



Piano Generale della Impiantistica Pubblicitaria



**Il Dirigente del Settore Affari
Generali Finanziari**
dott. Luigi PANUNZIO

L'impresa Esecutrice
Globe Srl - Bari

Annotazioni
Emissione Finale

Dicembre 2020

Indice

TITOLO I	5
DISPOSIZIONI GENERALI	
Art. 1 - Norme Generali	5
Art. 2 - Finalità del piano degli impianti pubblicitari	5
Art. 3 - Ambito di applicazione delle norme	5
Art. 4 - Criteri del piano degli impianti	6
TITOLO II	7
QUANTITA' DEGLI IMPIANTI – TIPOLOGIE, DEFINIZIONI, CARATTERISTICHE E UBICAZIONE DEI MEZZI PUBBLICITARI	
Art. 5 - Quantità degli impianti	7
Art. 6 - Tipologie dei mezzi pubblicitari	7
Art. 7 - Impianti di pubblicità varia	9
Art. 8 - Pubblicità permanente e temporanea	9
TITOLO III	10
TIPOLOGIA A - ESPOSIZIONI SEMPLICI	
Art. 9 - Locandine, manifesti, vetrofanie, scritte: definizione	10
Art. 10 - Ubicazione e zonizzazione delle esposizioni semplici	10
TITOLO IV	11
TIPOLOGIA B - INSEGNE, TARGHE, PREINSEGNE	
Art. 11 - Insegna di esercizio: definizione	11
Art. 12 - Ubicazione e zonizzazione delle insegne di esercizio	11
Art. 13 - Definizione ubicazione e zonizzazione delle Targhe	13
Art. 14 - Preinsegne: definizione	13
Art. 15 - Dimensioni e caratteristiche delle preinsegne	13
Art. 16 - Zonizzazione delle preinsegne	14
Art. 17 - Ubicazione delle preinsegne lungo le strade, e/o visibili da esse	14
TITOLO V	16
TIPOLOGIA C: CARTELLONISTICA	
Art. 18 - Cartello: definizione	16
Art. 19- Plance a muro: definizione	16
Art. 20 - Dimensioni e caratteristiche delle plance a muro	16
Art. 21- Zonizzazione delle plance a muro	18
Art.22 - Ubicazione delle plance a muro lungo le strade, e/o visibili da esse	18
Art. 23 - Plance autoportanti: definizione	18
Art. 24 - Dimensioni e caratteristiche delle plance autoportanti	18
Art. 25 - Zonizzazione delle plance autoportanti	19
Art.26 - Ubicazione delle plance autoportanti lungo le strade e piazze, e/o visibili da esse	20
Art. 27 - Affissioni in bacheca: definizione	21
Art. 28 - Dimensioni e caratteristiche delle bacheche	21
Art. 29 - Zonizzazione delle bacheche	21

Art. 30 - Ubicazione delle bacheche lungo le strade e piazze, e/o visibili da esse.	22
Art. 31 - Cartelloni: definizione	22
Art. 32 - Dimensioni e caratteristiche dei cartelloni	22
Art. 33 - Zonizzazione dei cartelloni	23
Art. 34 - Ubicazione dei cartelloni lungo le strade e piazze, e/o visibili da esse	23
Art. 35 - Quadri giganti: definizione	24
Art. 36 - Dimensioni e caratteristiche dei quadri giganti	24
Art. 37 - Ubicazione e zonizzazione dei quadri giganti	24
Art. 38 - Totem pubblicitari: definizione	25
Art. 39 - Dimensioni e caratteristiche dei totem pubblicitari	25
Art. 40 - Zonizzazione dei totem pubblicitari	26
Art. 41 - Ubicazione dei totem pubblicitari lungo le strade e piazze, e/o visibili da esse.	26
Art. 42 - Pubblicità a messaggio variabile e a messaggio animato: definizione	28
Art. 43 - Dimensioni e caratteristiche della pubblicità a messaggio variabile e a messaggio animato	28
Art. 44 - Zonizzazione della pubblicità a messaggio variabile e a messaggio animato	28
Art. 45 - Ubicazione della pubblicità a messaggio variabile e a messaggio animato lungo le strade e piazze, e/o visibili da esse	28
Art. 46 - Aree di addensamento pubblicitario	29
TITOLO VI	30
TIPOLOGIA D: STRISCIONI - STENDARDI - BANDIERE – FESTONI	
Art. 47 - Definizione di striscioni - stendardi - bandiere – festoni	30
Art. 48 - Dimensioni e caratteristiche di striscioni - stendardi - bandiere – festoni	30
Art. 49 - Zonizzazione di striscioni - stendardi - bandiere – festoni	31
Art. 50 - Ubicazione di striscioni - stendardi - bandiere – festoni lungo le strade e piazze, e/o visibili da esse	31
TITOLO VIII	32
TIPOLOGIA E: IMPIANTI DI SERVIZIO DI ARREDO URBANO	
Art. 51 - Definizione di impianti pubblicitari di servizio	32
Art.52 - Dimensioni e caratteristiche degli impianti pubblicitari di servizio	32
Art. 53 - Zonizzazione degli impianti pubblicitari di servizio	32
Art. 54 - Ubicazione degli impianti pubblicitari di servizio lungo le strade	33
TITOLO IX	34
TIPOLOGIA F: SEGNI ORIZZONTALI RECLAMISTICI	
Art. 55 - Segni orizzontali reclamistici: definizione	34
Art. 56 - Dimensioni e caratteristiche dei segni orizzontali reclamistici	34
Art. 57 - Zonizzazione dei segni orizzontali reclamistici	34
Art. 58 - Ubicazione dei segni orizzontali reclamistici lungo le strade e piazze, e/o visibili da esse	34
TITOLO X	35
TIPOLOGIA G - ULTERIORI COLLOCAZIONI PUBBLICITARIE	
Art. 59 - Pubblicità su ponteggi e recinzioni di cantieri	35
Art. 60 - Pubblicità sui chioschi e sulle edicole	37
Art. 61 - Pubblicità nelle stazioni di servizio e aree di parcheggio	37

Art. 62 - Impianti pubblicitari su lastrici solari	37
TITOLO XI	39
COLLOCAZIONE DEI MEZZI PUBBLICITARI	
Art. 63 - Criteri generali d'installazione	39
Art. 64 - Targhetta d'identificazione	40
Art. 65 - Dimensioni e caratteristiche dei mezzi pubblicitari: norme generali	41
Art. 66 - Caratteristiche generali dei mezzi pubblicitari luminosi	41
Art. 67 - Definizione delle strade e ubicazione dei mezzi pubblicitari	42
Art. 68 - Entrata in vigore e norma transitoria	43
ALLEGATO "A"	44
- Targhetta identificativa	44
- Schemi grafici delle tipologie dei mezzi pubblicitari	44
Elenco degli immobili vincolati (ai sensi del D.Lgs 42/2004)	51

TITOLO I

DISPOSIZIONI GENERALI

Art. 1 - Norme Generali

L'effettuazione della pubblicità nel territorio del Comune di Triggiano è disciplinata dal D.lgs n.507/93 e s.m.i. e dal Regolamento Comunale per l'Imposta sulla Pubblicità e Diritto sulle Pubbliche Affissioni approvato con D.C.C. n. 57 del 28/07/1994 e s.m.i. (in seguito indicato come Regolamento Comunale), dalle Norme Tecniche di Attuazione del presente piano e dagli elaborati grafici.

Art. 2 - Finalità del piano degli impianti pubblicitari

1. Finalità del Piano Generale degli Impianti Pubblicitari (che in seguito sarà denominato P.G.I.P.) è di regolamentare l'inserimento e le varie "forme pubblicitarie" salvaguardando l'uniformità di arredo e le caratteristiche architettoniche, artistiche e ambientali del tessuto urbano e paesaggistico del territorio comunale della città di Triggiano, nonché la sicurezza stradale, sia veicolare che pedonale.
2. Il P.G.I.P. disciplina in particolare le modalità e i criteri di installazione dei mezzi pubblicitari, con le relative condizioni, nel rispetto delle seguenti norme:
 - a) Nuovo Codice della Strada (D.lgs 285/92) e Regolamento di Attuazione ed Esecuzione del Nuovo Codice della Strada (DPR n. 495/92) – e loro seguenti variazioni e/o modificazioni –
 - b) Norme statali, regionali e comunali in materia di tutela e salvaguardia del patrimonio artistico ed ambientale e specificatamente: *D.Lgs n°42/2004*, Piano Paesaggistico Territoriale Regionale (P.P.T.R.), approvato con DGR n. 176 del 16/02/2015;
 - c) Piano Regolatore Generale di Triggiano,
 - d) Sulla base degli elaborati grafici, in fase di approvazione, che definiscono la nuova delimitazione del centro abitato ai sensi dell'art. 4 del D.lgs n°285/92, "Nuovo Codice della Strada".

Art. 3 - Ambito di applicazione delle norme

1. Il piano generale comunale per l'impiantistica pubblicitaria pubblica e privata a norma del D.lgs 15/11/1993 n.507 e del D.lgs 30/04/1992 n.285 e successive modifiche ed integrazioni si applica a tutto il territorio comunale secondo le disposizioni, i criteri di seguito riportati e le prescrizioni degli allegati e degli elaborati grafici di progetto.
2. Le norme di attuazione, gli elaborati grafici e gli allegati in seguito citati, costituiscono gli strumenti per la realizzazione del piano e ne fanno parte integrante.

Art. 4 - Criteri del piano degli impianti

Il P.G.I.P. è stato elaborato in base ai seguenti criteri:

1. La **Zonizzazione** del territorio comunale in aree omogenee, considerate tali in base alle caratteristiche storico-ambientali, urbanistico-architettoniche e/o commerciali; tali zone sono riportate nella "mappa di zonizzazione aree omogenee" o, per brevità, "zonizzazione" e divise in Tavole grafiche (cfr. allegati dalla TAV. n°01 alla Tav. n° 06).
 - **Zona A:** Il Centro Storico corrispondente alla Zona A1 e Zona A2 del P.R.G. così come individuata nelle tavole grafiche allegate;
 - **Zona B:** Restante parte del territorio comunale compresa nella perimetrazione del Centro Abitato e non inclusa nelle zone precedenti ;
 - **Zona C:** Le zone per attività produttive, così come individuate nelle tavole grafiche allegate;
 - **Zona D:** Restante parte del territorio comunale fuori dalla perimetrazione del Centro Abitato e non inclusa nelle zone precedenti.

E' opportuno precisare che in corrispondenza delle strade di confine tra una zona e l'altra sono operanti le prescrizioni meno restrittive.

Si tiene conto altresì della zonizzazione di cui al P.P.T.R., ai fini dell'individuazione delle zone vincolate ai sensi del D.Lgs n°42/2004 nonché le disposizioni pianificatorie che il Comune adotterà in materia ambientale.

2. La **Classificazione** dei mezzi pubblicitari per il Comune di Triggiano, costituita attraverso la definizione di "gruppi tipologici" d'impianto pubblicitario.
3. L'individuazione dei **limiti di installazione per le diverse tipologie di impianti** attraverso i quali il P.G.I.P., in completamento al Regolamento di Esecuzione ed Attuazione del Nuovo Codice della Strada, pone i vincoli, le variazioni e le deroghe da questi demandate al P.G.I.P.
4. Una zonizzazione con:
 - La delimitazione del Centro Abitato approvata con Deliberazione della Giunta Comunale N. 109 del 26/09/2020;
 - Ai soli fini dell'impiantistica pubblicitari le strade ricadenti nel territorio comunale sono state classificate come E e F (Art.2, comma 2, D.lgs n, 285 del 1992);

TITOLO II

QUANTITA' DEGLI IMPIANTI – TIPOLOGIE, DEFINIZIONI, CARATTERISTICHE E UBICAZIONE DEI MEZZI PUBBLICITARI

Art. 5 - Quantità degli impianti

1. La superficie complessiva di tutti gli impianti pubblicitari permanenti, eccettuate le insegne di esercizio, le targhe professionali, è stabilita in mq 2000 (duemila).
Dal censimento effettuato la superficie totale degli impianti rilevati è di circa 1450 mq per un totale di 271 impianti.
In rapporto al numero dei residenti, al momento dell'elaborazione del piano, la quantità complessiva degli impianti è pari a circa 5 mq ogni 1000 abitanti (1000*1545 /27000).
2. La superficie degli impianti delle pubbliche affissioni di proprietà comunale, rilevata durante il censimento, è di mq. 192. L'art. 18 del D.Lgs n°507/93 e s.m.i. prevede una superficie di 12 metri quadrati per ogni 1000 abitanti corrispondente ad una superficie minima da destinare di circa 320 mq. Per ottemperare alle prescrizioni, è necessario incrementare il numero di impianti per le pubbliche affissioni che verranno così suddivisi:
 - per affissioni di natura istituzionale e sociale e priva di rilevanza economica è di mq 110
 - per affissioni di natura commerciale, ovvero concessione temporanea di spazi affissionali di proprietà comunale a privati a titolo oneroso, è di mq 180
 - per affissioni dirette di natura istituzionale e sociale da parte dei soggetti di cui all'art. 20 del D.Lgs n° 507/93 è di mq 30
3. La superficie da destinare a pubblicità effettuata da privati su impianti propri di tipo "cartellonistica" è di mq 1450, di cui massimo 140 mq nella zona A.
4. La superficie da destinare a pubblicità espressa tramite elementi di arredo urbano, quali pensiline, paline, orologi, etc. è di mq 280.

