÀ ESTERNA permanente	DESCRIZIONE DEL MEZZO	Art. 47 del D.P.R. 16.12.1992 n. 495	Art. 6 del P.G.I.P
	insegna d'esercizio	c. 1	Punto 1
	preinsegna	c. 2	Punto 2
	indicatore commerciale		Punto 2.1
	cartello	c. 4	Punto 3
	palina di fermata dei mezzi di trasporto	c. 7	Punto 6.1
	orologio	c. 7	Punto 6.2
	Transenna parapetonale	c. 7	Punto 6.3
	bacheca	c. 7	Punto 6.4
	Impianto di promozione turistica	c. 7	Punto 6.5
	Pensilina attesa autobus	c. 7	Punto 6.6
	Cestino portarifiuti	c. 7	Punto 6.7
	portabiciclette	c. 7	Punto 6.8
	Segnalatore di servizio		Punto 6.9
	vetrofanie		Punto 6.10
	Impianto a messaggio variabile	c. 8	Punto 7.1

PUBBLICITÀ ESTERNA temporanea	DESCRIZIONE DEL MEZZO	Art. 47 del D.P.R. 16.12.1992 n. 495	Art. 6 del P.G.I.P
	Striscione, locandina e stendardo	c. 5	Punto 4
	totem	c. 8	Punto 7.2
	Mezzo pittorico	c. 8	Punto 7.3
	Cartello di cantiere	c. 8	Punto 7.4
	Pubblicità intinerante su veicoli	Art. 57	Punto 8
	Pubblicità fonica o sonora	Art. 59	Punto 9

I requisiti minimi che dovranno avere gli impianti per la pubblicità esterna sono i seguenti:

- sicurezza
- decoro
- funzionalità
- conformità alla normativa

SICUREZZA

I nuovi mezzi pubblicitari dovranno essere progettati, realizzati e posati in opera in modo tale da non arrecare pericolo o disturbo alla sicurezza stradale, sia veicolare che pedonale.

DECORO

I nuovi mezzi pubblicitari dovranno essere progettati in modo tale che la scelta dei materiali , dei colori e dei contenuti utilizzati nel bozzetto pubblicitario, tengano conto del contesto architettonico – paesaggistico - ambientale in cui dovranno essere inseriti.

FUNZIONALITÀ

I nuovi mezzi pubblicitari dovranno essere progettati, realizzati e posati in opera tenendo conto che diffondendo un messaggio pubblicitario devono essere facilmente visibili,essendo sottoposti agli agenti atmosferici e ad incidenti accidentali devono essere facilmente manutenibili ed essendo esposti all'esterno devono risultare elementi di arredo urbano e non elementi di disturbo rispetto all'esistente.

CONFORMITÀ ALLA NORMATIVA

I nuovi mezzi pubblicitari dovranno essere progettati, realizzati e posati in opera rispettando sia la normativa vigente di riferimento sia le norme previste dal presente PGIP.

Art. 8 – caratteristiche tecniche di riferimento degli impianti pubblicitari

8.1 Strutturali-costruttive

Tutti gli impianti da installare in modo permanente devono rispondere ad un unico criterio progettuale che tenga conto delle seguenti caratteristiche costruttive ed estetiche.

I cartelli, le insegne di esercizio e gli altri mezzi pubblicitari devono essere realizzati con materiali non deperibili e resistenti agli agenti atmosferici.

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.

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

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 del loro abbinamento, 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.

Al fine di garantire l'abbattimento delle barriere architettoniche gli impianti posti sui marciapiedi devono garantire un passaggio libero nel rispetto della normativa in materia.

8.2 Estetiche

Tutti gli impianti devono avere sagoma rettangolare o quadrata, che in ogni caso non può essere quella di disco, triangolo o ottagono. L'uso del colore rosso, deve essere limitato esclusivamente alla riproduzione di marchi depositati e non può comunque superare 1/5 dell'intera superficie del mezzo pubblicitario. Le strutture installate su aree pubbliche dovranno rispettare le specifiche tecniche contenute **nell'allegato 2**.

Il richiedente potrà proporre soluzioni che ottemperino in maniera equivalente ai requisiti indicati nell'allegato n. 2 purché rispondenti a esigenze di decoro, equilibrio e di uniformità delle installazioni.

