

Comune di Lodi



**Norme di Attuazione
del Piano Generale degli Impianti della pubblicità
e delle pubbliche affissioni**

Data: Maggio 2013

**Il Dirigente
Ing. Giovanni Ligi**

**Responsabile del Servizio Urbanistica – SUAP:
Ing. Michela Binda**

**Collaboratore tecnico:
Arch. Francesco Galli**

CAPO I - DISPOSIZIONI GENERALI

Art. 1 - Pubblicità e Pubbliche Affissioni: definizioni e occupazioni.....	p. 4
Art. 2 - Classificazione del Comune di Lodi.....	p. 5
Art. 3 - Ripartizioni.....	p. 5
Art. 4 - Forma di gestione del servizio.....	p. 5
Art. 5 - Pubblicità effettuata su spazi e aree comunali.....	p. 6
Art. 6 - Suddivisione del territorio comunale.....	p. 6
Art. 7 - Categoria delle località.....	p. 6
Art. 8 - Definizioni.....	p. 7
Art. 9 - Tipologia e quantità dei mezzi pubblicitari. Ripartizione delle superfici per affissione di manifesti..	p. 7
Art. 10 - Piano generale degli impianti: criteri.....	p. 8
Art. 11 - Quantificazione e tipologia degli impianti di pubbliche affissioni e della pubblicità.....	p. 9
Art. 12 - Installazione di impianti per affissione e concessione a soggetti privati.....	p. 16

CAPO II – EFFETTUAZIONE DELLA PUBBLICITA'

Art. 13 - Forme di pubblicità consentita.....	p. 17
Art. 14 - Domanda di autorizzazione	p. 17
Art. 15 - Allegati alla domanda di autorizzazione	p. 18
Art. 16 - Casi di esenzione dall'autorizzazione	p. 20
Art. 17 - Procedimento amministrativo	p. 21
Art. 18 - Rilascio dell'autorizzazione.....	p. 21
Art. 19 - Durata e rinnovo dell'autorizzazione.....	p. 21
Art. 20 - Targhetta di identificazione.....	p. 22
Art. 21 - Esposizione di pubblicità nelle aree soggette a vincoli di tutela ambientale in conformità al D.Lgs 42/04 e successive modificazioni ed integrazioni.....	p. 22
Art. 22 - Esposizione di mezzi pubblicitari su edifici soggetti a vincolo specifico in conformità al D.Lgs 42/04.....	p. 23
Art. 23 - Esposizione di insegne ed altre forme pubblicitarie. Regole generali	p. 23
Art. 24 - Esposizione in via permanente di insegne di esercizio e di altre forme pubblicitarie su edifici vincolati, su edifici ubicati in aree vincolate e nei Nuclei di Antica Formazione e su edifici di particolare pregio storico/architettonico.....	p. 24
Art. 25 - Esposizione in via permanente di insegne di esercizio e di mezzi pubblicitari su edifici	p. 27
Art. 26 - Vetrine di esercizio: imposta di pubblicità.....	p. 28
Art. 27 - Pubblicità nelle vetrine e porte d'ingresso	p. 28
Art. 28 - Vetrinette e bacheche	p. 29
Art. 29 - Iscrizioni pubblicitarie su tende e cappottine parasole.....	p. 30
Art. 30 - Targhe professionali.....	p. 30
Art. 31 - Farmacie	p. 31
Art. 32 - Pubblicità nelle edicole.....	p. 31
Art. 33 - Distributori di carburanti, stazioni di servizio per autoveicoli, autolavaggi e aree di parcheggio.....	p. 31
Art. 34 - Volantinaggio e distribuzione di oggettistica.....	p. 32
Art. 35 - Pubblicità fonica	p. 33
Art. 36 - Pubblicità nei cantieri pubblici e privati.....	p. 33
Art. 37 - Striscioni, stendardi, bandiere e drappi.....	p. 34
Art. 38 - Freccie, preinsegne e cartelli di avviamento.....	p. 35
Art. 39 - Segni orizzontali reclamistici e di direzione.....	p. 35
Art. 40 - Collocamento in via continuativa di cartelli, di impianti di pubblicità o propaganda e di altri mezzi pubblicitari	p. 35
Art. 40/bis - Impianti all'interno di rotatorie e Aiuola spartitraffico.....	p. 36
Art. 41 - Impianti pubblicitari di servizio	p. 37

Art. 42 - Pubblicità provvisoria nel Centro Storico.....	p. 37
Art. 43 - Pubblicità provvisoria lungo o in vista delle strade.....	p. 37
Art. 44 - Distanze entro i centri abitati	p. 38
Art. 45 - Installazioni pubblicitarie fuori dai centri abitati.....	p. 38
Art. 46 - Pubblicità permanente sui veicoli	p. 39
Art. 47 - Pubblicità provvisoria con automezzi.....	p. 39
Art. 48 - Pubblicità con aeromobili, mongolfiere e palloni frenati.....	p. 40
Art. 49 - Oneri relativi all'esposizione della pubblicità	p. 40
Art. 50 - Manutenzione dei mezzi pubblicitari.....	p. 40
Art. 51 - Spostamento o rimozione per motivi di pubblico interesse.....	p. 40
Art. 52 - Rimozione della pubblicità alla scadenza dell'autorizzazione	p. 41
Art. 53 - Rimozione e sequestro dei mezzi pubblicitari abusivi, difformi o in cattivo stato di manutenzione..	p. 41
Art. 54 - Conservazione e vendita del materiale rimosso o sequestrato dal Comune.....	p. 42

CAPO III – AFFISSIONE DI MANIFESTI

Art. 55 - Spazi per le affissioni.....	p. 43
Art. 56 - Annunci funebri.....	p. 43