Art. 6 - Tipologie dei mezzi pubblicitari

1. Qualsiasi mezzo pubblicitario posto in luogo pubblico o aperto al pubblico o da tali luoghi percepibile, è soggetto alle specifiche limitazioni di cui al presente regolamento.
2. In base al Regolamento di Attuazione ed Esecuzione del Codice della Strada, al D.Lgs. n° 507/1993 e D.Lgs. n°285/1992 (D.P.R. 495/92) che definiscono in termini generali i vari mezzi pubblicitari, il P.G.I.P. include ulteriori tipologie di impianto pubblicitario riconducibili per analogia a quelle sinteticamente descritte dal Codice della Strada, definendo i seguenti gruppi tipologici:

- **Tipologia A** - Tutti i mezzi, i sistemi e le tipologie di impianto pubblicitario definibili come "**esposizioni semplici**", locandine e manifesti, vetrofanie e scritte posti in opera direttamente su supporti quali vetrine, bacheche, tende e ombrelloni.
- **Tipologia B** - Tutti i mezzi, i sistemi e le tipologie di impianto pubblicitario, anche luminosi, definibili come "**insegne di esercizio, targhe**" " posti in opera direttamente su supporti murari o su strutture di sostegno, in aggancio o appoggio ad elementi presenti in ambito urbano e nel territorio, nonché "**preinsegne**"
- **Tipologia C** - Tutti i mezzi, i sistemi e le tipologie di impianto pubblicitario, anche luminosi, realizzati allo scopo di contenere i messaggi pubblicitari direttamente o con sovrapposizione di manifesti e definibili come "**cartellonistica**". Tali mezzi con superficie, minore o uguale a mq 2,80, saranno di seguito denominati "**plance**" e saranno distinti in riferimento alle modalità di collocazione: a muro, autoportante, su bacheca e affissioni diverse. Tutti i mezzi, i sistemi e le tipologie di impianto pubblicitario, anche luminosi, con superficie espositiva superiore a mq 2,80; saranno di seguito definiti come "**cartelloni**". In riferimento alle caratteristiche tipologiche, la cartellonistica si distingue altresì in "**quadri giganti, totem pubblicitari, pubblicità a messaggio variabile**".
- **Tipologia D** - Tutti i mezzi, i sistemi e le tipologie di impianto pubblicitario definibili come "**striscioni** " e "**stendardi** " oltre alla pubblicità tramite apposizione di "**bandiere**" e "**festoni**".
- **Tipologia E** - Tutti i mezzi, i sistemi e le tipologie di impianto pubblicitario definibili come "**impianti pubblicitari di servizio** " e aventi come scopo primario un servizio di pubblica utilità nell'ambito dell'arredo urbano e stradale (pensiline-fermata autobus, paline, orologi, servizi igienici, targhe viarie etc."), recanti uno spazio pubblicitario che può essere luminoso, sia per luce diretta che per luce indiretta.
- **Tipologia F** - Tutti i mezzi, i sistemi e le tipologie di impianto pubblicitario definibili come "**segni orizzontali reclamistici** " apposti direttamente sulla superficie del piano stradale.
- **Tipologia G** - Ulteriori collocazioni pubblicitarie quali "Pubblicità sui ponteggi e recinzioni di cantieri edili- Pubblicità sui Chioschi e nelle Edicole - Pubblicità nelle autostazioni e parcheggi – Pubblicità sui lastrici solari".

Art. 7 - Impianti di pubblicità varia

Non rientrano nelle quantità ammissibili dal presente P.G.I.P. altre forme o sistemi di pubblicità definibili come:

- 1) Pubblicità sui veicoli**
- 2) Pubblicità Fonica - Pubblicità con aeromobili**
- 3) Volantinaggio**

Tali mezzi pubblicitari sono disciplinati nel Regolamento della Pubblicità e delle pubbliche affissioni nonché dal Decreto Legislativo n. 507/93.

Art. 8 - Pubblicità permanente e temporanea

Si intende per impianto pubblicitario temporaneo il manufatto che, indipendentemente dal supporto impiegato per l'esposizione del messaggio, dalle caratteristiche costruttive e dalle modalità di posa in opera, non abbia carattere di oggettiva stabilità e comunque sia di durata in opera non superiore a tre mesi.

Le presenti disposizioni tecniche di attuazione sono applicabili agli impianti pubblicitari a prescindere dalla loro natura permanente o temporanea.

TITOLO III

TIPOLOGIA A - ESPOSIZIONI SEMPLICI

Art. 9 - Locandine, manifesti, vetrofanie, scritte: definizione

1. Per “locandine e manifesti” si intendono gli elementi bidimensionali riportanti scritte in caratteri alfanumerici o simboli, marchi anche di fatto, fotografie, grafici o disegni, realizzati con materiali non rigidi e di natura precaria, senza una superficie di appoggio o comunque non in aderenza alla stessa.
2. Per “vetrofanie” si intendono pellicole di materiale non rigido e di natura precaria, trasparenti e non, applicate su vetro, riportanti scritte in caratteri alfanumerici o simboli, marchi anche di fatto, fotografie, grafici o disegni.
3. Per “scritte” si intendono parole o frasi scritte in caratteri alfanumerici o simboli, marchi anche di fatto riportati o su cartelli o su insegne, tende e ombrelloni.

Art. 10 - Ubicazione e zonizzazione delle esposizioni semplici

1. L'installazione di locandine, manifesti, vetrofanie e scritte è consentita in tutte le Zone del Territorio con le seguenti limitazioni:
 - a) **Esposizioni a Muro**

Sono da considerarsi abusive, in base all'art. 51 comma 1 del Regolamento di Attuazione ed Esecuzione del Codice della Strada, le pubblicità realizzate con manifesti, locandine, vetrofanie e scritte, affisse direttamente sui muri delle recinzioni o sui prospetti degli edifici, collocate fuori o dentro il Centro Abitato.
 - b) **Esposizioni Precarie**

In tutto il territorio comunale, sia fuori che dentro i centri abitati, è vietata la collocazione di locandine, manifesti e scritte su supporti precari di qualunque tipo, posti in appoggio o ancoraggio su monumenti e fontane, su pali d'illuminazione o altri supporti d'impianti, su alberi, arbusti e siepi, recinzioni od altro ovvero collocati in modo tale da creare danno al decoro urbano, all'immagine ambientale e pericolo per la circolazione e la pubblica incolumità.
 - c) **Esposizioni nelle vetrine e altre esposizioni consentite**

E' consentita l'esposizione sia sulla superficie delle vetrine che all'interno degli esercizi commerciali di manifesti, locandine, vetrofanie. Le pubblicità mediante scritte su tende e ombrelloni sono consentite limitatamente al logo o ragione sociale dell'esercizio commerciale o pubblico esercizio.

TITOLO IV

TIPOLOGIA B - INSEGNE, TARGHE, PREINSEGNE

Art. 11 - Insegna di esercizio: definizione

1. Per “insegna di esercizio” si intende la scritta in caratteri alfanumerici, completata eventualmente da simboli e da marchi anche di fatto, realizzata e supportata con materiali adeguati, installata nella sede dell’attività a cui si riferisce o nelle pertinenze accessorie alla stessa.
2. Può essere luminosa sia per luce propria che per luce indiretta e deve essere realizzata con materiali non deperibili e resistenti agli agenti atmosferici.
3. Le strutture di sostegno devono essere calcolate per resistere alla spinta del vento secondo le normative vigenti, sia globalmente che nei singoli elementi, e comunque tenendo conto dell’art. 53 del DPR 495/92.
4. La tipologia, le finiture, i materiali e i colori, con particolare riferimento all’uso del colore rosso, devono avere caratteristiche tali da integrarsi con il contesto architettonico e non generare confusione con la segnaletica stradale.

Art. 12 - Ubicazione e zonizzazione delle insegne di esercizio

1. Nelle Zone “A” sono ammissibili solo insegne collocate sotto il controllo attento dell’Amministrazione Comunale e secondo un progetto che si coordini al pieno rispetto dell’architettura e del paesaggio urbano e del Codice della Strada e nel rispetto delle seguenti prescrizioni:
 - a) Le insegne devono essere realizzate in modo da non coprire elementi decorativi degli edifici, quali fregi, riquadri di porte finestre e balconi; inoltre devono essere contenute tra i limiti del singolo accesso;
 - b) In tutta la zona A sono consentite le insegne a bandiera con le seguenti prescrizioni:
 - I. l’insegna deve essere iscrivibile in un quadrato con il lato di cm.100, compreso l’ingombro di staffe e sostegni di ancoraggio e comunque le dimensioni deve essere contenute per garantire la compatibilità ambientale;
 - II. l’intradosso del mezzo pubblicitario deve avere un’altezza dal piano di calpestio di mt. 3 e la larghezza non deve superare i 2/3 della larghezza del marciapiede;
 - III. nel caso siano poste su strade prive di marciapiede, devono essere collocate con intradosso ad almeno mt 5,10 e devono distare almeno 50 cm dal limite della carreggiata, nel rispetto del Codice della Strada;
 - IV. la distanza dallo spigolo del fabbricato deve essere di almeno mt 1;
 - c) le insegne possono essere illuminate dall’esterno con apparecchi integrati con il contesto sia per tipologia che per qualità della luce;

- d) la tipologia, le finiture, i materiali e i colori devono avere caratteristiche tali da integrarsi con il contesto architettonico.

2. In tutte le altre Zone, le insegne devono essere realizzate nel rispetto delle seguenti prescrizioni:

- a) realizzazione in metallo o plexiglass o legno o altri materiali e posizionamento sia frontale che a bandiera;
- b) in tutti i casi devono essere rapportate alle dimensioni dell'edificio su cui vanno collocate, nonché alle strutture architettoniche dell'edificio stesso;
- c) la sporgenza massima delle insegne frontali deve essere di cm 35 dal filo muro;
- d) le insegne a bandiera installate su muri di edifici o su recinzioni sono consentite con le seguenti prescrizioni:

- I. l'intradosso del mezzo pubblicitario deve avere un'altezza dal piano di calpestio di mt. 3 e nel caso siano poste su strade prive di marciapiede devono essere collocate con intradosso ad almeno mt 5,10;

- II. la sporgenza massima dal filo muro non può essere superiore a mt 1,5 (compreso l'ingombro di staffe e sostegni) e comunque non può superare i 2/3 della larghezza del marciapiede;

- III. nel caso di strade senza marciapiede la sporgenza massima consentita è di mt 1 (compreso l'ingombro di staffe e sostegni), e la distanza minima dal limite della carreggiata è di 50 cm, nel rispetto del Codice della Strada;

- IV. la distanza dallo spigolo del fabbricato deve essere di almeno mt 1;

- e) Le insegne su palo sono vietate in quanto limitano la fruibilità degli spazi pubblici, con le seguenti eccezioni:

- I. in tutte le zone ad esclusione della zona A, sono consentite le insegne relative alle attività che non hanno un fronte su strada; in tal caso, se tali insegne di esercizio sono poste su suolo privato, sia il palo che la proiezione dell'ingombro dell'insegna devono ricadere all'interno dell'area privata e comunque fuori dalla carreggiata; se poste su suolo pubblico il formato dell'insegna dovrà essere al massimo di cm 70x100, e dovrà essere posizionata rispettando i limiti di cui alla precedente lettera d) punto 1; per le caratteristiche e l'ubicazione del palo valgono le prescrizioni del presente regolamento riferite alle plance autoportanti in quanto compatibili (vedi artt. 23 e 25);

- II. le insegne delle farmacie, ambulatori ed esercizi primari di pubblica utilità e pubblici servizi sono consentite se realizzate secondo le direttive emanate dagli enti preposti, anche in deroga alle disposizioni del punto precedente.

3. In tutte le zone sono vietate le insegne polifacciali; inoltre, sugli edifici e nelle

zone d'interesse paesaggistico vincolate ai sensi del D.Lgs 42/2004 l'autorizzazione è subordinata a quanto prescritto dal Decreto sopra citato.

Art. 13 - Definizione ubicazione e zonizzazione delle Targhe

1. Le “targhe” indicanti professioni, mestieri ed attività in genere, anche se esenti da imposta, sono consentite in tutte le Zone.
2. Esse devono essere collocate lateralmente alla porta d'ingresso dell'edificio stesso e nel caso in cui siano in numero superiore all'unità, devono essere allineate in senso verticale ed avere dimensioni, colori e materiali rigorosamente uniformi e integrati con le caratteristiche architettoniche dell'edificio.
3. Le dimensioni massime delle targhe sono: altezza cm 25, lunghezza cm 40 e spessore 5 cm.
4. Il procedimento autorizzativo per l'installazione di targhe su edifici vincolati ai sensi del D.Lgs. 42/2004, (vedi elenco immobili All. B) è subordinato a quanto previsto dal decreto stesso.

Art. 14 - Preinsegne: definizione

1. Per “preinsegna” si intende l'indicatore direzionale recante scritta con caratteri alfanumerici, simboli e marchi anche di fatto, completata da freccia di orientamento, realizzata su manufatto bifacciale e bidimensionale, utilizzabile su una sola o su entrambe le facce e supportata da una idonea struttura di sostegno.
2. La preinsegna è finalizzata alla individuazione direzionale della sede ove si esercita una determinata attività e viene installata in modo da facilitare il reperimento della sede stessa e comunque nel raggio massimo di 5 Km dalla stessa.
3. La preinsegna non può essere luminosa né per luce propria né per luce indiretta.

Art. 15 - Dimensioni e caratteristiche delle preinsegne

1. Le dimensioni indicate nelle disposizioni seguenti sono da intendersi riferite alla sola superficie espositiva, escluso i supporti: distanziatori e palo/i di sostegno.
2. I supporti dovranno essere adeguatamente dimensionati e calcolati in relazione alle superfici espositive e secondo le normative vigenti.
3. Le preinsegne devono essere realizzate in metallo e le scritte possono essere xerigrafate o realizzate con diciture adesive.
4. Le preinsegne singole devono avere forma rettangolare e dimensioni contenute in mt 1 di lunghezza e mt 0,20 di altezza o in mt 1,50 di lunghezza e mt 0,30 di altezza.
5. I supporti dell'impianto devono essere di colore grigio canna di fucile.
6. Su ogni impianto direzionale multiplo installato non possono essere collocate più di 6 tabelle per ogni senso di marcia (art. 48 –comma 3 DPR n. 495/92); può

essere prevista al vertice dell'impianto una tabella che identifichi l'area o la zona di collocazione dell'attività (di dimensione massima di mt. 1,00/1,50 di base e mt. 0,40/0,50 di altezza) con indicazione della relativa distanza.

7. Le preinsegne comunque devono essere installate su strade che conducono direttamente al luogo segnalato, e salvo casi d'impossibilità, a non oltre 5 km di distanza da esso.
8. L'altezza dal piano di calpestio del bordo inferiore dell'impianto multiplo deve essere di mt 1,50 e l'altezza totale non potrà superare i mt 4,00.
9. Nel caso di preinsegna singola l'altezza del bordo inferiore deve essere di mt 2,20 e il supporto dovrà essere costituito da un solo palo.
10. Ogni tabella direzionale deve essere collocata in armonia con le indicazioni direzionali delle altre tabelle e nel caso vengano aggiunte altre tabelle nel corso del tempo deve essere riorganizzata la distribuzione delle tabelle stesse nell'impianto direzionale multiplo.
11. Gli indicatori devono essere posti sempre sul margine destro della strada rispetto al senso di marcia degli autoveicoli; si potrà derogare a tale regola, consentendo quindi anche il raddoppio delle concessioni, solo nel caso che tali impianti si collochino all'interno di aree di sosta, parcheggi od autostazioni.
12. I colori di fondo dei singoli pannelli e delle lettere devono rispettare la normativa di cui agli artt. 78 e 134 del Regolamento di Attuazione ed Esecuzione del Nuovo Codice della Strada, relativa alla segnaletica stradale ivi comprese le segnalazioni turistiche.