Art. 9 – disciplina delle installazioni nelle zone omogenee

L'installazione degli impianti pubblicitari all'interno del centro abitato deve essere eseguita nel rispetto dei parametri distributivi indicati **nell'allegato n. 3**.

In questo allegato vengono individuate le tipologie dei mezzi ed impianti pubblicitari che possono essere collocati in ciascuna zona territoriale omogenea, come precedentemente identificata, all'interno o all'esterno del centro abitato.

Per quanto riguarda i messaggi pubblicitari esposti su tutto il territorio comunale dovranno essere assolutamente rispettati i principi di rispetto della dignità, del pubblico pudore, della decenza e di rispetto per la posizione delle persone che frequentano tale zona. L'Amministrazione Comunale si riserva la facoltà di consultare l'Autorità sulla Pubblicità per tutte quelle situazioni che presentano motivazioni di oltraggio ai principi di cui sopra ed esposti sull'intero territorio comunale:

Inoltre, ove si presentassero situazioni particolari e di pericolo, l'installazione verrà valutata con criteri diversi rispetto a quelli indicati nell'allegato n. 3 per tutelare la sicurezza pubblica e analizzati di volta in volta dal Comandante della Polizia locale di concerto con un responsabile dell'ufficio tecnico.

Art. 10 – deroghe concesse alle distanze previste dall'art. 51 D.P.R. 495/92

Sulla base di quanto contenuto nell'art. 23 comma 6 del Nuovo Codice della Strada, i comuni hanno la facoltà di concedere deroghe, all'interno dei centri abitati e limitatamente alle strade di tipo E ed F, alle norme relative alle distanze minime per il posizionamento dei cartelli e degli altri mezzi pubblicitari, sempre nel rispetto delle esigenze di sicurezza della circolazione stradale.

Il Regolamento di esecuzione ed attuazione del Nuovo Codice della Strada, art. 51 comma 4, stabilisce inoltre che la distanza dal limite della carreggiata, all'interno dei centri abitati, sia fissata dal presente regolamento, sempreché siano rispettate le disposizioni dell'art. 23, comma 1, del Nuovo Codice della Strada.

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

Nel caso in cui esistano, a distanza inferiore di quella prevista dalla carreggiata, altre costruzioni o alberi è ammesso il posizionamento in allineamento agli stessi.

Le distanze in deroga applicate all'interno del centro abitato per i mezzi pubblicitari sono elencate **nell'allegato n. 3**.

Art. 11 – caratteristiche dei cartelli e dei mezzi pubblicitari luminosi entro i centri abitati - zone A, B e C

Dentro i centri abitati si applicano le norme contenute nell'art. 50 del Regolamento di esecuzione del Codice della Strada D.P.R. 16.12.1992 n. 495, con la riduzione di 1/3 delle distanze ivi previste.

Art. 12 – criteri per l'installazione dei mezzi pubblicitari fuori dal centro abitato

Il territorio comunale esterno alla delimitazione del centro abitato (*ZONA D della nostra zonizzazione comunale*) rappresenta un'area nella quale sono recepite integralmente le norme di cui all'art. 23 del D.Lgs. 285/1992 (Nuovo Codice della Strada) e relativo Regolamento di esecuzione ed attuazione D.P.R. 16 Dicembre 1992 n. 495, con le modifiche introdotte dal DPR 16 Settembre 1996 n. 610.

Si applicano pertanto le distanze stabilite dall'art. 51 del D.P.R. n. 465 del 16.12.1992.

Art. 13 – ubicazione nelle stazioni di servizio e nelle aree di parcheggio

Nelle stazioni di servizio all'interno del centro abitato e fatte salve le prescrizioni previste per le zone omogenee, possono essere collocate insegne di esercizio, cartelli ed altri mezzi pubblicitari la cui superficie complessiva non superi il 10% delle aree occupate dalla stazione di servizio.

Nelle aree di parcheggio all'interno del centro abitato e fatte salve le prescrizioni previste per le zone omogenee, possono essere collocate insegne di esercizio, cartelli ed altri mezzi pubblicitari, la cui superficie non superi il 15% dell'area complessiva del parcheggio. Nelle aree di parcheggio è ammessa, in eccedenza alle superfici pubblicitarie computate in misura percentuale, la collocazione di altri mezzi pubblicitari abbinati alla prestazione di servizi per l'utenza della strada entro il limite di 2 mq per ogni servizio prestato.