CAPO IV – DISPOSIZIONI VARIE

Art. 57 - Sanzioni.....	p. 43
Art. 58 - Reclami.....	p. 43
Art. 59 - Abrogazioni.....	p. 44
Art. 60 - Rinvio.....	p. 44

CAPO V - DISPOSIZIONI FINALI E TRANSITORIE

Art. 61 - Entrata in vigore.....	p. 44
Art. 62 - Adeguamento alle norme.....	p. 44

ALLEGATI

Allegato A: Specifiche tecniche per la tipologia di insegna

Allegato B: Tipologia impianti pubblicitari

Allegato C: Abaco tipologie di impianti per affissioni

PREMESSA

Il presente Piano degli Impianti Pubblicitari (Pubblici e privati) ha l'obiettivo di occuparsi degli impianti stessi, razionalizzando le installazioni sul territorio comunale al fine di migliorare la qualità dell'ambiente urbano, rispettando e tutelando i beni ambientali e storici.

L'obiettivo prioritario è ordinare gli attuali impianti pubblicitari ed avere uno strumento di pianificazione che garantisca il rispetto della normativa vigente sia in termini di sicurezza stradale che di segnaletica.

A seguito dell'approvazione del presente strumento sarà necessario procedere con la rimozione degli impianti abusivi e la sostituzione di quelli in cattivo stato di conservazione.

Gli impianti dovranno tenere conto del rispetto della proprietà dell'area, della presenza di persone con ridotte capacità motorie, di tutte quelle criticità che possono essere causa di contenziosi per la pubblica amministrazione.

Il Piano ha preso in considerazione tutto il Territorio di Lodi, così come rappresentato negli elaborati grafici, partendo da un censimento di tutti gli impianti esistenti.

Questo strumento, che si integra con il Regolamento Comunale per la disciplina dell'imposta sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni, è stato redatto in conformità ai criteri stabiliti dal d.lgs. n.507 del 15.11.1993 e s.m.i.

CAPO I DISPOSIZIONI GENERALI

Art. 1 *(Pubblicità e Pubbliche Affissioni: definizioni e occupazioni)*

1. La pubblicità esterna e le pubbliche affissioni sono disciplinate dal decreto legislativo 15 novembre 1993, N. 507, dal decreto legislativo N. 285/92, dal D.P.R. N. 495/92 e successive modificazioni ed integrazioni e dal presente Regolamento.
2. Si definisce mezzo pubblicitario qualunque manufatto finalizzato alla pubblicità o alla propaganda eseguita mediante esposizione di messaggi visivi o acustici nelle diverse forme tipologiche : insegne, iscrizioni, cartelli, targhe, volantini, automezzi, striscioni, segni orizzontali reclamistici e di altri mezzi, effettuata in luoghi pubblici o aperti al pubblico o comunque a tali luoghi assimilabili.
3. Per pubblica affissione si intende l'esposizione nell'ambito del territorio comunale di manifesti di qualunque materia costituiti, esposti a cura del Comune negli appositi spazi ad essi riservati.
4. Fermo restando quanto disposto dal Codice della Strada e quanto prescritto dal Regolamento per l'applicazione dell'imposta sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni, nessuna struttura a supporto di mezzi pubblicitari di qualsiasi tipo o dimensione può essere collocata, anche temporaneamente, su aree o spazi pubblici o di uso pubblico senza preventiva specifica autorizzazione .
5. La collocazione delle strutture di cui al comma 1 su aree o spazi verdi, compresi i viali alberati, deve essere valutata dal competente ufficio comunale per la verifica di elementi ostativi per la manutenzione della vegetazione e del verde pubblico.

6. Quando sia autorizzata l'occupazione del suolo pubblico o di uso pubblico per la collocazione di strutture a supporto di mezzi pubblicitari, la medesima non può porsi in atto se non dopo aver soddisfatto le disposizioni in materia di imposte sulla pubblicità.

7. Qualora la pubblicità sia effettuata mediante striscioni, per la collocazione dei quali non si renda necessario l'uso di specifiche strutture di supporto, l'autorizzazione per l'occupazione del suolo pubblico o di uso pubblico è rilasciata contestualmente all' autorizzazione della pubblicità.

8. Nell'ambito ed in prossimità dei luoghi e dei beni situati in zone di particolare interesse ambientale e soggetti a tutela ai sensi di legge, non può essere autorizzata la posa in opera di cartelli o di altri mezzi di pubblicità se non previo consenso della Soprintendenza ai Beni Ambientali e Architettonici.

Art. 2 *(Classificazione del Comune di Lodi)*

1. In base alla popolazione residente nell'anno 2011 (che dai dati pubblicati dall'I.S.T.A.T. risulta costituita da n. 43.332 abitanti) il Comune è classificato, in conformità all'art.2 del D.Lgs. 15 novembre 1993, n. 507, nella classe III.

Art. 3 *(Ripartizioni degli spazi)*

1. La pubblicità, entro l'ambito del territorio comunale, si effettua secondo le ripartizioni indicate:
- 20% è destinata alle affissioni di natura istituzionale, sociale o comunque priva di rilevanza economica, effettuate dal servizio comunale da identificare nelle zone di categoria speciale;
 - 40% è destinata alle affissioni di natura commerciale, effettuate dal concessionario;
 - 40% è destinata alle affissioni di natura commerciale, effettuata direttamente da soggetti privati, diversi dal concessionario;

Ad eccezione del concessionario con il quale vi è un rapporto convenzionale, in mancanza dell' autorizzazione comunale non è possibile procedere con forme di pubblicità e, nel caso in cui l'interessato proceda o abbia comunque ugualmente proceduto all'esposizione, lo stesso è in ogni caso tenuto a corrispondere il relativo tributo e la pubblicità è da considerarsi abusiva a tutti gli effetti, rendendosi applicabili le sanzioni ed i provvedimenti previsti dal Codice della Strada, dal presente Regolamento e dal D.Leg.vo n. 507/1993.