Art. 16 - Zonizzazione delle preinsegne

1. Nella Zona A è vietata la pubblicità realizzata con tali sistemi, a meno che gli impianti non siano installati secondo un progetto unitario e coordinato, presentato da parte di gruppi di Esercenti o Associazioni pubbliche o private e verificato dall'Amministrazione Comunale.
2. Nelle Zone C (zone produttive Commerciali, Artigianali e Industriali) le preinsegne sono concesse se realizzate secondo impianti multipli anche se non totalmente occupati. Solo in casi eccezionali possono essere singole.
3. Nel resto del territorio è possibile installare impianti singoli nel caso di una sola attività commerciale e, ove si verifichi la presenza di più attività nel corso del tempo, è obbligatorio installare impianti multipli, in sostituzione del precedente impianto singolo, con spese da ripartire tra le Ditte interessate e con vincolo di solidarietà passiva nei confronti del Comune.

Art. 17 - Ubicazione delle preinsegne lungo le strade, e/o visibili da esse

1. Nel Centro Abitato, limitatamente alle strade di tipo E ed F, tali impianti possono essere collocati in corrispondenza degli incroci in qualunque posizione: perpendicolare, obliqua e parallela, purché non impediscano la visibilità della segnaletica stradale, ai sensi dell'art. 23 comma 6 del Codice della Strada e dell'art. 51 del D.P.R. n°495/92; per le altre strade valgono i limiti dell'art. 51 del Regolamento – D.P.R. n°495/92.
2. Fuori dal Centro Abitato, il posizionamento delle preinsegne in tutte le strade è

regolamentato dall'art. 51 – comma 13 del D.P.R n° 495/92.

3. In ogni caso il supporto dell'impianto e la proiezione dell'intero ingombro deve lasciare uno spazio di cm 50 dal bordo del marciapiede o dal limite della carreggiata in caso di assenza di marciapiede.

TITOLO V

TIPOLOGIA C: CARTELLONISTICA

Art. 18 - Cartello: definizione

1. Per “**cartello**” si intende un manufatto bidimensionale, supportato da una 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, manifesti, adesivi, ecc.
2. Può essere luminoso sia per luce propria che per luce indiretta e deve essere conforme a quanto previsto nell’art. 50 del Regolamento di Esecuzione ed Attuazione del Codice della Strada DPR n°495/92.
3. Deve avere sagoma regolare rettangolare e particolare cautela deve essere adottata nell’uso dei colori, specialmente del rosso e del verde e del loro abbinamento, al fine di non generare confusione con la segnaletica, specialmente in corrispondenza o in prossimità delle intersezioni.
4. La tipologia, le finiture, i materiali e i colori devono avere caratteristiche tali da integrarsi con il contesto architettonico.
5. Il cartello, la cui superficie espositiva (escluso la cornice e i supporti) è di dimensioni minori o uguali a mq 2,80, sarà di seguito definito “plancia”, mentre il cartello di dimensioni superiori a mq 2,80, sarà definito “cartellone”.

Art. 19- Plance a muro: definizione

1. Manufatto monofacciale su supporto murario che è finalizzato alla diffusione di messaggi pubblicitari o propagandistici direttamente o tramite sovrapposizione di manifesti cartacei o plastificati; la forma e le dimensioni devono essere coordinate e studiate per una corretta collocazione all'interno di superfici e/o riquadrature murarie e garantire un corretto rapporto di equilibrio visivo con il contesto urbano e/o paesaggistico circostante; le strutture e i supporti dell’impianto devono essere realizzate in accordo con il contesto architettonico, per materiali, colori e dimensioni.

Art. 20 - Dimensioni e caratteristiche delle plance a muro

1. Le dimensioni indicate nelle disposizioni seguenti sono da intendersi riferite alla sola superficie espositiva, escluso i supporti: cornici, distanziatori e palo/i di sostegno.
2. Per le plance a muro le dimensioni consentite sono soltanto quelle modulate in rapporto agli standards affissionali cm: 70x100, 100x140, 200x140, (orizzontali o verticali).

3. I supporti devono essere adeguatamente dimensionati e calcolati in relazione alle superfici espositive e secondo le normative vigenti.
4. Nel caso di plancia luminosa (di luce propria), lo spessore massimo consentito è di cm 20; nel caso di luce indiretta è consentita una maggiore sporgenza della sola sorgente luminosa fino a cm 50, ma sempre nel rispetto della pubblica incolumità e del decoro architettonico.
5. Le plance a muro devono essere posizionate ad una distanza non inferiore a mt 1,50 l'una dall'altra.
6. Sui muri di recinzione con decorazione o particolari architettonici possono essere inserite plance per affissioni a condizione che tutto lo sviluppo del muro verso la pubblica via sia coinvolto in un progetto che tenga conto delle dimensioni, dello zoccolo e/o cornici; in detto caso la superficie massima copribile deve essere inferiore al 50% della superficie totale, mentre l'altezza dei cartelli non potrà mai superare quella del muro.
7. I supporti per affissioni a muro devono avere una sporgenza massima di cm. 10; non sono ammissibili collocazioni di plance sovrapposte.
8. La distanza delle plance dallo spigolo dei fabbricati non può essere inferiore a mt 1.
9. La plancia a muro deve essere leggermente distanziata dalla parete in modo da permettere un minimo di ventilazione allo spazio retrostante il pannello ed impedire quindi fenomeni di condensa ed umidità stagnante.
10. Non sono ammesse collocazioni di plance che generino condizioni di pericolo per la pubblica incolumità; non è ammessa incuria nella collocazione e nella gestione degli impianti.
11. Tutti gli impianti di supporto per le affissioni devono essere ricondotti ad un modello unitario opportunamente verificato dal punto di vista delle caratteristiche cromatiche, delle finiture, del materiale utilizzato e del design, dai competenti uffici comunali: con forme tradizionali nella Zona A; in tutte le altre zone devono essere caratterizzati da linee e materiali più attuali e moderni di colore chiaro.
12. Le plance illuminate per luce indiretta devono avere organi illuminanti con caratteristiche, tipologie e colori coordinati con la struttura portante.
13. E' vietata l'installazione di impianti pubblicitari, installati a muro o su plance autoportanti in aderenza, sia a carattere stabile che provvisorio, su prospetti e recinzioni di immobili vincolati, sedi di culto e di Pubbliche Istituzioni, sulle recinzioni "a giorno" o rete metallica o elementi di delimitazione similari.

Art. 21- Zonizzazione delle plance a muro

1. Nelle Zone "A" sono ammissibili solo le plance di dim. cm 70x100, cm 100x140, e cm 140x200 collocate sotto il controllo attento dell'Amministrazione Comunale e secondo un progetto che si coordini al pieno rispetto dell'architettura e del paesaggio urbano.
2. Nelle restanti Zone sono consentite le plance di dimensioni cm 70x100, cm 100x140 e cm 140 x 200 (orizzontali o verticali) nel rispetto dei criteri presenti nel'Art. 20.

Art.22 - Ubicazione delle plance a muro lungo le strade, e/o visibili da esse

1. Fuori dal Centro Abitato in tutte le strade le plance devono rispettare le distanze previste dall'art. 51 commi 2 e 6 del Regolamento di Attuazione del Codice della Strada
2. Nel Centro Abitato devono essere soddisfatte le seguenti condizioni, in deroga all'art. 51 comma 4 del Regolamento di Esecuzione e Attuazione del Nuovo C.d.s. n°495/92, ai sensi dell'art. 23 del C.d.s. :
 - a) in caso di collocazione lungo le strade di Tipo E ed F e le relative fasce di pertinenza, le plance a muro devono essere poste in posizione parallela o perpendicolare al senso di marcia dei veicoli, in aderenza per tutta la loro superficie ai fabbricati, rispettando le distanze così di seguito riportate:

PRIMA E DOPO L'INTERSEZIONE (anche semaforizzata)	<i>mt</i>	12
PRIMA E DOPO I SEGNALI DI PERICOLO, DI PRESCRIZIONE E INDICAZIONE	<i>mt</i>	10
PRIMA E DOPO I PASSAGGI PEDONALI	<i>mt</i>	10
PRIMA E DOPO GLI IMBOCCHI DELLE GALLERIE, SOTTOPASSI, CAVALCAVIA E RELATIVE RAMPE	<i>mt</i>	20

- b) Sono fatte salve altresì le disposizioni di cui all'art.51 comma 6 del DPR 495/92 per gli impianti pubblicitari paralleli al senso di marcia posti in aderenza a fabbricati.

Art. 23 - Plance autoportanti: definizione

Manufatto bifacciale o monofacciale supportato da un'idonea struttura di sostegno, finalizzato alla diffusione di messaggi pubblicitari o propagandistici direttamente o tramite sovrapposizione di manifesti cartacei o plastificati.

Art. 24 - Dimensioni e caratteristiche delle plance autoportanti

1. Le dimensioni indicate nelle disposizioni seguenti sono da intendersi riferite alla sola superficie espositiva, escluso i supporti: cornici, distanziatori e palo/i di

sostegno.

2. Per le affissioni su plance autoportanti le dimensioni consentite sono soltanto quelle modulate in rapporto agli standard affissionali cm 70x100, 100x140, 200x140 (orizzontali o verticali).
3. I supporti devono essere adeguatamente dimensionati e calcolati in relazione alle superfici espositive e secondo le normative vigenti.
4. Tutte le plance devono essere collocate in modo tale che il bordo inferiore sia posizionato a non meno di mt.1,5 dal piano di calpestio, in accordo con l'art. 49 comma 5 del DPR 495/92 e il bordo superiore a non più di m.3,50.
5. Nel caso di plancia luminosa di luce propria, lo spessore massimo consentito è di cm 20; nel caso di luce indiretta può essere consentita una maggiore sporgenza della sola sorgente luminosa fino a cm 50, ma sempre nel rispetto della pubblica incolumità e del decoro architettonico.
6. L'impianto pubblicitario non deve costituire ostacolo alla marcia dei pedoni, né limitazione alla visibilità per gli automobilisti, né arrecare danno alla vegetazione.
7. Non sono ammesse collocazioni di impianti che generino condizioni di pericolo per la pubblica incolumità.
8. Tutti gli impianti devono essere ricondotti ad un modello di tipo unitario opportunamente verificato dal punto di vista formale da parte degli uffici comunali competenti.
9. Gli impianti bifacciali non possono risultare formati dall'accostamento di due impianti monofacciali, ma devono essere progettati e realizzati nelle forme idonee allo scopo.
10. Tali impianti devono essere in forme tradizionali nella Zone A, in tutte le altre Zone devono essere caratterizzati da linee e materiali più attuali e moderni di colore chiaro.
11. In tutte le strade e piazze le plance possono essere posizionate o solo verticali o solo orizzontali; è facoltà dell'Amministrazione prescrivere il posizionamento, tenuto conto della situazione preesistente.

Art. 25 - Zonizzazione delle plance autoportanti

1. Nelle Zone "A", sono ammissibili solo impianti di dim . 70x100, 100x140 e cm 140x200 collocati sotto il controllo attento dell'Amministrazione Comunale, nel pieno rispetto dell'architettura e del paesaggio urbano.
2. Nelle altre Zone sono consentite dimensioni maggiori nel pieno rispetto delle prescrizioni del presente regolamento.
3. In tutte le Zone, nelle piazze così come individuate dalla toponomastica, la superficie complessiva degli impianti non deve essere superiore all'1% della superficie della piazza.

Art.26 - Ubicazione delle plance autoportanti lungo le strade e piazze, e/o visibili da esse

1. Fuori dal Centro Abitato, in tutte le strade le plance autoportanti devono rispettare le distanze previste dall'art. 51 commi 2 e 6 del Regolamento di Attuazione ed Esecuzione del Codice della Strada.
2. Nel Centro Abitato devono essere osservate le seguenti prescrizioni:
 - a) E' vietata l'istallazione di plance autoportanti su marciapiedi di larghezza inferiore a mt 1,50.
 - b) Nel caso di marciapiedi di larghezza superiore a mt 1,50 le plance autoportanti parallele al senso di marcia devono essere posizionate ad una distanza dal cordolo del marciapiede di mt 0,50.
 - c) Le plance possono essere posizionate in senso perpendicolare al senso di marcia, ad una distanza dal cordolo del marciapiede di mt 0,50, solo su marciapiedi che consentano un passaggio pedonale libero di almeno mt 1,00.
 - d) La larghezza del passaggio pedonale e la distanza dal cordolo devono essere calcolate dal limite dell'ingombro effettivo della plancia.
 - e) E' consentita l'istallazione di plance su marciapiedi ad una distanza non inferiore a mt 1,50 dal fronte degli edifici e almeno ad una distanza di mt 1,50 dalla sporgenza dei balconi o delle pensiline. L'impianto non deve interferire con mezzi pubblicitari posti su edifici o muri di recinzione.
 - f) Sulle pertinenze di esercizio comprese tra carreggiate contigue non a raso (che costituiscono marciapiede) è ammessa l'istallazione di plance parallele al senso di marcia, unicamente nel centro abitato, con una distanza reciproca tra gli impianti di mt.10.
 - g) La distanza tra plance autoportanti posizionate in senso perpendicolare e gli altri impianti pubblicitari non deve essere inferiore a mt 10.
 - h) Su marciapiedi alberati, piazze e slarghi, le plance, ove siano di tipo luminoso, non devono determinare fenomeni di abbagliamento ed essere in contrasto con la tipologia della luce e lo stile degli organi illuminanti preesistenti.
 - i) In caso di collocazione di plance autoportanti, lungo le strade di Tipo E ed F e le relative fasce di pertinenza, devono essere soddisfatte le seguenti condizioni, in deroga all'art. 51 comma 4 del Regolamento di Esecuzione e di Attuazione del Nuovo C.d.s. n°495/92, ai sensi dell'art. 23 del C.d.s.:

PRIMA E DOPO L'INTERSEZIONE (anche semaforizzata)	mt 12
PRIMA E DOPO SEGNALI DI PERICOLO, DI PRESCRIZIONE E INDICAZIONE	mt 10
PRIMA E DOPO GLI IMPIANTI PUBBLICITARI	mt 10
PRIMA E DOPO I PASSAGGI PEDONALI	mt 10
PRIMA E DOPO GLI IMBOCCHI DELLE GALLERIE, SOTTOPASSI, CAVALCAVIA E RELATIVE RAMPE	mt 20

Art. 27 - Affissioni in bacheca: definizione

1. Manufatto bifacciale o monofacciale supportato da un'ideale struttura di sostegno, o posto in aderenza ad una parete, finalizzato alla diffusione di messaggi di comunicazione sociale, culturale e istituzionale, ovvero commerciale tramite apposizione di manifesti, giornali o locandine.
2. Possono essere realizzati con strutture a telaio semplice o apribile a compasso con cristallo del tipo antinfortunistico; la superficie del cristallo, all'interno della cornice di supporto perimetrale, deve essere unica e non suddivisa in riquadri.
3. L'autorizzazione per l'apposizione in bacheche monofacciali è vietata per attività commerciali indirizzate alla vendita di prodotti e/o servizi a scopo di lucro, fatta eccezione per quelle collocate in corrispondenza dell'attività.
4. La pubblicità commerciale è inoltre consentita solo per le bacheche di tipo bifacciale e solo da un lato, l'altro lato deve essere destinato a comunicazioni di tipo sociale, culturale e istituzionale.