Art. 14 – divieti

1. È vietato collocare o affiggere cartelli o altri mezzi di pubblicità sugli edifici, nelle aree tutelate come beni culturali ed in prossimità dei beni paesaggistici, salvo autorizzazione rilasciata dal Comune ai sensi della normativa in materia di circolazione stradale e del presente PGIP, previo parere favorevole della Soprintendenza sulla compatibilità della collocazione o della tipologia del mezzo di pubblicità con l'aspetto, il decoro e la pubblica fruizione dei beni tutelati.
2. È vietata la collocazione di mezzi pubblicitari che per dimensione, forma, colori disegno e ubicazione può ingenerare confusione con la segnaletica stradale, ovvero può rendere difficile la comprensione o ridurre la visibilità o l'efficacia con conseguente pericolo per la sicurezza della circolazione di persone invalide e dei velocipedi.
3. È vietato utilizzare alberi, pali adibiti ad altri usi o strutture provvisorie per l'apposizione di striscioni, stendardi, gonfaloni e bandiere e qualsiasi altro mezzo pubblicitario.
4. È proibita ogni scritta o insegna pubblicitaria all'interno dei veicoli 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.

5. È vietata la pubblicità effettuata mediante la sosta dei veicoli di cui all'art. 6, punto 8, sia su area pubblica che privata per un periodo superiore alle 48 ore. Su questi veicoli in sosta la pubblicità dovrà essere rimossa ovvero coperta in modo tale che sia privata di efficacia .
6. È vietato in modo permanente la pubblicità sonora nelle zone ospedaliere, case di riposo, nei pressi degli istituti scolastici limitatamente alle ore di lezione, cimiteri, luoghi di culto.
7. Non sono ammessi impianti pubblicitari lungo il lato sinistro di Via Romea – S.S. 516, dal Km 8+600 al Km 9+300.
8. È vietato mantenere in opera i sostegni degli impianti pubblicitari privi del pannello pubblicitario; la loro eventuale presenza, fatta salva la relativa sanzione per violazione alla presente norma, non sarà considerata ai fini del rilascio di altri impianti pubblicitari.

Art. 15 – targhette di identificazione

Su ogni cartello o mezzo pubblicitario autorizzato dovrà essere saldamente fissata, a cura e spese del titolare dell'autorizzazione, una targhetta preferibilmente metallica ed incisa oppure serigrafata in modo indelebile, posta in posizione facilmente accessibile e visibile, sulla quale sono riportati i seguenti dati

- amministrazione rilasciante;
- soggetto titolare;
- numero dell'autorizzazione;
- progressiva chilometrica del punto di installazione (se su strade Statali o Provinciali);
- data di scadenza dell'autorizzazione.

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

Art. 16 – vigilanza

Gli enti proprietari delle strade sono tenuti a vigilare, per mezzo del loro personale competente, sulla corretta realizzazione e sull'esatto posizionamento dei cartelli e degli altri mezzi pubblicitari rispetto a quanto autorizzato. Gli stessi enti sono obbligati a vigilare anche sullo stato di conservazione e sulla buona manutenzione dei cartelli e degli altri mezzi pubblicitari oltre che sui termini di scadenza delle autorizzazioni concesse. Qualunque inadempienza venga rilevata da parte del personale incaricato della vigilanza, dovrà essere contestata a mezzo di specifico verbale al soggetto titolare dell'autorizzazione che deve procedere entro il termine fissato. Decorso tale termine l'ente proprietario, valutate le osservazioni avanzate dal soggetto, entro quindici giorni, può provvedere d'ufficio, rivalendosi per le spese sul soggetto titolare dell'autorizzazione, oppure procedere alla rimozione dell'impianto in causa.

Limitatamente al disposto dell'art. 23, comma 3, del Nuovo Codice della Strada la vigilanza può essere svolta, nell'ambito delle rispettive competenze, anche da funzionari dei Ministeri dell'Ambiente e dei Beni Culturali, i quali trasmettono le proprie segnalazioni all'Ente proprietario della strada per i provvedimenti di competenza.