Art. 4 *(Forma di gestione del servizio)*

1. La gestione del servizio di accertamento e riscossione sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni può essere effettuata in forma diretta dal Comune, oppure mediante affidamento come previsto dall'art.52 del D.Lgs. 15/12/1997 n. 446. Detto affidamento non deve comportare oneri aggiuntivi per il contribuente.

2. L'affidatario del servizio subentra al Comune in tutti i diritti e obblighi inerenti la gestione del servizio di riscossione e accertamento dell'imposta e del diritto ed è tenuto a provvedere alle spese occorrenti, ivi comprese quelle per il personale impiegato. In ogni caso è fatto divieto all'affidatario

di emettere atti o effettuare riscossioni successivamente alla data di scadenza dell'affidamento. Lo stesso affidatario è tenuto ad osservare le disposizioni del presente regolamento, nonché quelle contenute nell'atto di affidamento del servizio.

Art. 5 (*Pubblicità effettuata su spazi e aree comunali*)

1. La pubblicità e l'esposizione diretta di manifesti eseguite su spazi di proprietà comunale o dati in godimento al Comune, ovvero su beni appartenenti al demanio o al patrimonio indisponibile del Comune, devono essere preventivamente autorizzate.

Art. 6 (*Suddivisione del territorio comunale*)

1. Agli effetti dell'applicazione del presente Regolamento, il territorio del Comune di Lodi è suddiviso nelle seguenti zone:

a) Zone in cui è vietata l'installazione di qualsiasi tipo: ambiti naturalistici di rilievo, luoghi simbolici, luoghi vincolati con riferimento *all'Elenco dei beni storici redatto dalla Provincia di Lodi (PTCP)*.

b) L'area del centro storico (categoria speciale ai fini delle imposte e dei tributi) e luoghi storici al di fuori del centro storico, borghi antichi, strutture agricole antiche, ambiti a verde urbano (parchi, giardini...).

c) Zone esterne al Centro storico.

– Zone caratterizzate prevalentemente da insediamenti residenziali.

– Ambiti a vocazione prevalentemente commerciale e aree di frangia.

All'interno delle diverse zone omogenee vengono inoltre richiamati punti particolarmente sensibili (edifici, complessi edificati, situazioni ambientali particolari) con specifiche caratteristiche storiche, tipologiche o simboliche facendo riferimento allo studio redatto dal Comune di Lodi.

Art. 7 (*Categoria delle località*)

1. Agli effetti dell'art. 4 del decreto legislativo N. 507/93, il territorio del Comune di Lodi viene ripartito nelle seguenti due categorie:

a) SPECIALE: che comprende l'elenco delle vie e piazze;

b) NORMALE: che comprende tutte le altre località del territorio comunale;

2. La superficie totale delle località comprese nella categoria speciale non supera il 35% della superficie del centro abitato, così come definito dal "Codice della Strada" (decreto legislativo N. 285/92).

3. La superficie degli impianti per le pubbliche affissioni installati nelle località di categoria speciale non supera la metà di quella complessiva.

Art. 8 (Definizioni)

1. Per la definizione dei mezzi pubblicitari viene recepito il testo integrale dell'art. 47 del DPR 495/92 e successive modificazioni ed integrazioni.

Art. 9 (Tipologia e quantità dei mezzi pubblicitari. Ripartizione delle superfici per affissione di manifesti)

1. La superficie globale da adibire ai mezzi pubblicitari ed affissioni è stabilita in 120 mq per ogni 1.000 abitanti ed è ripartita come segue:

- a) il 20% è destinata alle affissioni di natura istituzionale, sociale o comunque priva di rilevanza economica, effettuate dal servizio comunale da identificarsi sul territorio;
- b) il 40% è destinata ai mezzi pubblicitari di natura commerciale, effettuate dal concessionario;
- c) il 40% è destinata ai mezzi pubblicitari di natura commerciale, effettuata direttamente da soggetti privati, comunque diversi dal concessionario del servizio.

2. Gli impianti per le pubbliche affissioni e pubblicità possono essere costituiti da:

- a) vetrine per l'esposizione di manifesti;
- b) standardi porta manifesti;
- c) posters per l'affissione di manifesti;
- d) tabelloni ed altre strutture mono, bifacciali o plurifacciali, realizzate in materiali idonei per l'affissione di manifesti;
- e) superfici adeguatamente predisposte e delimitate, ricavate da muri di recinzione, di sostegno, da strutture appositamente predisposte per questo servizio;
- f) da armature, steccati, ponteggi, schermature di carattere provvisorio prospicienti il suolo pubblico, per qualunque motivo costruiti;
- g) da altri spazi ritenuti idonei, tenuto conto dei divieti e limitazioni stabilite dal presente regolamento.
- h) pannelli pubblicitari in formato digitale.

3. Tutti gli impianti hanno, di regola, dimensioni pari o multiple di cm.70x100 e sono collocati in posizioni che consentono la libera e totale visione e percezione del messaggio pubblicitario da spazi pubblici per tutti i lati che vengono utilizzati per l'affissione. Ciascun impianto reca, in alto o sul lato destro, una targhetta con l'indicazione "Comune di Lodi-Servizio Pubbliche Affissioni e pubblicità" ed il numero di individuazione dell'impianto.