Art. 28 - Dimensioni e caratteristiche delle bacheche

1. Le dimensioni indicate nelle disposizioni seguenti sono da intendersi riferite alla sola superficie espositiva, escluso i supporti: cornici, distanziatori e palo/i di sostegno.
2. Le bacheche devono avere le seguenti dimensioni: larghezza variabile (cm 140 o 200), altezza cm 140 e profondità massima di cm 25; devono essere illuminate con luci interne alla struttura. Il bordo inferiore della bacheca deve essere a non meno di mt 1,5 dal piano di calpestio del marciapiede.
3. Detti impianti devono essere in forme tradizionali nella Zona A, in tutte le altre Zone devono essere caratterizzati da linee e materiali più attuali e moderni.
4. I supporti devono essere adeguatamente dimensionati e calcolati in relazione alle superfici espositive e secondo le normative vigenti.
5. Per quanto concerne le tipologie, i colori e le modalità di installazione, le affissioni in bacheca devono attenersi a quanto prescritto dal presente regolamento per le affissioni su plance a muro o autoportanti.

Art. 29 - Zonizzazione delle bacheche

1. L'installazione di tali impianti è concessa in ogni Zona del territorio comunale a patto che non danneggino, nella loro collocazione, il decoro architettonico-ambientale e si inseriscano in piena armonia formale e cromatica con l'intorno fisico.
2. Le bacheche possono essere installate in prossimità di Sedi di Istituzioni per l'esposizione di manifesti e altro materiale informativo di carattere culturale o sociale.

Art. 30 - Ubicazione delle bacheche lungo le strade e piazze, e/o visibili da esse.

1. L'ubicazione lungo le strade a seconda della tipologia, è condizionata alle norme già citate per le plance a muro o le plance autoportanti del presente regolamento.

Art. 31 - Cartelloni: definizione

Sono definiti cartelloni tutti quegli impianti pubblicitari bifacciali o monofacciali, a muro o autoportanti, che superano mq 2,80 di superficie espositiva, finalizzati alla diffusione di messaggi pubblicitari o propagandistici direttamente o tramite sovrapposizione di manifesti cartacei o plastificati.

Art. 32 - Dimensioni e caratteristiche dei cartelloni

1. Le dimensioni indicate nelle disposizioni seguenti sono da intendersi riferite alla sola superficie espositiva, escluso i supporti: cornici, distanziatori e palo/i di sostegno.
2. In tutte le Zone, ove è consentito, i cartelloni delle dimensioni di cm 300x200, cm 400x300 e cm 600x300, non possono superare la superficie utile complessiva massima di 18 metri quadri per ogni lato di affaccio con un massimo di 2 lati di affaccio.
3. I supporti devono essere adeguatamente dimensionati e calcolati in relazione alle superfici espositive e secondo le normative vigenti.
4. I cartelloni devono essere collocati in modo tale che il bordo inferiore degli stessi sia posto a non meno di mt. 2,20 dal piano di calpestio; l'altezza massima da terra dell'impianto (compresi i supporti) deve essere minore o uguale a mt. 6, fatta eccezione per quei cartelli in aderenza ed ancoraggio a strutture murarie od impalcature di cantiere.
5. Nel caso di cartelloni luminosi di luce propria, lo spessore massimo consentito è di cm 40; nel caso di luce indiretta può essere consentita una sporgenza della sola sorgente luminosa fino a cm 100, ma sempre nel rispetto della pubblica incolumità e del decoro architettonico.
6. Gli impianti bifacciali non possono risultare formati dall'accostamento di due impianti monofacciali, ma devono essere opportunamente progettati e realizzati nelle forme idonee allo scopo.
7. I materiali costituenti la struttura portante devono essere realizzati in metallo, ancorati saldamente al suolo, adeguatamente dimensionati e calcolati per resistere alla spinta del vento secondo le normative vigenti.
8. Il cartellone deve essere sostenuto da un numero di pali minore o al massimo uguale a 3, dimensionati secondo le normative vigenti per resistere alla forza del vento.
9. Devono avere forma regolare rettangolare e particolare cautela deve essere adottata

nell'uso dei colori rosso e verde al fine di non generare confusione con la segnaletica stradale.

Art. 33 - Zonizzazione dei cartelloni

1. Nella Zona A è vietata la collocazione di cartelloni.
2. In tutte le altre Zone, fuori o dentro il centro abitato, è consentita la collocazione di cartelloni con le limitazioni previste nel presente piano e comunque nel rispetto del contesto ambientale, fermo restando altresì il limite dimensionale previsto dall'art. 48 del DPR n° 495/92.

Art. 34 - Ubicazione dei cartelloni lungo le strade e piazze, e/o visibili da esse

1. Fuori dal Centro Abitato in tutte le strade i cartelloni devono rispettare le distanze previste dall'art. 51 commi 2 e 6 del Regolamento di Attuazione del Codice della Strada.
2. Nel Centro Abitato devono essere soddisfatte le seguenti condizioni :
 - a) I cartelloni devono essere collocati solo in posizione parallela rispetto al senso di marcia dei veicoli e comunque ad una distanza non inferiore a mt 1 dal limite della carreggiata. E' pertanto vietata l'installazione di più di 2 impianti adiacenti o contigui.
Tale prescrizione è da intendersi anche per le disposizioni in "verticale" (l'uno sopra l'altro).
 - b) E' consentita l'installazione di cartelli ad una distanza non inferiore a mt 3 dal fronte degli edifici e che non interferisca con mezzi pubblicitari posti sugli stessi o sui muri di recinzione.
 - c) La distanza tra cartelloni, paralleli al senso di marcia, non deve essere inferiore a mt 10.
 - d) Solo in aderenza a muri ciechi è consentito il posizionamento perpendicolare al senso di marcia.
 - e) Solo i cartelloni posti in aderenza a muri ciechi o recinzioni o in casi assimilabili, possono essere posizionati ad una distanza non inferiore a mt 3 l'uno dall'altro.
 - f) Sulle zone o marciapiedi a spartitraffico, su marciapiedi alberati, piazze, e slarghi non sono consentiti cartelloni in qualsiasi posizione.
 - g) In caso di collocazione lungo le strade di Tipo, E ed F e relative fasce di pertinenza, devono essere rispettate le distanze di cui all'art.51 comma 4 del Regolamento di Attuazione del Codice della Strada, derogate ai sensi dell'art. 23 comma 6 del C.d.s., così di seguito riportate:

PRIMA E DOPO L'INTERSEZIONE (anche semaforizzata)	<i>mt</i>	12
PRIMA E DOPO SEGNALI DI PERICOLO, DI PRESCRIZIONE E INDICAZIONE	<i>mt</i>	10
PRIMA E DOPO I PASSAGGI PEDONALI	<i>mt</i>	10

- h) Sono fatte salve altresì le disposizioni di cui all'art. 51 comma 6 del DPR 495/92 per gli impianti pubblicitari paralleli al senso di marcia posti in aderenza a fabbricati.

Art. 35 - Quadri giganti: definizione

1. Possono essere realizzati collage affissionali giganti a più fogli, su telaio autoportante od ancorati a struttura muraria, di dimensioni maggiori di quelle consentite per le affissioni su cartelli a muro o autoportanti, in situazioni, occasioni o luoghi adatti, solo dopo attenta valutazione della documentazione di progetto da parte degli Uffici Comunali competenti; condizioni essenziali per l'approvazione sono che il soggetto ed il messaggio pubblicitario si integrino coerentemente e discretamente nell'architettura, nel paesaggio urbano e/o naturale e che vengano costantemente ed adeguatamente mantenuti in ottimo stato.
2. Possono essere ammesse anche soluzioni pubblicitarie, da realizzarsi con le tecniche della "pittura murale", dipinta anche con effetti "trompe l'oeil", a seconda dei casi, in relazione alla situazione edilizia ambientale e comunque fatti salvi i diritti dei terzi e la salvaguardia della pubblica incolumità.

Art. 36 - Dimensioni e caratteristiche dei quadri giganti

1. Possono essere ammessi impianti pubblicitari anche di grandi dimensioni a condizione che tutto lo spazio disponibile, percepibile dalla pubblica via, sia progettato nella sua interezza e non si proceda con successivi stralci improntati alla casualità.
2. La sporgenza dell'impianto dal filo muro non deve essere superiore a 50 cm. Nel caso tali mezzi siano di tipo luminoso è consentita la sporgenza della sola sorgente luminosa fino ad un massimo di mt 1,50.

Art. 37 - Ubicazione e zonizzazione dei quadri giganti

1. Nella Zona "A" è vietata l'installazione di quadri giganti.
2. In tutte le altre Zone possono essere installati quadri giganti sui frontespizi ciechi di edifici o sulle recinzioni, privi di decori e segni particolari di progetto nel rispetto delle seguenti prescrizioni:
 - a) E' in ogni caso vietata l'installazione di quadri giganti sugli edifici vincolati ai sensi del D.Lgs n° 42/2004.
 - b) L'installazione in ancoraggio agli edifici, non è consentita su balaustre ed inferriate decorate, su fregi, cornici o qualunque altro elemento architettonico atto a caratterizzare l'immagine compositiva nel suo insieme.

- c) Ove tali forme pubblicitarie verranno ad insediarsi, esse devono collocarsi sulla base di un progetto armonioso mirato al corretto inserimento morfologico, che tenga conto dell'approccio visivo prospettico.
- d) Tali affissioni giganti devono rispettare, con riferimento alle caratteristiche e alla collocazione, le regole date nelle presenti norme alla cartellonistica.

Art. 38 - Totem pubblicitari: definizione

1. Sono da considerarsi tali i manufatti che hanno caratteristiche volumetriche e che, per forma e dimensione, non rientrano nelle tipologie precedenti.
2. Tali impianti devono essere ancorati o sostenuti in modo tale che ne sia comunque garantita la stabilità, nel rispetto delle norme vigenti, con particolare riferimento alla spinta del vento.
3. Essi possono contenere uno o più messaggi pubblicitari secondo criteri formali, dimensionali e visivi del tutto originali.
4. I totem possono essere installati anche in modo da costituire punto di riferimento informativo stabile.
5. Essi devono essere oggetto di realizzazione particolarmente attenta a non provocare nello spazio pubblico situazioni di pericolo per i pedoni; le responsabilità per danni a terzi sono comunque in capo al titolare dell'impianto.

Art. 39 - Dimensioni e caratteristiche dei totem pubblicitari

1. Le dimensioni indicate nelle disposizioni seguenti sono da intendersi riferite alla sola superficie espositiva, escluso i supporti: cornici, distanziatori e palo/i di sostegno.
2. I totem devono avere le seguenti dimensioni massime (compresa la struttura portante): altezza di mt 4,50, larghezza di mt 2, profondità di mt 1,50 ; comunque dovranno rapportarsi al contesto urbano sia per i materiali e i colori che per le dimensioni e l'ingombro.
3. I totem ubicati in zone pedonali, devono avere un'altezza minore o uguale a mt 3, larghezza e profondità minore o uguale a mt 1,50 (compreso la struttura) e dovranno comunque essere rapportati al contesto urbano per forme e colori oltre che per le dimensioni e l'ingombro.
4. I supporti devono essere adeguatamente dimensionati e calcolati in relazione alle superfici espositive e secondo le normative vigenti.
5. La base di ancoraggio di un impianto pubblicitario, posizionato in area pedonale, non può subire variazioni di forma in aggetto sino ad un'altezza di mt 2,20 da terra, allo scopo di evitare intralcio o pericolo per i pedoni.

Art. 40 - Zonizzazione dei totem pubblicitari

1. I totem possono essere ubicati in tutte le Zone.
2. In tutte le zone devono essere caratterizzati da linee e materiali più attuali e moderni di colore chiaro.
3. Possono essere prese in considerazione soluzioni progettuali coordinate, proposte da gruppi economici, enti ed associazioni di rappresentanza sociale ed economica, che evidenzino soluzioni tecniche e formali coordinate anche in relazione ad un interesse di carattere collettivo.

Art. 41 - Ubicazione dei totem pubblicitari lungo le strade e piazze, e/o visibili da esse.