Tutti i mezzi temporanei e propagandistici che possono essere variati senza autorizzazione ai sensi dell'art. 53, comma 8 e 9, se non rispondenti al disposto dell'art. 23, comma 1, del Nuovo Codice della Strada, devono essere rimossi entro le quarantotto ore successive alla notifica del verbale di contestazione, a cura e spese del soggetto titolare dell'autorizzazione o del concessionario. In caso di inottemperanza si procede d'ufficio rivalendosi per le spese sul soggetto titolare dell'autorizzazione o del concessionario. Tutti i mezzi, esposti difformemente dalle autorizzazioni rilasciate, dovranno essere rimossi previa contestazione scritta, a cura e spese del soggetto titolare dell'autorizzazione, entro il termine fissato. In caso di inottemperanza si procede d'ufficio, rivalendosi per le spese sostenute sul soggetto titolare dell'autorizzazione.

TITOLO III LE PUBBLICHE AFFISSIONI

Art. 17 – definizione

Gli impianti per la pubblica affissione sono particolari impianti a ciò destinati, su cui vengono affissi, a cura del Comune, manifesti di qualunque materiale costituiti, contenenti comunicazioni aventi finalità istituzionali, sociali o comunque prive di rilevanza economica, e di messaggi diffusi nell'esercizio di attività economiche. Il servizio deve essere obbligatoriamente istituito nei comuni che abbiano una popolazione residente superiore a tremila abitanti; negli altri comuni il servizio è facoltativo.

Art. 18 – classificazione degli impianti per le affissioni

18.1 Tipologie

Stendardo per Affissioni.

Manufatto bidimensionale supportato da un'ideale struttura di sostegno, con una sola o entrambe le facce finalizzato esclusivamente alla sovrapposizione di Manifesti.

Tabella per affissioni.

Manufatto bidimensionale ancorato a muro, finalizzato esclusivamente alla sovrapposizione di Manifesti.

Poster per affissioni

Manufatto bidimensionale supportato da un'ideale struttura o applicato a muro, con una sola o entrambe le facce finalizzate esclusivamente alla sovrapposizione di manifesti di grande formato.

18.2 Destinazione d'uso

Impianti per affissioni istituzionali / sociali /necrologi

Rientrano in questa tipologia gli impianti preposti alla comunicazione, informazione e diffusione di messaggi o iniziative di interesse pubblico, effettuati da enti pubblici o di diritto pubblico o altri enti senza fine di lucro e gli impianti che sono utilizzati per le affissioni degli avvisi funebri e dei relativi ringraziamenti.

Impianti per affissioni commerciali

Rientrano in questa tipologia gli impianti adibiti all'esposizione periodica di messaggi pubblicitari.

Impianti per affissioni in esenzione

Il comune può destinare il 10% degli spazi totali delle affissioni per i manifesti di particolari soggetti quali lo Stato e gli enti pubblici territoriali, comitati, associazioni, fondazioni ed ogni altro ente che non abbia scopo di lucro, manifesti di attività politiche, sindacali e di categoria, culturali, sportive, spettacoli viaggianti (circensi) etc. con

l'esonero della tariffa sulla pubblicità e diritto sulle pubbliche affissioni. L'esenzione si applica alle affissioni negli appositi spazi, pari al 10% degli spazi totali (di ogni comune).

Impianti per affissione diretta

Rientrano in questa tipologia gli impianti assegnati direttamente a soggetti privati, diversi dal Comune e dai suoi concessionari.

Gli impianti saranno riservati ad uno specifico utilizzo che sarà evidenziato da una targhetta con indicazione " Affissioni Dirette" con il numero di individuazione dell'impianto.

Devono essere di tipo permanente.

Gli impianti affissionali saranno gli unici spazi sui quali, successivamente all'adozione del PGIP in via definitiva, sarà permessa l'affissione di manifesti.