4. Gli impianti non possono essere collocati nei luoghi nei quali è vietata l'installazione.

5. Il piano per gli impianti per le pubbliche affissioni e pubblicità indica, per ciascuno di essi:

- a) la destinazione dell'impianto;
- b) l'ubicazione;
- c) la tipologia;
- d) la dimensione ed il numero di fogli cm.70x100 che l'impianto contiene;
- e) la numerazione dell'impianto ai fini della sua individuazione.

6. Il piano degli impianti per le pubbliche affissioni e pubblicità è corredato da un quadro di riepilogo comprendente l'elenco degli impianti con il numero distintivo, l'ubicazione, la destinazione e la superficie.

7. La ripartizione degli spazi di cui al p.to 1 può essere rideterminata ogni due anni, con deliberazione da adottarsi entro il 31 ottobre e che entra in vigore dal 1° gennaio dell'anno successivo, qualora nel periodo trascorso si siano verificate ricorrenti eccedenze od insufficienze di spazi in una o più categorie, rendendo necessario il riequilibrio delle superfici alle stesse assegnate in relazione alle effettive necessità accertate.

8. Il Comune ha facoltà di provvedere allo spostamento dell'ubicazione di impianti per le pubbliche affissioni in qualsiasi momento risulti necessario per esigenze di servizio, circolazione stradale, realizzazione di opere od altri motivi. Nel caso che lo spostamento riguardi impianti attribuiti a soggetti che effettuano affissioni dirette (convenzionate con il Comune per utilizzazioni ancora in corso al momento dello spostamento) gli stessi possono accettare di continuare l'utilizzazione dell'impianto nella nuova sede oppure rinunciare alla stessa, ottenendo dal Comune il rimborso del diritto già corrisposto per il periodo per il quale l'impianto non viene usufruito, nei limiti di frazionabilità dell'imposta stessa (art. 12 - comma 3 - del D.Lgs. 507/93).

Art. 10 *(Piano generale degli impianti: criteri)*

1. Il piano degli impianti pubblicitari e delle affissioni è articolato in due parti. La prima parte determina gli ambiti del territorio comunale attualmente interessati dagli impianti destinati all'affissione di manifesti destinati al pubblico servizio ed a quelli da assegnare in concessione a soggetti privati, nonché quelli destinati alla pubblicità. La seconda parte determina gli ambiti che si intende prevedere. Il Piano determina e regola le installazioni su spazi pubblici di impianti di affissione e pubblicità.

2. Nel Piano non sono compresi i mezzi pubblicitari collocati sulle sedi di esercizio o comunque nelle pertinenze dell'attività cui si riferiscono. Sono altresì esclusi i cartelli e gli altri mezzi pubblicitari da esporre a tempo determinato e per brevi periodi.

3. Il Piano è stato redatto nel rispetto dei vigenti strumenti urbanistici, dei limiti e divieti imposti da norme di carattere generale, delle disposizioni contenute nel Codice della Strada e nel relativo regolamento di esecuzione.

4. Il Piano comprende:

- gli elaborati grafici, sui quali sono riportate le posizioni o le aree consentite per l'installazione delle diverse tipologie dei mezzi pubblicitari su spazi ed aree pubbliche e degli impianti per l'affissione di manifesti;
- le norme tecniche di attuazione e per l'installazione su spazi ed aree private di cartelli ed impianti di pubblicità o di propaganda

5. Il piano generale degli impianti può essere adeguato o modificato entro il 31 ottobre di ogni anno, con decorrenza dall'anno successivo, per effetto delle variazioni intervenute nella consistenza demografica del Comune, dell'espansione dei centri abitati, dello sviluppo della viabilità e di ogni altra causa rilevante che viene illustrata nella motivazione del provvedimento di modifica.

6. Il piano generale degli impianti contempla e salvaguarda gli impianti pubblicitari attualmente esistenti, nei limiti delle prescrizioni dettate dalle norme di attuazione e dal regolamento.

Qualora dei mezzi pubblicitari esistenti si rivelino non conformi alle disposizioni previste dalle presenti norme, si provvederà a notificare all'interessato le nuove posizioni in cui installare il mezzo pubblicitario, nel rispetto delle posizioni utili identificate ai fini del piano generale degli impianti.

7. Nelle more dei contenuti del piano generale degli impianti pubblicitari nel rispetto delle norme del regolamento edilizio e del regolamento di esecuzione e attuazione del Nuovo Codice delle strade, il Comune si riserva la facoltà di autorizzare il collocamento di alcune tipologie di impianti pubblicitari di servizio, qualora, nella sua discrezionalità, lo ritenesse utile e necessario sotto il profilo del pubblico interesse.

8. La concessione è disciplinata da una apposita convenzione, nella quale dovranno essere precisati il numero e la ubicazione degli impianti da installare, la durata della concessione ed il relativo canone annuo dovuto al Comune, nonché tutte le altre condizioni necessarie per un corretto rapporto, come ad esempio: spese, modalità e tempi di installazione, manutenzione, responsabilità per eventuali danni, rinnovo e revoca della concessione e simili.

Art. 11 (*Quantificazione e tipologia degli impianti di pubbliche affissioni e della pubblicità*)

Lo stato di fatto degli impianti occupa ad oggi una superficie pari a 4.052 mq.

La distribuzione degli impianti delle pubbliche affissioni e pubblicità all'interno del centro abitato della città di Lodi è fortemente disomogenea nelle diverse zone; in particolare, le aree di più recente edificazione e la fascia più esterna, a destinazione funzionale pressoché unica (aree residenziali o destinate ad attività terziarie), sono certamente penalizzati nella presenza di impianti pubblicitari sebbene, per le caratteristiche edilizie e per la densità abitativa, esse sembrerebbero le più adatte ad ospitarli in diverse forme, potendo assorbire, tra l'altro, anche i cosiddetti "grandi formati".