1. Fuori dal Centro Abitato, in tutte le strade, i totem devono rispettare le distanze previste dall'art. 51 comma 2, DPR 495/92
2. Nel Centro Abitato devono essere soddisfatte le seguenti condizioni, in deroga all'art. 51 comma 4 del Regolamento di Attuazione del Nuovo C.d.S. n°495/92, ai sensi dell'art. 23 del C.d.S.:
 - a) E' vietata l'installazione di totem su marciapiedi di dimensioni inferiori a mt 1,50.
 - b) Tali impianti devono essere sempre posizionati sui marciapiedi ad una distanza minima dal cordolo di mt 0,50 e devono lasciare un passaggio libero non inferiore a mt 1,5, al fine di consentire la fruizione ai pedoni e ai portatori di ridotta capacità motoria. La larghezza del passaggio pedonale e la distanza devono essere calcolate dal limite dell'ingombro effettivo del totem.
 - c) E' consentita l'installazione di totem ad una distanza non inferiore a mt 2,00 dal fronte degli edifici e ad almeno mt 1,50 dalla sporgenza dei balconi e delle pensiline degli immobili.
 - d) I totem non devono interferire con altri mezzi pubblicitari posti su edifici o muri di recinzione.
 - e) La distanza tra totem non deve essere inferiore a mt 10
 - f) Sulle pertinenze di esercizio comprese tra carreggiate contigue non è ammessa in ogni caso la collocazione di totem.
 - g) Su marciapiedi alberati, piazze e slarghi, i totem non devono determinare fenomeni di abbagliamento a causa del materiale riflettente e, se sono luminosi, non devono essere in contrasto con la tipologia della pubblica illuminazione.
 - h) In caso di collocazione lungo le strade di Tipo E ed F e relative fasce di pertinenza, i totem devono essere posti in posizione parallela o perpendicolare al senso di marcia dei veicoli, rispettando le distanze di cui all'art. 51 comma 4 del Regolamento di Attuazione del Codice della Strada,

derogate ai sensi dell'art. 23 comma 6 del C.d.S., così di seguito riportate:

PRIMA E DOPO L'INTERSEZIONE (anche semaforizzata)	mt	12
PRIMA E DOPO SEGNALI DI PERICOLO, DI PRESCRIZIONE E INDICAZIONE	mt	10
PRIMA E DOPO I PASSAGGI PEDONALI	mt	10
PRIMA E DOPO GLI IMPIANTI PUBBLICITARI	mt	10
PRIMA E DOPO GLI IMBOCCHI DELLE GALLERIE, SOTTOPASSI, CAVALCAVIA E RELATIVE RAMPE	mt	20

Art. 42 - Pubblicità a messaggio variabile e a messaggio animato: definizione

Tali impianti pubblicitari sono costituiti da elementi e mezzi che nel loro complesso possono essere assimilati alla cartellonistica o ai totem pubblicitari; la loro peculiarità dinamica risiede nella possibilità di mutare il messaggio nel corso del tempo; ciò può realizzarsi attraverso l'ausilio di sistemi automatici di tipo meccanico o con sistemi elettronico-digitali che, opportunamente interfacciati con una stazione di comando computerizzata, possono originare messaggi scritti, immagini monocromatiche, a colori, fisse o in movimento.

Art. 43 - Dimensioni e caratteristiche della pubblicità a messaggio variabile e a messaggio animato

1. In relazione ai limiti dimensionali ed alle caratteristiche, devono essere rispettate le norme previste per la tipologia di cartellonistica maggiormente assimilabile.
2. E' concessa la loro installazione nel rispetto e nella salvaguardia del patrimonio architettonico ambientale e del Codice della Strada.
3. Queste tipologie di impianto devono essere considerate nella loro dimensione e posizione spaziale in funzione della distanza e delle modalità di fruizione visiva, ovvero del mutare del messaggio stesso nel trascorrere del tempo e pertanto si deve attuare un'accurata valutazione dell'impatto visivo e collocazione ambientale.

Art. 44 - Zonizzazione della pubblicità a messaggio variabile e a messaggio animato

1. Nella Zona "A" è consentita l'installazione di impianti a messaggio variabile assimilabili alla tipologia totem, solo dopo attenta valutazione della documentazione di progetto da parte degli Uffici Comunali competenti.
2. In tutte le zone è altresì vietata la collocazione ad una distanza inferiore a mt 20 da edifici vincolati ai sensi D.Lgs n. 42/2004, da sedi di Enti Istituzionali, edifici religiosi e cimiteri.

Art. 45 - Ubicazione della pubblicità a messaggio variabile e a messaggio animato lungo le strade e piazze, e/o visibili da esse

1. Fuori dal Centro Abitato gli impianti pubblicitari di tipo variabile risultano soggetti all'art.51 comma 11 del Regolamento di Esecuzione e Attuazione del Codice della Strada, che vieta tali cartelli in posizione trasversale al senso di marcia dei veicoli se aventi un periodo di variabilità inferiore a 5 minuti ed in ogni caso deve rispettare tutte le specifiche di posizionamento indicate per la tipologia di "cartellonistica" assimilabile.
2. Nel Centro Abitato la variabilità del messaggio pubblicitario, per gli impianti posti in qualsiasi posizione rispetto al senso di marcia, non deve essere inferiore a 2

minuti.

Art. 46 - Aree di addensamento pubblicitario

Nelle aree a parcheggio e nelle aree immediatamente adiacenti agli ingressi di grandi centri commerciali, espositivi, sportivi o per il tempo libero, limitatamente alle zone B, C, ed D, con riferimento alla cartellonistica, è facoltà dell'Amministrazione consentire addensamenti pubblicitari con soluzioni originali ravvicinate, sovrapposte (altezza massima 8 m.) in modi o posizioni indipendenti dai parametri di distanza reciproca indicati nel presente piano.

S'intende per area immediatamente adiacente quella posta nel raggio di mt 20 dall'asse dell'ingresso.

Sono comunque fatte salve le limitazioni di cui all'art. 63 comma 8 del presente Piano Generale degli Impianti Pubblicitari – Norme Tecniche di Attuazione e di cui all'art. 20 comma 3 del Codice della Strada.

TITOLO VI

TIPOLOGIA D: STRISCIONI - STENDARDI - BANDIERE – FESTONI

Art. 47 - Definizione di striscioni - stendardi - bandiere – festoni

1. Elementi bidimensionali realizzati in materiale di qualsiasi natura privo di rigidità e mancante di una superficie di appoggio, finalizzato alla promozione pubblicitaria di manifestazioni e/o spettacoli di pubblico interesse o a contenuto commerciale, a carattere temporaneo collegato all'evento.
2. Possono essere in tela di cotone impermeabile, in tela plastificata, in pvc.
3. Possono essere illuminati con luce indiretta e realizzati in accordo alle seguenti ulteriori specifiche.

Art. 48 - Dimensioni e caratteristiche di striscioni - stendardi - bandiere – festoni

1. Le dimensioni possono essere variabili e non devono interferire con la visibilità e non costituire pericolo per la sicurezza stradale; a tal fine devono essere verificate dagli uffici competenti.
2. Per la messa in opera degli "striscioni" a cavallo degli assi viari è assolutamente vietato l'utilizzo (quale supporto di aggancio ed ancoraggio) di pali di pubblica illuminazione, di pali tranviari e/o di qualsiasi altro mezzo tecnico funzionale di uso pubblico
3. Il mezzo pubblicitario può agganciarsi solo a sostegni impiantati ad hoc o a facciate edilizie prospicienti, a patto che vengano fatti salvi i diritti di terzi e vengano rispettati i più ampi criteri di sicurezza pubblica - relativamente al traffico ed alla prospettiva visiva - e salvaguardia del patrimonio architettonico, ambientale, urbano e paesaggistico.
4. Nel caso in cui l'ancoraggio è previsto su prospetti di edifici, alla documentazione tecnica di progetto per il rilascio dell'Autorizzazione deve essere allegato il consenso dei proprietari.
5. La collocazione degli "striscioni", simmetrica rispetto alla mezzzeria della strada, deve risultare perpendicolare al senso di marcia dei veicoli; la parte inferiore del supporto pubblicitario deve avere un'altezza minima da terra di 5,10 metri; la distanza tra striscioni non deve essere inferiore a 50 metri.
6. L'esposizione di "striscioni e stendardi" è ammessa solo nel periodo di svolgimento della manifestazione o dello spettacolo o dell'evento cui si riferisce la pubblicità, durante la settimana precedente e nelle 24 ore successive.
7. E' vietata qualsiasi forma di pubblicità appesa ai balconi e sui parapetti degli stessi sotto forma di "festoni e bandiere" eccetto che per brevi periodi, in occasione di manifestazioni temporanee e con forme e colori adatte all'ambiente architettonico e

paesaggistico in cui si collocano.

Art. 49 - Zonizzazione di striscioni - stendardi - bandiere – festoni

1. Gli "striscioni" attraverso le vie non sono ammessi nelle Zone "A"; tali tipologie pubblicitarie sono consentite nelle altre Zone in occasione di manifestazioni a carattere temporaneo quali fiere campionarie, congressi, mostre, gare sportive, eventi di pubblico interesse o di carattere commerciale.
2. Gli "stendardi", caratterizzati da una maggiore compatibilità ambientale (da verificarsi in sede progettuale per forma, dimensione e colori) possono essere inseriti anche nelle Zone "A" ed anche su elementi architettonici limitatamente a manifestazioni o eventi commerciali di carattere temporaneo, purché i colori siano in armonia con il contesto urbano, la tipologia per forma si adatti al contesto architettonico, il supporto (proprio, su palo, sulle facciate, sui balconi, sui pilastri dei portici) sia studiato attentamente in funzione di ogni particolare situazione ed il telo sia preferibilmente in cotone impermeabile o pvc telato di colore chiaro ed a superficie opaca.
3. Le "bandiere", per la loro peculiarità, sono ammesse per occasioni temporanee; è comunque vietata l'installazione di bandiere a carattere pubblicitario nelle Zone "A" e "B"; sia le bandiere, che gli elementi che le sostengono, devono essere costituiti da materiali resistenti agli agenti atmosferici, realizzati con strutture calcolate a vento secondo le normative vigenti, colorate in modo da rispettare il decoro della città e posizionate in luoghi che non siano di intralcio al traffico veicolare e poste in situazione di riposo ad un' altezza maggiore di 3,50 m per le vie o zone pedonali, e di 5,10 m per le strade percorse da autoveicoli.
4. I "festoni" possono essere inseriti in tutte le Zone ed anche su elementi architettonici, limitatamente a manifestazioni di carattere temporaneo, purché la loro collocazione sia studiata attentamente in funzione di ogni particolare; possono anche essere accettate soluzioni trasversali alle vie, adatte a periodi legati a particolari manifestazioni o eventi commerciali, purché esista un progetto unitario atto a consentire una valutazione complessiva dell'intervento; l'altezza minima da terra in zone pedonali sarà di m 3,50, mentre su strade carrabili sarà di m 5,10 e la collocazione, simmetrica rispetto alla mezzera della via, dovrà essere perpendicolare al senso di marcia dei veicoli.
5. Alla fine della manifestazione devono essere rimossi tutti i sostegni, gli ancoraggi e qualsiasi altro elemento utilizzato per l'esposizione; saranno a totale carico del soggetto che ha richiesto l'Autorizzazione tutte le opere necessarie al ripristino dello stato dei luoghi.

Art. 50 - Ubicazione di striscioni - stendardi - bandiere – festoni lungo le strade e piazze, e/o visibili da esse

1. Fuori e dentro il Centro Abitato devono essere soddisfatte le condizioni di cui all'art. 51 comma 10 del Regolamento D.Lgs 495/92.

TITOLO VIII

TIPOLOGIA E: IMPIANTI DI SERVIZIO DI ARREDO URBANO

Art. 51 - Definizione di impianti pubblicitari di servizio

1. Sono definiti impianti pubblicitari di servizio tutti i mezzi, i sistemi e le tipologie di impianto pubblicitario che per forma, installazione e funzione entrano in stretto rapporto con gli elementi di arredo urbano e che nell'insieme svolgono, in parte, una funzione o un servizio di pubblico interesse.
2. Non sono autorizzate collocazioni di mezzi pubblicitari inseriti su fioriere, transenne parapetonali, cestini portarifiuti e panchine.
3. Tutti gli altri elementi di arredo, quali pensiline, paline, contenitori per la raccolta differenziata o cassonetti, chioschi, edicole, orologi, servizi igienici, supporti informativi, ecc..., possono prevedere l'installazione di messaggi pubblicitari solo se facenti parte di una linea progettuale e di design unitaria con forme, colori e materiali in totale armonia con lo spazio urbano in cui sono collocati.
4. L'Amministrazione Comunale si riserva la facoltà di individuare, mediante progetti unitari estesi ad aree urbane omogenee, le tipologie degli elementi di arredo con funzione di mezzo pubblicitario. L'installazione e gestione deve comunque essere affidata mediante procedura di evidenza pubblica. Detti impianti sono comunque soggetti alle norme generali di installazione previste nel presente regolamento e alle ulteriori specifiche degli articoli seguenti.

Art.52 - Dimensioni e caratteristiche degli impianti pubblicitari di servizio

1. Tali impianti pubblicitari devono uniformarsi a quelli che per tipologia, forma, dimensione e caratteristiche risultano ad essi più simili (cartelloni, plance, totem, od altro) e comunque il loro inserimento deve tener conto della funzionalità dell'elemento di arredo, nel rispetto dell'ambiente circostante.
2. Possono essere presentate proposte progettuali di inserimento di tali elementi anche per iniziativa privata, purché basate su programmi, sistemi e mezzi congruenti all'interesse collettivo e non in contrasto con iniziative comunali; essi comunque saranno oggetto di attenta analisi e valutazione da parte degli organismi pubblici di competenza e saranno regolamentati da un'apposita convenzione tra il soggetto privato ed il Comune di Triggiano.

Art. 53 - Zonizzazione degli impianti pubblicitari di servizio

1. Per gli impianti pubblicitari di servizio valgono le stesse limitazioni e zonizzazioni previste per le tipologie similari descritte nei precedenti articoli.
2. Le altre tipologie d'impianti di servizio non assimilabili alle precedenti, possono essere ubicate in tutte le Zone, purché il progetto di realizzazione tenga conto del contesto ambientale circostante, sia per gli ingombri che per le caratteristiche

architettoniche.

Art. 54 - Ubicazione degli impianti pubblicitari di servizio lungo le strade

1. Fuori dal Centro Abitato l'installazione di tali mezzi pubblicitari, è disciplinata dall'art. art 51 - comma 8 del Regolamento di Esecuzione ed Attuazione del Codice della Strada.
2. Nel Centro Abitato essi vanno posizionati ad una distanza minima dal limite della carreggiata e dalle intersezioni secondo i criteri che verranno stabiliti, a seconda delle tipologie d'impianto e della loro pubblica funzione, nel bando di gara e/o nella convenzione tra Privato e Comune, fermo restando i limiti di cui all'art 23 comma I C.d.S.