Art. 19 – caratteristiche tecniche e criteri di collocazione

Le caratteristiche strutturali ed estetiche degli impianti per le pubbliche affissioni devono rispettare le norme contenute nell'art. 8.1 e 8.2 del presente PGIP e le specifiche tecniche contenute **nell'allegato 2.**

I criteri di collocamento di tali impianti nelle zone omogenee sono riportati **nell'allegato n. 3.**

TITOLO IV DISPOSIZIONI TRANSITORIE E FINALI

Art. 20 – norme transitorie

Le norme del presente PGIP si applicano a tutti i mezzi pubblicitari di nuova installazione; gli impianti pubblicitari installati sulla base di autorizzazioni in essere, all'entrata in vigore del presente PGIP e non rispondenti alle disposizioni dello stesso, dovranno essere adeguati alla nuova normativa al momento della richiesta di rinnovo delle stesse e, nel caso in cui non rispondessero ai nuovi requisiti, dovranno essere rimossi e collocati in altro tratto stradale disponibile solo dopo il rilascio di una nuova autorizzazione per la diversa posizione.

Eventuali modifiche o deroghe apportate al Codice della Strada e relativo Regolamento di esecuzione e attuazione, nonché alle normative vigenti in materia di pubblicità comportano l'adeguamento automatico del presente PGIP.

Art. 21 – entrata in vigore

Il presente PGIP viene adottato con delibera del Consiglio Comunale ed entra in vigore dalla data di esecutività del relativo provvedimento di approvazione.

Da tale data sono abrogate, ove incompatibili, tutte le disposizioni contenute in altri regolamenti comunali che disciplinano la materia di cui al presente PGIP. Il presente regolamento è suscettibile di variazioni o/o integrazioni su segnalazione del funzionario responsabile ed a seguito di approvazione del Consiglio comunale.

Tali modifiche se apportate entro il termine di approvazione del bilancio di previsione annuale, avranno decorrenza a partire dal 1 gennaio dell'anno a cui il bilancio si riferisce.

QUADRO NORMATIVO DI RIFERIMENTO

NORMATIVA NAZIONALE:

D.Lgs. n. 285 del 30/04/1992 e succ. mod." Nuovo codice della strada"

D.P.R. n. 495 del 16/12/1992 ""Regolamento di esecuzione e di attuazione del nuovo codice della strada"

D.Lgs. n. 360 del 10 settembre 1993 e s cc. mod. ." Nuovo codice della strada"

D.Lgs. n. 507 del 15/11/1993 modificato con L. 596/94 "Imposta comunale sulla pubblicità"

D.P.R. n. 610 del 16/09/1996 "Regolamento recante modifiche al decreto del Presidente della Repubblica 16 dicembre 1992, n. 495, concernente il regolamento di esecuzione e di attuazione del nuovo Codice della strada"

L. 241/90 "Nuove norme in materia di procedimento amministrativo e di diritto di accesso ai documenti amministrativi" (aggiornata con le modifiche introdotte dalla l. 15/2005 e dalla l. 80/2005)

D.P.R n. 503 del 24/07/1996, "Regolamento recante norme per l'eliminazione delle barriere architettoniche negli edifici, spazi e servizi pubblici"

Direttiva Ministero LLPP del 24/10/2000

D.Lgs. n. 42 del 22/01/2004 e smi "Codice dei beni culturali e del paesaggio"

D.Lgs. n.152 del 03/04/2006 ""Norme in materia ambientale""

D.Lgs. n. 163 del 12/04/2006 e smi "Codice dei contratti pubblici relativi a lavori, servizi e forniture"

Legge n. 244 del 24/12/2007 "Disposizioni per la formazione del bilancio annuale e pluriennale dello Stato"

D.Lgs. n. 81 del 09/04/2008 e smi " Testo Unico sulla Sicurezza sul lavoro"

Decreto Legislativo 30 giugno 2003, n. 196 "Codice in materia di protezione dei dati personali"

NORMATIVA COMUNALE:

Regolamento comunale per l'applicazione dell'imposta comunale sulla pubblicità e per l'effettuazione del servizio sulle pubbliche affissioni deliberato con C.C. n. 25 del 24/06/1994

Delimitazione del centro abitato approvato con Delibera di Giunta Comunale n. 30 del 14.03.2013

P.R.G. approvato con D.G.R.V. n. 3566/2006 e ss.mm.ii. e Delibera di Consiglio Comunale 31/2012

Regolamento Edilizio

Piano di classificazione acustica: regolamento di attuazione approvato con D.C.C. n. 04/2007

ALLEGATI

Allegato 1: Azzonamento territoriale

Allegato 2: Schede tecniche

Allegato 3: Prescrizioni di zona