I motivi per cui le suddette aree risultano carenti di affissioni rispetto, per esempio, al centro storico, risiedono nella maggiore appetibilità di quest'ultimo da parte della pubblicità soprattutto di natura commerciale. Per le ampie porzioni pedonalizzate e gradevolmente riqualficate, il centro storico della città di Lodi si presenta infatti ad essere percorso da un grande numero di persone al giorno, turisti e cittadini, che possono essere stimolati dalla pubblicità ed informati dalle istituzioni; per altro, si tratta prevalentemente di pubblicità ed informazioni a carattere locale.

Lungo le principali vie di accesso, alla città e al centro della stessa, sono tradizionalmente presenti anche messaggi pubblicitari promossi dalle grandi compagnie che operano a scala nazionale.

Quantità e tipi di affissioni alla data della redazione del presente <i>Piano generale degli impianti pubblicitari (dato arrotondato)</i>	4.052,25 mq
Pubbliche affissioni di natura istituzionale (tabelle verdi)	48,30 mq
Pubblicità di natura commerciale (cartelli)	2.565,31mq
Pubblicità di natura commerciale (tabelle a muro)	793,02 mq
Necrologi	21,16 mq

Tabelle a muro Necrologi	12,58 mq
Pubblicità di natura commerciale (orologi)	14,00 mq
Pubblicità di natura commerciale (trespoli)	62,46 mq
Pubblicità di natura commerciale (cartelli su pali)	32,20 mq
Pubblicità di natura commerciale (Paline Bus)	328,74 mq
Pubblicità di natura commerciale (Pensiline)	125,40 mq
Bacheche	16,18 mq
Pubblicità di natura commerciale (Cartelli/insegne)	33,20 mq
Totale numero di affissioni e pubblicità	mq 4.052,25
Numero di abitanti della città di Lodi	43.332
Quantitativo minimo di legge (in metri quadrati per migliaio di abitanti) da art. 18 D.lgs. 507/93	$(43.332 * 18,00) / 1.000 = 779,976$ mq Con minimo 18 mq per ogni 1.000 abitanti
Quantitativo massimo attualmente ammissibile nel Comune di Lodi (in metri quadrati per migliaio di abitanti)	$(43.332 * 120) / 1.000 = 5.199,84$ mq Con massimo 120 mq per 1.000 abitanti

11. 1 Impianti permanenti

Gli impianti permanenti sono i manufatti che fungono da supporto di messaggi pubblicitari di diverso tipo, quando essi sono saldamente vincolati a terra o a muro e, pertanto, “permanentissimi”.

A seconda del tipo e della collocazione e rispetto alla qualità del messaggio che possono supportare, gli impianti permanenti sono monofacciali, bifacciali e polifacciali se l’esposizione del messaggio avviene da due o più lati contemporaneamente.

Gli impianti permanenti possono essere di “proprietà pubblica” e supportare messaggi di natura istituzionale e commerciale o di “proprietà privata” e supportare messaggi di pubblicità cosiddetta “diretta”.

Dal punto di vista costruttivo ed estetico, gli impianti permanenti di nuova installazione devono garantire, in tutte le componenti (anche in quelle non direttamente visibili) e nell’interezza del manufatto, resistenza agli agenti atmosferici, durevolezza e inalterabilità nel tempo delle forme e dei materiali, gradevolezza nell’aspetto, costanza nella funzione, sicurezza, resistenza alle spinte del vento; devono, inoltre essere, realizzati in modo tale da deformarsi in modo controllato o leggermente elastico nei casi di urto accidentale.

Per l’esposizione dei messaggi, gli impianti devono prevedere appositi alloggiamenti e, come minimo, una cornice metallica con retrostante supporto in lamiera.

Nel caso in cui gli impianti siano costituiti da eventuali cassonetti, questi devono essere dotati di serratura apribile e le parti trasparenti degli stessi devono essere chiuse con cristalli stratificati di spessore minimo di 6 mm o con policarbonato (tipo lexan), di spessore minimo 5 mm.

Nelle situazioni di nuova installazione o di semplice sostituzione, i manufatti collocati all’interno del territorio del Centro Abitato del comune di Lodi e, in particolare, del centro storico devono uniformarsi progressivamente alle logiche di un vero e proprio “sistema” (eventualmente integrandosi al piano d’arredo urbano), codificati come manufatti ammissibili dall’Amministrazione: questo comprende prodotti industriali o progetti da realizzare appositamente, volti comunque alla definizione e alla valorizzazione di un’immagine urbana coordinata e riconoscibile della città di Lodi.

Per le sue caratteristiche chimico-fisiche, estetiche ed ecologiche, si tenderà a privilegiare l'uso dell'acciaio inossidabile non trattato o, in alternativa, l'alluminio estruso verniciato con prodotti antigraffio e antiadesivo; in questo secondo caso, esso sarà del colore grigio antracite preferibilmente con una *texture* goffrata.

Per tutti gli altri metalli che dovessero essere utilizzati, si prescrive che essi siano verniciati in laboratorio con polveri epossidiche, previo trattamento passivante.

L'ancoraggio al suolo o a muro deve avvenire in base a un progetto che riporti le verifiche statiche e dinamiche per il dimensionamento delle fondazioni e delle strutture portanti e il nome del responsabile che, non esplicitamente indicato, coinciderà con il proprietario dell'impianto stesso.

Fra illuminazione diretta, indiretta o riflessa (Legge 46 del 5 marzo 1990. Decreto Legislativo 285 del 30 aprile 1992) si prediligerà quella di tipo indiretto.