TITOLO IX

TIPOLOGIA F: SEGNI ORIZZONTALI RECLAMISTICI

Art. 55 - Segni orizzontali reclamistici: definizione

1. Tali mezzi pubblicitari consistono nella 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, solo in occasione di eventi del tutto eccezionali, di manifestazioni pubbliche o sportive che ne giustificano il loro provvisorio inserimento.
2. Entro le 24 ore dal termine dell'evento, il titolare del mezzo pubblicitario deve rimuovere lo stesso a propria cura e spese. In mancanza si procederà ad esecuzione coattiva in danno.

Art. 56 - Dimensioni e caratteristiche dei segni orizzontali reclamistici

1. Non sono soggetti a limitazioni particolari, a patto che vengano realizzati con modalità e sistemi adatti ad evitare qualsiasi pericolo per il transito delle persone e dei mezzi sulla strada stessa.
2. Essi devono essere realizzati con materiali rimovibili ma ben ancorati, nel momento dell'utilizzo, alla superficie stradale e che garantiscono una buona aderenza dei veicoli sugli stessi in base all'art. 49 comma 6 del Regolamento di Attuazione ed Esecuzione del Codice della Strada.

Art. 57 - Zonizzazione dei segni orizzontali reclamistici

1. Nella zona A non è consentita la collocazione di segni orizzontali reclamistici.
2. Nelle restanti zone questi elementi sono ammessi unicamente all'interno di aree ad uso pubblico e/o di pertinenza di complessi industriali o commerciali ovvero lungo il percorso di manifestazioni sportive, o su aree delimitate destinate allo svolgimento di manifestazioni di vario genere.

Art. 58 - Ubicazione dei segni orizzontali reclamistici lungo le strade e piazze, e/o visibili da esse

1. E' vietato comunque, qualora siano soddisfatte le considerazioni sopra elencate, posizionare tali forme di segnalazione pubblicitaria su pavimentazioni stradali di pregio od in zone ad alto valore urbano.

TITOLO X

TIPOLOGIA G - ULTERIORI COLLOCAZIONI PUBBLICITARIE

Art. 59 - Pubblicità su ponteggi e recinzioni di cantieri

1. Si definisce pubblicità su ponteggi o recinzioni di cantiere un elemento bidimensionale monofacciale privo di rigidità che occupa tutta o parte della superficie del ponteggio o recinzione ed è a questi opportunamente ancorato.
2. Nell'ipotesi di cantieri a cielo aperto e di ponteggi riguardanti interventi edilizi su opere pubbliche o private, il Comune si riserva il diritto di autorizzare la pubblicità sulle recinzioni o sui ponteggi medesimi per un periodo non superiore alla durata dei lavori del cantiere e comunque non superiore a tre anni; inoltre la pubblicità sui ponteggi e sulle recinzioni di cantiere non potrà essere nuovamente autorizzata prima che siano trascorsi 5 anni dal termine dell'ultima esposizione pubblicitaria. A tal fine nell'istanza di autorizzazione devono essere indicati gli estremi della concessione edilizia (o altro titolo abilitativo) riportante la tipologia dei lavori e deve essere allegata autocertificazione del titolare dell'immobile (o amministratore del condominio) attestante l'ultima esposizione pubblicitaria riguardante l'immobile.
3. In caso di lavori di ordinaria manutenzione di edifici non appartenenti alla P.A., la pubblicità sulle recinzioni o sui ponteggi può essere autorizzata per un periodo non superiore alla durata dei lavori del cantiere e comunque non superiore a un anno; in tal caso dovrà essere prodotta una relazione a firma del progettista di asseveramento dei lavori che indichi la durata degli stessi.
4. Nel centro abitato, limitatamente alle strade di tipo E ed F, la pubblicità sui ponteggi e recinzioni dei cantieri può essere effettuata anche in deroga all'art. 51 del DPR n. 495/92, in applicazione dell'art. 23 del D.lgs n. 285/92 in considerazione del preminente interesse pubblico alla riqualificazione urbana.
5. La domanda di autorizzazione deve essere corredata altresì del consenso della ditta responsabile dei ponteggi e da un esplicito accordo sottoscritto dal proprietario dell'immobile o dal condominio, nonché dall'autorizzazione alla occupazione di suolo pubblico.
6. Il proprietario dell'immobile e la ditta responsabile dei ponteggi sono obbligati solidalmente al titolare dell'autorizzazione alla rimozione della pubblicità abusiva o pericolosa per la pubblica incolumità e per la circolazione stradale e al il pagamento di sanzioni e spese di esecuzione in danno.
7. La superficie della pubblicità effettuata su ponteggi e recinzioni di cantiere, in considerazione del carattere non permanente, non rientra nella quantità massima di pubblicità stabilita dal piano generale degli impianti pubblicitari.
8. Nel caso in cui per lavori edili su edifici sia necessario coprire integralmente la facciata di un immobile con ponteggi, sul telo di copertura (apposto sull'intera superficie dei ponteggi) possono essere diffusi messaggi pubblicitari di tipo pittorico, anche illuminati, che impegnino sino al 100% della superficie occupata dal ponteggio.

9. Nel caso di copertura totale dei ponteggi a scopo pubblicitario il titolare dell'impianto deve riservare agli esercizi o attività presenti nell'immobile la superficie espositiva minima corrispondente alle insegne esistenti.
10. Restano esclusi da tale disciplina gli edifici di culto, gli immobili e monumenti vincolati ai sensi del D.Lgs 42/2004, gli immobili ricadenti in zone vincolate ai sensi del D.Lgs. 42/2004.
11. La pubblicità sui teli di copertura dei ponteggi relativi ad immobili e monumenti di cui al comma precedente, è consentita sotto il controllo attento dell'Amministrazione Comunale secondo un progetto che si coordini al pieno rispetto dell'architettura e del paesaggio urbano, nella misura massima del 50% della superficie occupata dal ponteggio, a condizione che venga altresì riprodotto il prospetto dell'immobile soggetto ai lavori sul restante 50% della superficie; per tali immobili, oltre alla documentazione normalmente richiesta è necessaria altresì la presentazione del progetto comprensivo della riproduzione dell'immobile e della pubblicità accessoria; in ogni caso, sugli edifici e nelle zone vincolate ai sensi del D.Lgs 42/2004, l'autorizzazione è subordinata a quanto prescritto dal Decreto medesimo.
12. Il telo di supporto dell'immagine pubblicitaria deve essere in poliestere, avere resistenza agli agenti atmosferici secondo normative vigenti, nonché una resistenza al fuoco di classe II.
13. Le recinzioni di cantiere potranno essere autorizzate all'esposizione pubblicitaria, che deve però assumere carattere di arredo urbano; dette recinzioni devono essere realizzate con materiali e colori integrati nel contesto architettonico circostante. E' vietata l'esposizione pubblicitaria su recinzioni di carattere precario e di lamiera ondulata.
14. Per l'utilizzo delle recinzioni ai fini pubblicitari é altresì necessario che:
 - a) la superficie destinata alla pubblicità fine a se stessa non superi il 40% del fronte, ripartita su due spazi uguali posti agli estremi dello stesso;
 - b) il 20%, ripartito anch'esso su due spazi uguali venga destinato alle attività delle affissioni e delle comunicazioni comunali;
 - c) il restante 40%, posizionato al centro della recinzione, sia destinato a riproduzioni decorative.
15. La pubblicità dovrà essere installata direttamente sulla struttura di recinzione, appositamente predisposta, senza che a questa vengano sovrapposti altri impianti pubblicitari di qualsiasi natura e tipo.
16. In ogni caso, sugli edifici e nelle zone vincolate ai sensi del D.Lgs 42/2004 l'autorizzazione alla pubblicità sulle recinzioni di cantiere è subordinata a quanto prescritto dal Decreto medesimo.

Art. 60 - Pubblicità sui chioschi e sulle edicole

1. Sono ammessi sui chioschi e sulle edicole impianti pubblicitari bidimensionali relativi a prodotti inerenti l'attività di vendita. La struttura di supporto deve essere in armonia con i colori e i materiali del manufatto ed adeguatamente dimensionata e ancorata secondo la normativa vigente. L'impianto deve essere ubicato solo lungo il perimetro della copertura, non deve superare l'altezza di cm. 35 e lo spessore di cm. 30; può essere luminoso per luce diretta e l'impianto elettrico deve essere realizzato secondo la normativa vigente.

Art. 61 - Pubblicità nelle stazioni di servizio e aree di parcheggio

1. Nelle stazioni di servizio e nelle aree di parcheggio possono essere inserite tutte le tipologie di impianti pubblicitari sopra descritte, con le limitazioni di cui al Regolamento di Attuazione ed Esecuzione del Codice della Strada, art 52.
2. Nelle autostazioni e nei parcheggi posti lungo le strade urbane di quartiere di tipo E ed F, possono essere collocati cartelli e mezzi pubblicitari la cui superficie complessiva, al netto delle strutture di sostegno, non superi nel complesso il 10% della superficie occupata dall'autostazione o dal parcheggio stesso, in base a quanto stabilito dall'art. 52 comma 4 del Regolamento di Esecuzione del Codice della Strada.
3. Possono essere installati anche mezzi pubblicitari abbinati alla fornitura di servizi, a condizione che non siano collocati lungo il fronte stradale o lungo le corsie di entrata ed uscita alla zona di parcheggio o dall'autostazione.
4. Sono anche ammessi i mezzi pubblicitari riportanti la mappa della città (luminose e non), con indicazioni dei monumenti, degli ospedali, dei pubblici servizi, e altre informazioni utili quali l'individuazione delle farmacie circoscrizionali e di particolari attività tipiche del luogo. In ogni caso tali inserimenti devono essere attentamente valutati nella zona A del presente PGIP.

Art. 62 - Impianti pubblicitari su lastrici solari

1. Nelle zone A è vietata la collocazione di impianti pubblicitari su lastrici solari.
2. Nelle restanti zone è consentita l'installazione di impianti pubblicitari su lastrico solare.
I mezzi pubblicitari bidimensionali realizzati in materiale idoneo avranno spessore massimo 40 cm e le seguenti ulteriori caratteristiche:
 - a) l'altezza massima pari a :
 - mt 1,50 per edifici fino a 3 livelli fuori terra;
 - oltre i 3 livelli fuori terra, l'altezza può essere incrementata di mt 0,50 per ogni ulteriore livello.
 - b) La larghezza massima dell'impianto non deve superare i due terzi del fronte dell'edificio.
 - c) L'impianto va posizionato parallelamente al fronte dell'edificio, non sono consentite posizioni oblique.

- d) Gli impianti tridimensionali devono essere inscrivibili in un cubo che deve avere la dimensione massima dei lati, rapportata ai livelli dei piani fuori terra di cui al punto precedente comma a.
- e) A tale tipologia di impianto devono essere applicate le limitazioni relative all'ubicazione lungo le strade individuate per la tipologia di impianto pubblicitario maggiormente assimilabile. Restano salve le disposizioni relative ai vincoli derivanti dal D.Lgs. 42/2004 e le norme riguardanti la pubblica e privata incolumità.

TITOLO XI

COLLOCAZIONE DEI MEZZI PUBBLICITARI

Art. 63 - Criteri generali d'installazione

1. L'Amministrazione Comunale, in alternativa al procedimento autorizzatorio, a istanza di parte, al fine di promuovere forme pubblicitarie che garantiscano un'omogeneità tipologica e che contribuiscano a realizzare una specifica identità del luogo urbano oggetto dell'intervento, ha facoltà di promuovere la realizzazione di progetti unitari per la realizzazione di impianti pubblicitari di ogni tipologia, caratterizzati da una linea unitaria per l'uso di forme, colori e materiali; in questo caso sarà rilasciata ad un'unica Ditta, individuata attraverso procedure di evidenza pubblica, l'autorizzazione cumulativa alla effettuazione della pubblicità nella zona omogenea, tramite il progetto unitario, e la relativa concessione di occupazione di suolo pubblico nei limiti della presente normativa.
2. Le strutture di sostegno e di fondazione devono essere calcolate, ai sensi delle vigenti normative tecniche nazionali, regionali e comunali in materia di costruzioni, per resistere alla spinta del vento, saldamente realizzate ed ancorate, sia globalmente che nei singoli elementi.
3. L'Amministrazione Comunale ha altresì facoltà di individuare le tipologie degli elementi di arredo, con funzione di mezzo pubblicitario, da collocare in una o più aree urbane omogenee mediante progetti unitari, la cui installazione e gestione sia affidata mediante procedura di evidenza pubblica.
4. E' vietata l'installazione di qualsiasi impianto pubblicitario permanente nei giardini; sono consentite solo installazioni di insegne di esercizio e impianti a carattere temporaneo.
5. E' vietata in ogni caso la collocazione di impianti pubblicitari di qualsiasi tipo sulla carreggiata.
6. L'ufficio competente ha facoltà di stabilire il posizionamento o solo verticale o solo orizzontale degli impianti in una stessa via o piazza o per tratti di essa.
7. Tutte le strutture degli impianti devono essere ricondotti ad un modello unitario opportunamente verificato dal punto di vista formale, della pubblica incolumità e in conformità al presente Regolamento, dall'Ufficio competente.
8. Gli impianti affissionistici di proprietà comunale di qualsiasi tipologia, destinati alle informazioni istituzionali o commerciali, devono recare una tabella riportante lo stemma della Città, la dicitura Comune di Triggiano e il numero dell'impianto e dovranno essere di colore grigio.
9. La distanza di tutti i mezzi pubblicitari, da: edifici vincolati ai sensi del D.Lgs n°42/2004 -Titolo II-, dalle zone sottoposte a vincolo dal P.P.T.R., da Sedi di Istituzioni pubbliche, dai cimiteri, dagli edifici religiosi, deve essere di almeno mt 20.

10. Non sono consentite sovrapposizioni in altezza di mezzi pubblicitari, tranne che per i casi previsti dall'art. 46 – Aree di addensamento pubblicitario.
11. L'installazione in forma stabile di qualsiasi mezzo pubblicitario in ancoraggio agli edifici, non è consentita su balaustre e inferriate decorate, su fregi, cornici o qualunque altro elemento architettonico atto a caratterizzare l'immagine compositiva nel suo insieme;
12. Nelle zone vincolate la richiesta dell'installazione di mezzi pubblicitari deve essere sottoposta al procedimento di autorizzazione paesaggistica.
13. Il titolare dell'autorizzazione alla pubblicità, sia permanente che temporanea, è responsabile del mezzo pubblicitario, anche con riferimento alle preesistenze edilizie o ai sedimenti, dell'osservanza delle norme di sicurezza, della manutenzione dell'impianto nonché, in caso di scadenza dell'autorizzazione, di rimozione volontaria o coatta dell'impianto, del ripristino dello status quo ante.
14. Il titolare dell'autorizzazione, al momento dell'installazione dell'impianto su suolo pubblico, è tenuto a comunicare alla Ripartizione Edilizia Pubblica e alla Polizia Locale, l'inizio dei lavori 30 giorni prima dell'inizio degli stessi. Al termine dei lavori deve ripristinare lo status quo ante e comunicarlo all'ufficio sopracitato.

Art. 64 - Targhetta d'identificazione

1. Fatto salvo quanto previsto dall'art. 55 DPR 495/92, in relazione ai contenuti, alle modalità di installazione, ai materiali ed alle tecniche di realizzazione, il Comune di Triggiano prevede l'identificazione dell'autorizzazione secondo lo schema grafico riportato nell'allegato A delle presenti norme.
2. Ogni impianto pubblicitario, fatta eccezione per le insegne di esercizio e le targhe, deve contenere la targhetta identificativa.
3. La targhetta d'identificazione deve essere posizionata ad un'altezza massima di mt 2,20.
4. I dati da riportare sulla targhetta sono:
 - a) Comune di Triggiano
 - b) Soggetto titolare: proprietario dell'impianto
 - c) N° dell'Autorizzazione rilasciata dal Comune di Triggiano
 - d) Punto d'installazione: Via – n° civico o progressiva chilometrica
 - e) Data di scadenza dell'autorizzazione
5. La targhetta di identificazione deve essere realizzata e posta sull'impianto a cura e spese dell'autorizzato, sin dal momento della collocazione dell'impianto; nel caso di mancata esposizione della targhetta si applicano le sanzioni previste dall'art. 23 comma 11 del Codice della Strada.
6. Ulteriori indicazioni relative alla impresa esercente la pubblicità sono ammesse esclusivamente all'interno dello spazio pubblicitario.

Art. 65 - Dimensioni e caratteristiche dei mezzi pubblicitari: norme generali

1. Le dimensioni dei mezzi pubblicitari devono essere adeguate a quanto previsto per le singole tipologie; in ogni caso devono essere verificate le dovute proporzioni tra lunghezza, altezza e profondità per un opportuno inserimento in termini di rapporto armonico con i fronti edilizi che con il profilo paesaggistico.
2. Tutte le dimensioni e/o le distanze per il calcolo del tributo da corrispondere per l'occupazione di suolo pubblico, si intendono calcolate in rapporto al limite estremo del volume di massimo ingombro dell'impianto pubblicitario, del volume che lo contiene, verificando la presenza di elementi o spigoli in aggetto anche attraverso la proiezione a terra della figura complessiva dell'impianto stesso; non si tiene conto degli arrotondamenti di superficie effettuati ai fini dell'imposizione fiscale per determinare la tipologia e la disciplina applicabile all'impianto pubblicitario.
3. Il contenuto del messaggio pubblicitario non deve mai presentare aspetti che possano recare danno o offesa a persone, enti, istituzioni o beni, in piena coerenza con quanto stabilito dal Codice Civile.
4. Tutti gli impianti devono essere realizzati in materiali non facilmente vandalizzabili e resistenti alle intemperie, devono risultare rifiniti accuratamente ed avere gli spigoli arrotondati.
5. Tutti gli impianti pubblicitari, in qualunque posto ed in qualunque modo collocati, devono tutelare sia l'apparato radicale che le chiome delle alberature; nel caso in cui nel tempo si possano verificare problemi di vario genere alle alberature, causati dal posizionamento degli impianti, l'Amministrazione potrà prescrivere alla Ditta, di effettuare modifiche o spostamenti dell'impianto, senza alcun onere a carico del Comune di Triggiano.
6. In tutto il territorio comunale è vietata la collocazione di impianti di qualunque tipo su monumenti e fontane, su alberi, arbusti e siepi, su pali d'illuminazione o altri supporti di impianti tecnologici.
7. Sono vietati segnali pubblicitari anche di ridotte dimensioni, posti sui bordi dei marciapiedi o sui cigli stradali di qualsiasi tipo o precariamente collegati ad accessori ed attrezzature dello spazio urbano, dell'architettura o del paesaggio.

Art. 66 - Caratteristiche generali dei mezzi pubblicitari luminosi

1. I mezzi ed i sistemi di comunicazione pubblicitaria previsti dal P.G.I.P., a seconda delle tipologie, possono essere realizzati con tecnologie e sistemi sia "non luminosi" che "luminosi", illuminati con luce diretta o indiretta, riflessa o propria
2. L'effetto cromatico dell'apparato pubblicitario deve essere studiato attentamente per non creare situazioni disarmoniche nei confronti della preesistenza edilizia e/o paesaggistica, di pericolo per la viabilità e nel pieno rispetto di quanto previsto dall'art. 49 comma 4 del Regolamento di Esecuzione del Codice della Strada;
3. La luminosità propria o portata, fissa, in movimento e/o dissolvenza, se presente, deve essere contenuta a livelli tali da non creare disturbo o pericolo alla

circolazione, in base a quanto specificato dall'art. 50 Regolamento di Esecuzione del Codice della Strada.

4. La collocazione di qualunque impianto con parti elettriche deve rispettare le decorazioni architettoniche e le norme CEI vigenti. La natura, la posizione e le dimensioni dei componenti elettrici devono essere dichiarate nel progetto di installazione dell'impianto pubblicitario, per una valutazione corretta dei sistemi e delle modalità di installazione. L'uso di elementi e componenti di serie, in assenza di uno specifico disegno tecnico, deve essere chiarito con foto e dichiarazione di conformità alle normative di Legge.

Art. 67 - Definizione delle strade e ubicazione dei mezzi pubblicitari

1. Ai soli fini dell'ubicazione dei mezzi pubblicitari, le strade che attraversano il territorio comunale sono classificate in E e F ed evidenziate secondo l'allegato "Zonizzazione".
2. Gli svincoli ed i raccordi fra strade di diversa tipologia s'intendono facenti parte della categoria stradale di livello superiore.

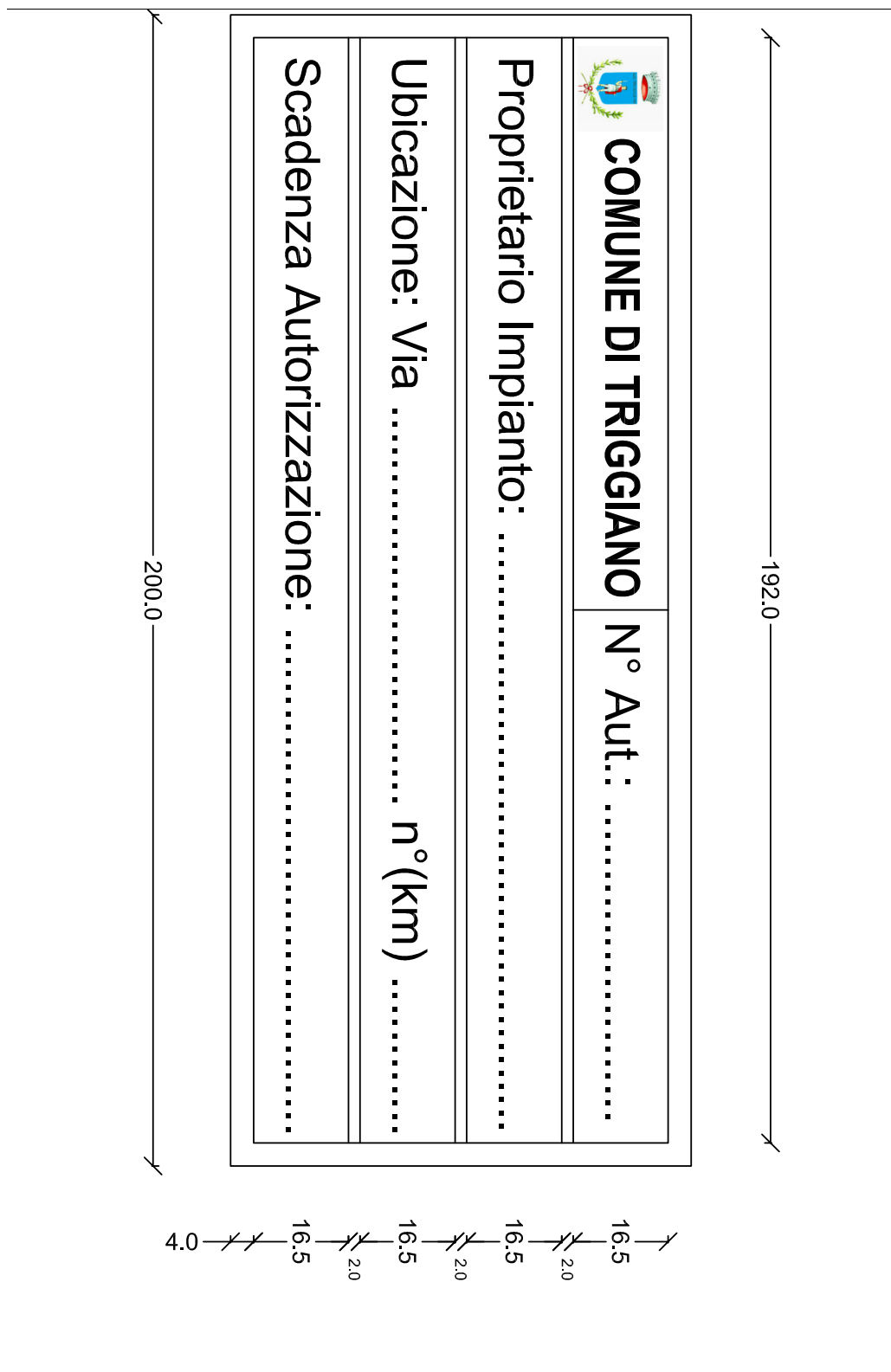
Art. 68 - Entrata in vigore e norma transitoria

1. Il P.G.I.P. entra in vigore alla data di esecutività della delibera di Consiglio Comunale di approvazione dello stesso.
2. Gli impianti pubblicitari installati sulla base di provvedimenti autorizzatori in essere alla data di entrata in vigore del presente Piano e non rispondenti alle disposizioni dello stesso devono essere adeguati nel termine di un anno dall'entrata in vigore del piano, a cura e spese del titolare dell'impianto.
3. Qualora l'autorizzazione /concessione di suolo pubblico scada prima del termine di cui al comma 2, il rinnovo dell'autorizzazione/concessione, mediante rilascio di nuovo titolo, è subordinato alla dimostrazione dell'avvenuto adeguamento alle nuove disposizioni; nella fase transitoria è esclusa la proroga tacita del titolo e le concessioni di suolo pubblico ai fini pubblicitari si intendono scadute al termine di due anni dall'entrata in vigore del Piano.
4. Nel caso in cui l'adeguamento comporti la collocazione dell'impianto, regolarmente autorizzato, in altro luogo, ovvero una sostanziale ridefinizione dello stesso per tipologia, forma o dimensioni, deve essere presentata dal titolare dell'impianto apposita istanza nel termine di cui ai commi 2 e 3; in considerazione dei limiti quantitativi e di collocazione previsti dal piano, le istanze di adeguamento devono essere evase con priorità rispetto alle nuove istanze di autorizzazione all'installazione pubblicitaria; inoltre le istanze verranno evase dall'ufficio competente in base a criteri di priorità che assicurino adeguata trasparenza, imparzialità, e pluralità di ditte del settore presenti sul territorio, anche attraverso il ricorso a procedure di pubblica evidenza.
5. L'adeguamento non riguarda impianti abusivi in quanto privi di autorizzazione o difformi da essa.
6. Il titolare di autorizzazione/concessione deve inoltre adeguare l'impianto ad eventuali nuove leggi emanate dallo stato e/o enti pubblici entro un anno dalla data di entrata in vigore delle stesse, con la medesima procedura di cui ai precedenti commi, salvo diverse indicazioni contenute in tali leggi.

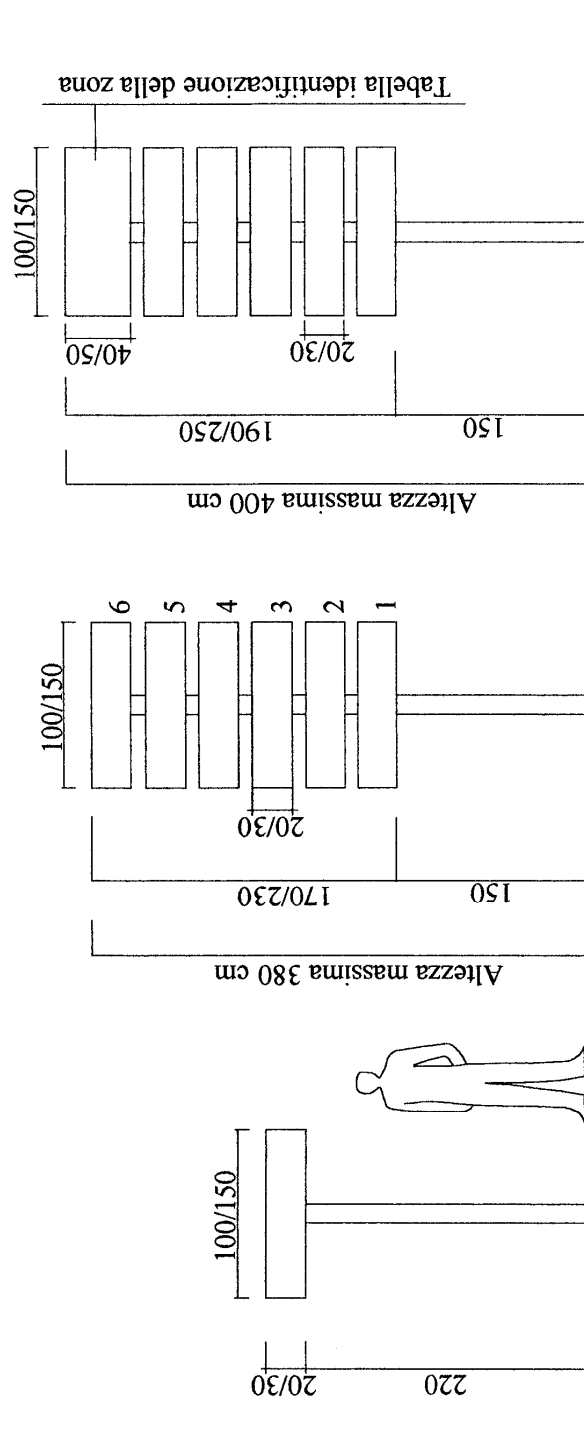
ALLEGATO “A”