Gli impianti permanenti esistenti alla data di adozione del presente *Piano degli impianti pubblicitari* devono essere verificati ed eventualmente mantenuti e adeguati il più possibile in armonia con i principi sopra evidenziati.

Attraverso gli impianti permanenti, i messaggi di pubblicità possono essere esposti sul territorio per periodi di tempo superiori a novanta giorni consecutivi.

11.1.a. Impianti permanenti e messaggi durevoli

Proprietà	Funzione	Durata dell'esposizione
Proprietà pubblica	affissione istituzionale	minimo 90 giorni
	affissione commerciale	minimo 90 giorni
Proprietà privata	affissione pubblicitaria diretta	minimo 90 giorni

L'amministrazione comunale ha la facoltà di concedere l'utilizzo di impianti pubblicitari permanenti posti su beni dei quali ha la proprietà o che appartengano al demanio e al suo patrimonio indisponibile anche a soggetti privati, diversi dal concessionario di pubbliche affissioni, previo pagamento di un canone ulteriore rispetto all'imposta sulla pubblicità e, se necessaria, della tassa per l'occupazione degli spazi ed aree pubbliche.

L'assegnazione avviene a seguito di gara per lotti, individuati in base a criteri di localizzazione, funzionalità ed economicità. Qualora si trattasse di un bene costituito da più immobili appartenenti a un complesso integrato, esso costituirà un unico lotto, così come un unico lotto sarà costituito da singoli impianti sportivi.

La procedura di gara è disciplinata dalla normativa nazionale e comunitaria in materia di appalti pubblici. L'aggiudicatario versa una fidejussione a cauzione a garanzia dell'adempimento degli obblighi contrattuali e il rapporto che si stabilisce con l'amministrazione è disciplinato da un'apposita convenzione contenente la specificazione del canone annuo dovuto, l'indicazione dell'ubicazione degli impianti in oggetto, la ripartizione delle spese, l'evidenziazione delle responsabilità per danni, l'indicazione e le modalità della eventuale rinnovabilità e le conseguenze in caso di revoca della concessione.

La concessione da parte dell'Amministrazione ha durata massima di sei anni e, alla sua scadenza, ovvero alla eventuale risoluzione del rapporto di convenzione, viene avviata una nuova procedura di gara.

Le disposizioni di cui al presente articolo si applicano, in quanto compatibili, all'ipotesi che il comune conceda il diritto di utilizzare propri impianti per l'affissione diretta di manifesti ed altri mezzi pubblicitari, (anche per conto di terzi) a privati diversi dal concessionario di pubbliche affissioni.

11.1.b Tipologie di impianti permanenti

A titolo esemplificativo ma non esaustivo si riportano le definizioni e caratteristiche di alcune tipologie di impianti permanenti.

Insegne

L'insegna, che normalmente porta un messaggio composto semplicemente da un testo e/o da un marchio, può essere opaca, luminosa o illuminata, vincolata a un edificio e collocata a bandiera orizzontale o verticale (dimensioni massime 60x60) rispetto ad esso o, sulle facciate di edifici, frontalmente; l'insegna può avere altresì un supporto proprio come nel caso di pensiline, paline, orologi e altre attrezzature del corredo urbano (cestini, panchine, transenne, paracarri).

Le targhe di esercizio o professionali opache e poste, solo in assenza di vetrine, sullo stipite della porta o, in presenza di particolari difficoltà tecniche, lateralmente ad esso e sui battenti, i messaggi su tenda e le vetrofanie sono assimilate alle insegne; le iscrizioni sul muro che identificano un'attività anche realizzate con tecniche pittoriche direttamente sull'edificio sono anch'esse assimilabile alle insegne.

Preinsegna

Si definisce "preinsegna" la scritta in caratteri alfanumerici, completata da freccia di orientamento, ed eventualmente da simboli e da marchi, realizzata su manufatto bifacciale e bidimensionale, utilizzabile su una sola o su entrambe le facce, supportato da una idonea struttura di sostegno, finalizzata alla pubblicizzazione direzionale della sede dove si esercita una determinata attività ed installata in modo da facilitare il reperimento della sede stessa e comunque nel raggio di 5 km. Non può essere luminosa, né per luce propria né per luce indiretta.

Cartello stradale semplice o con cassonetto luminoso o illuminato

Attrezzatura vincolata al suolo da idonea struttura di sostegno, finalizzate alla disposizione di messaggi in formati modulari di tipo pubblicitario commerciale o istituzionale e propagandistico; essa può esporre messaggi su una facciata (cartello monofacciale) o su due (cartello bifacciale) mediante pannelli serigrafati.

Questa attrezzatura può essere dotata di cassonetto luminoso o illuminato fisso o rotante: essa supporta messaggi fissi o variabili a rotazione, ma non filmati o immagini in movimento.

Tabella murale semplice o con cassonetto luminoso o illuminato

Attrezzatura vincolata a muro da idonea struttura di sostegno, finalizzata all'esposizione di messaggi in formati modulari di tipo pubblicitario commerciale o istituzionale e propagandistico, su una sola faccia (monofacciale).

Essa può essere dotata di cassonetto luminoso o illuminato fisso e supporta messaggi fissi o variabili a rotazione, ma non filmati o immagini in movimento.

Tabelloni luminosi pubblicitari a LED

Attrezzatura vincolata a terra da idonea struttura di sostegno, finalizzata all'esposizione di messaggi pubblicitari luminosi trasmessi in superficie del pannello mediante il sistema a led.

Questi tabelloni hanno dimensioni modulari con dimensione minima 1,90x0,90 m e dimensione massima 3x2 m.

La loro localizzazione è da individuarsi su provvedimento della giunta.

Trespolo (anche polifacciale) o totem

Attrezzatura tridimensionale, vincolata al suolo da una struttura di sostegno variabile (più leggera e visibile nel trespolo e coincidente con l'intera sagoma, nel *totem*), finalizzata all'esposizione di messaggi di tipo pubblicitario commerciale o istituzionale e propagandistico sia direttamente sia con sovrapposizione di altri manifesti, teli o simili su più facce (trespolo o totem polifacciali).

11.1.c Strutture apposite integrate a elementi di arredo o corredo urbano.

Quadro informativo

Struttura solidamente vincolata a terra o a muro finalizzata alla diffusione di messaggi pubblicitari mediante l'applicazione di pannelli serigrafati o simili affiancati a una planimetria della città o della zona.

Il messaggio può essere esposto su una o due facce (quadro bifacciale).

Il quadro può essere dotato di cassonetto luminoso o illuminato fisso.

Struttura integrata a una pensilina

Struttura rigidamente vincolata a una pensilina, finalizzata alla diffusione di messaggi istituzionali o pubblicitari, direttamente o con sovrapposizione di manifesti, pannelli serigrafati e simili.

Il messaggio può essere esposto su una o due facce (struttura bifacciale).

La pensilina può essere dotata di impianto luminoso o illuminante.

Struttura aggiuntiva a una palina informativa

Struttura integrata con palina informativa.

Il messaggio può essere esposto direttamente su una o due facce (struttura bifacciale).

Struttura aderente a cestino o cestone portarifiuti

Struttura integrata a cestini portarifiuti, ad esso rigidamente vincolata, finalizzata alla diffusione di messaggi pubblicitari, con l'esposizione di pannelli serigrafati o simili.

Struttura integrata a una transenna parapetonale

Struttura solidamente vincolata a una transenna pedonale che consente l'esposizione di messaggi pubblicitari di superficie inferiore a un metro quadrato, con l'esposizione di pannelli serigrafati o simili.

Struttura integrata a un orologio o simile

Struttura integrata a orologi barometri ecc... e ad essi rigidamente vincolata, finalizzata alla diffusione di messaggi pubblicitari, con l'esposizione di pannelli serigrafati o simili.

Il messaggio può essere esposto su una o due facce (struttura bifacciale).

La struttura può essere dotata di apposito cassonetto luminoso o illuminato.

Per tipi di impianto permanente non riconducibili al precedente elenco si farà riferimento ad una delle categorie sopra descritte ed alle prescrizioni della categoria scelta.

11.2. Installazioni temporanee

Si tratta di apparecchiature temporanee poste sul territorio per l'esposizione di messaggi commerciali o istituzionali realizzati con materiali di qualsiasi natura su cui è direttamente esposto il messaggio: le installazioni di questi tipo non hanno caratteristiche di impianto permanente perché sono privi di rigidità propria e mancanti di superfici di appoggio.

I messaggi temporanei possono essere esposti sul territorio per periodi di tempo non superiori a sessanta giorni consecutivi.

In ogni caso, le installazioni temporanee, anche durante la fase di montaggio, devono recare il minor disturbo possibile alla circolazione, non devono generare occasioni di pericolo alla stessa, devono essere realizzate con materiali e tecniche durevoli per tutto il tempo di esposizione previsto, inattaccabili e non degradabili dagli agenti atmosferici.

Installazioni e messaggi temporanei

Proprietà	Funzione	Durata dell'esposizione
Proprietà pubblica	affissione istituzionale	massimo 60 giorni
	affissione commerciale	massimo 60 giorni
Proprietà privata	affissione pubblicitaria diretta	massimo 60 giorni

11.2.a Tipologie di installazioni temporanee

A titolo esemplificativo ma non esaustivo si riportano le definizioni e caratteristiche di alcune tipologie di impianti temporanei.

Striscione

Elemento bidimensionale situato trasversalmente o teso su vie o piazze a sviluppo prevalentemente orizzontale, di superficie complessiva non superiore a 10,0 mq e altezza minima dal suolo di 5,10 metri.

L'esposizione di striscioni è limitata al periodo di svolgimento della manifestazione, dello spettacolo o della iniziativa cui si riferisce, oltre che alla settimana precedente ed alle ventiquattro ore successive allo stesso.

Le distanze dagli altri cartelli e mezzi pubblicitari, previste dai commi 2 e 4 dell'art. 51 del Regolamento del Codice della Strada, si riducono rispettivamente a 50 m ed a 12,5 m.

Stendardo

Elemento bidimensionale, di sviluppo prevalentemente verticale, di superficie complessiva non superiore a 3,0 mq. L'altezza minima dal suolo è di 2,4 metri nelle aree pedonali e 5,0 metri nelle aree aperte al traffico veicolare.

L'esposizione di stendardi è ammessa per la promozione pubblicitaria di manifestazioni e spettacoli, ed è limitata per il periodo di svolgimento della manifestazione, dello spettacolo e dell'iniziativa cui si riferisce, oltre che alla settimana precedente e alle ventiquattro ore successive allo stesso.

Le distanze dagli altri cartelli e mezzi pubblicitari, previste dai commi 2 e 4 dell'art. 51 del Regolamento del Codice della Strada, si riducono rispettivamente a 50 m ed a 12,5 m.

Locandina

Struttura precaria poggiante al suolo con propria struttura di sostegno finalizzata alla esposizione di messaggi pubblicitari o propagandistici, sia direttamente sia mediante l'utilizzo di altri elementi quali manifesti cartacei e simili.