- **Targhetta identificativa**
- **Schemi grafici delle tipologie dei mezzi pubblicitari**
 - **Tipologia B: Preinsegne**
 - **Tipologia C: Cartellonistica**
 - **Plance**
 - **Cartelloni**
 - **Bacheche**
- **Elenco Immobili vincolati**

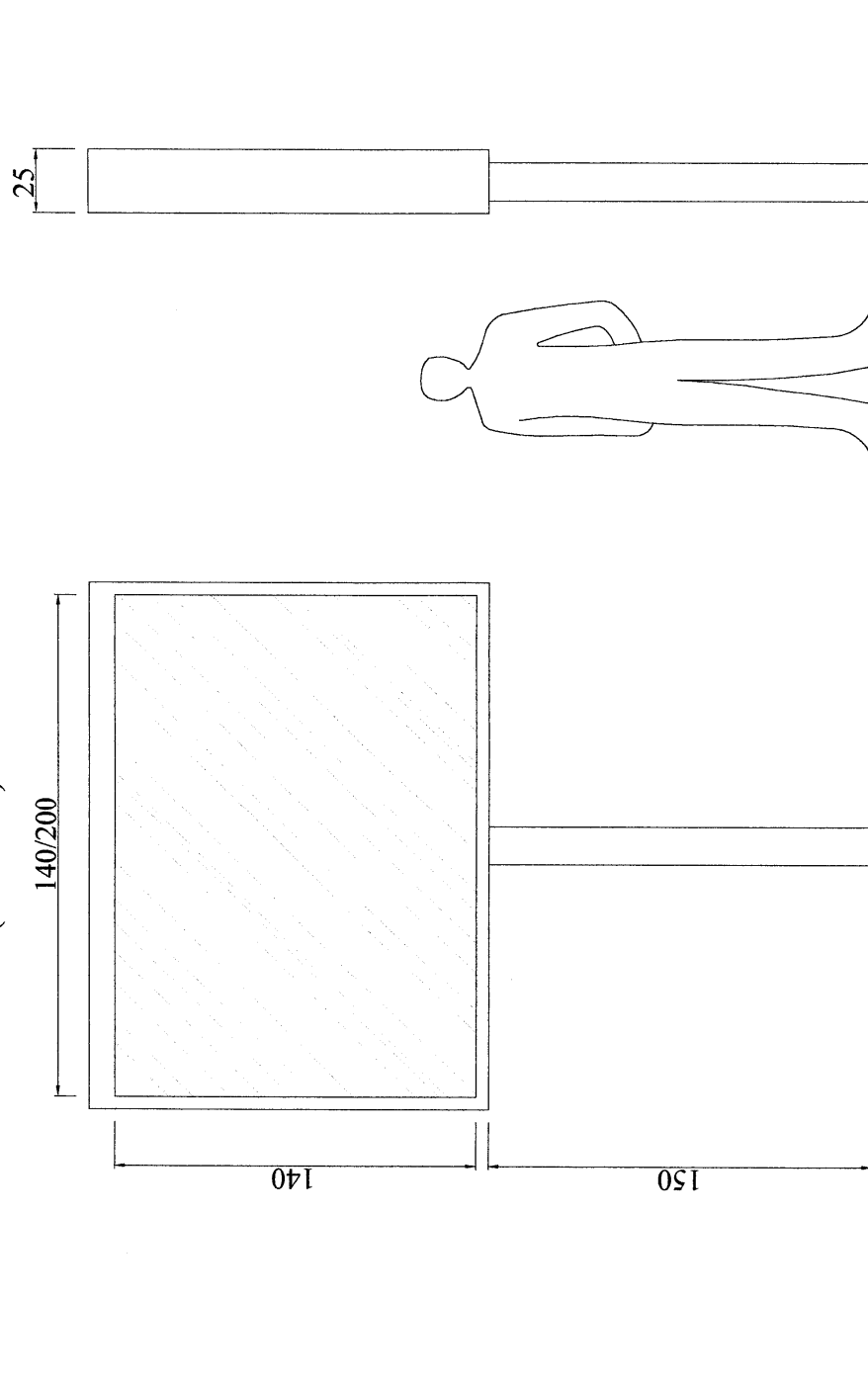
- Targhetta d'identificazione



TIPOLOGIA B: PREINSEGNE

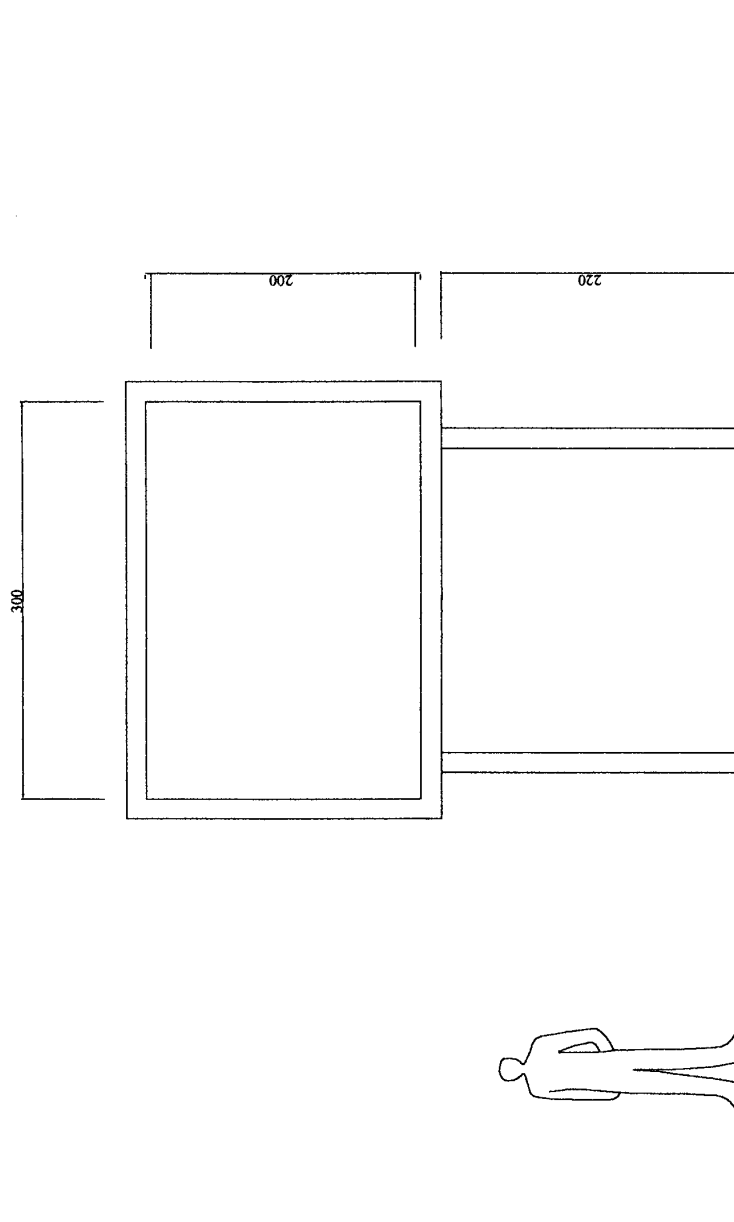


TIPOLOGIA C: BACHECHE (luce diretta)



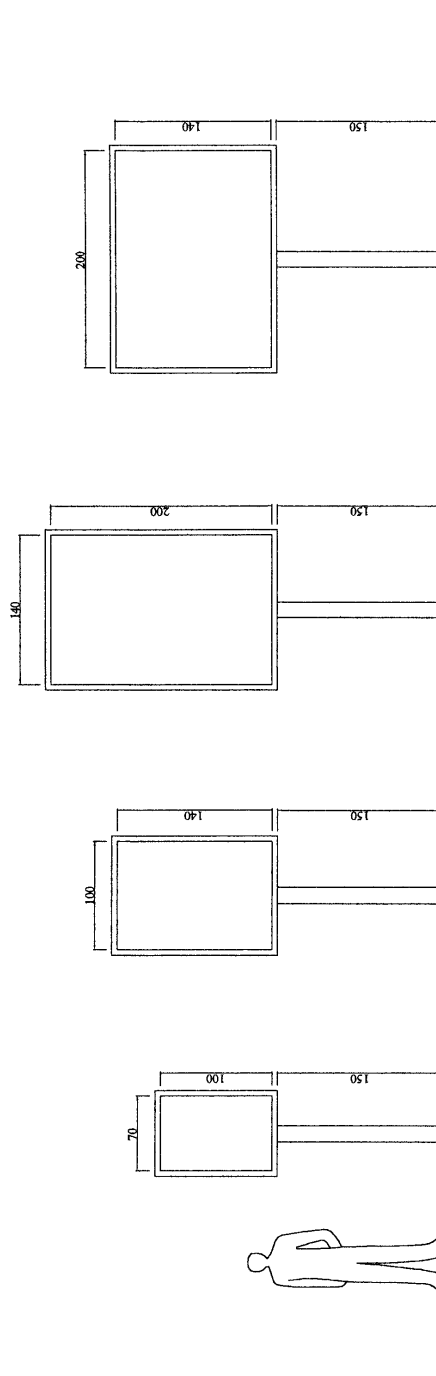
NB: Le dimensioni si riferiscono alla sola superficie espositiva e non alla struttura dell'impianto: cornici e pali

TIPOLOGIA C: CARTELLONISTICA
CARTELLONI mq 6



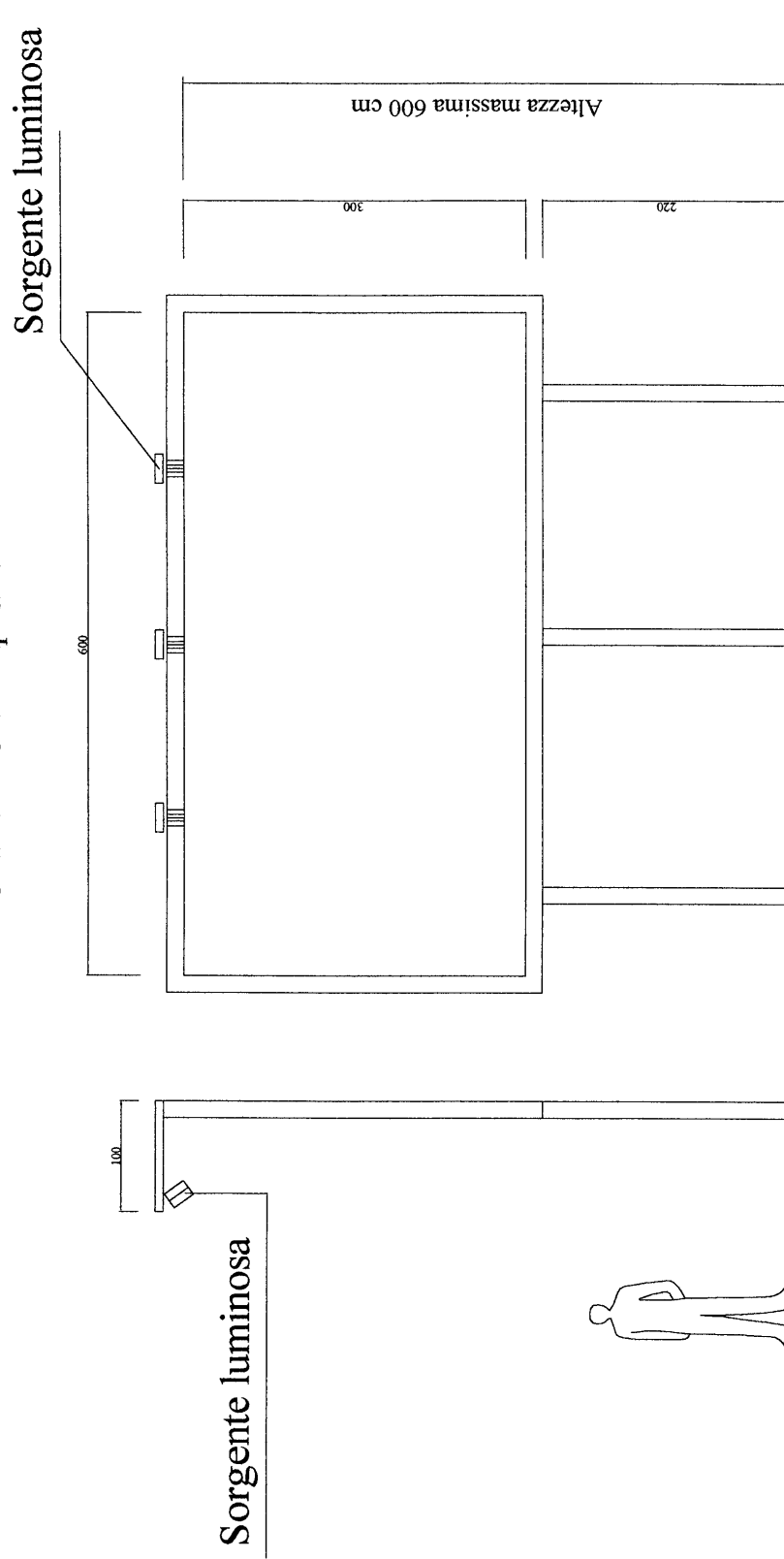
NB: Le dimensioni si riferiscono alla sola superficie espositiva e non alla struttura dell'impianto: cornici e pali

**TIPOLOGIA C: CARTELLONISTICA
PLANCE**



NB: Le dimensioni si riferiscono alla sola superficie espositiva e non alla struttura dell'impianto: cornici e pali

TIPOLOGIA C: CARTELLONISTICA
CARTELLONI mq 18/20



NB: Le dimensioni si riferiscono alla sola superficie espositiva e non alla struttura dell'impianto: cornici e pali

Elenco degli immobili vincolati (ai sensi del D.Lgs 42/2004)

1. CHIESA DI SANTA MARIA VETERANA - VIA CARROCCIO, 70
2. ISTITUTO LUCIANO ADDANTE DI SUOR FRANCESCA FALLACARA - VIA DANTE ALIGHIERI, 107
3. IPOGEO SAN LORENZO