L'esposizione di locandine è ammessa per la promozione pubblicitaria di manifestazioni e spettacoli, ed è limitata per il periodo di svolgimento della manifestazione, dello spettacolo e dell'iniziativa cui si riferisce, oltre che alla settimana precedente e alle ventiquattro ore successive allo stesso.

Le distanze dagli altri cartelli e mezzi pubblicitari, previste dai commi 2 e 4 dell'art. 51 del Regolamento del Codice della Strada, si riducono rispettivamente a 50 m ed a 12,5

Mezzo pittorico

Messaggio pubblicitario di superficie superiore a 18,0 mq vincolato a impalcature edilizie, ponteggi o recinzioni di cantiere; esso è assimilabile ai messaggi di pubblicità temporanea, esposti per una durata non superiore a diciotto mesi.

11.3. Criteri di riordino

Come conclusione delle problematiche amministrative che stanno alla base di questo strumento normativo, si vuole evidenziare come il nuovo *Piano* per i messi pubblicitari costituisce comunque l'occasione per il sostanziale riordino di una parte importante del paesaggio urbano del comune di Lodi.

In questo senso l'Amministrazione di Lodi, con la collaborazione dei destinatari di questo Piano, si propone, fra l'altro, di produrre, nel prossimo tempo, ma con solerte celerità, un progressivo riordino di tutto il sistema di apparecchiature per la pubblicità in modo che concorrano anch'esse non solo al raggiungimento della massima qualità urbana auspicabile ma, addirittura, che contribuiscano alla continuazione della sua identità specifica: è evidente, infatti, che un maggior ordine nella collocazione dei supporti per la pubblicità e la loro rarefazione numerica a vantaggio della dimensione in relazione anche alla tipologia dei luoghi, consente di apprezzare le retrostanti realtà architettoniche e monumentali del contesto urbano, mentre la maggiore manifestazione stilistica e dimensionale di supporti consente una appetibile riduzione del rumore semantico sullo spazio pubblico.

L'Amministrazione di Lodi intende in realtà:

- caldeggiare la concentrazione del messaggio in minor numero di supporti (anche polifacciali);
- privilegiare l'impegno di grandi formati in sostituzione di più quantitativi di metri quadri in formato inferiore;
- unificare progressivamente la tipologia costruttiva e materica dei supporti;
- privilegiare la sistemazione di nuovi impianti o la commutazione di quelli vecchi in ambienti urbani utilmente caratterizzati dalla presenza di traffico e di parcheggi: la loro schermatura con vantaggi promozionali ne produce peraltro l'impatto.

11.3.a Dati quantitativi, definizione dei segmenti percentuali e considerazioni qualitative

La distribuzione attuale degli impianti pubblicitari sul territorio della città di Lodi evidenzia una situazione variegata.

In particolare, dal censimento allegato a queste *Norme tecniche*, risulta un quantitativo di spazio disponibile per la pubblicità di 4.052,55 metri quadrati, pari a 93,52 metri quadri per 1.000 abitanti e a circa 1.930,60 metri quadrati per chilometro quadrato di superficie comunale.

Numero di abitanti della città di Lodi alla data della redazione del <i>Piano generale degli impianti pubblicitari</i>	43.332
Quantitativo massimo ipotizzato con il <i>Piano generale degli impianti pubblicitari</i>	$(43.332 * 120) / 1.000 = 5.199,84$ mq Con massimo 120 mq ogni 1.000 di abitanti
Quantitativo massimo ipotizzato con il <i>Piano generale degli impianti pubblicitari</i> per le pubbliche affissioni di natura istituzionale. (si cui 5% per l'affissione politica e sindacale)	$5.199,84 * 20\% = 1.039,96$ mq
Pubbliche affissioni istituzionali 21% (di cui 5% per l'affissione politica e sindacale)	851,03 mq (di cui mq 42,55 per l'affissione politica e sindacale)
Quantitativo massimo con il Piano generale degli impianti pubblicitari per le pubbliche affissioni di natura commerciale	$5.199,84 * 80\% = 4.159,87$ mq
Pubbliche affissioni commerciali 79%	3.201,51 mq
Totale pubbliche affissioni 100%	4.052,55 mq
Quantitativo massimo ipotizzato con il <i>Piano generale degli impianti pubblicitari</i> per la pubblicità esterna	$5.199,84 * 40\% = 2.079,93$ mq
Pubblicità esterna 43%	1.742,49 mq

Ai sensi dell'art. 3, comma 3, del *Decreto Legislativo 507 del 1993*, la superficie degli impianti per le pubbliche affissioni ipotizzata dal presente Piano, è così ripartita:

- a. Affissioni di natura istituzionale (cioè finalizzate ad adempiere ad obblighi di legge) ed altre affissioni prive di rilevanza commerciale o comunque economica in quanto di natura sociale, culturale o sportiva, costituenti funzione prioritaria del servizio delle pubbliche affissioni: venti per cento, di cui il cinque per cento riservato all'attività politica e sindacale.
- b. Affissioni di natura commerciale o comunque aventi rilevanza economica, svolte dal servizio delle pubbliche affissioni e costituenti funzione accessoria del medesimo servizio: quaranta per cento.
- c. Affissioni dirette, anche per conto di terzi, effettuate su spazi pubblici e da soggetti diversi dal concessionario del pubblico servizio: quaranta per cento.
Salvo sia diversamente disposto da altre norme di legge o regolamenti, l'affissione è sottoposta alle seguenti limitazioni.
- d. Per decessi in giorni festivi o prefestivi le imprese di pompe funebri possono affiggere direttamente avvisi, annunci o manifesti negli spazi a ciò destinati e nel rispetto del presente regolamento.

Art. 12 (*Installazione di impianti per affissione e concessione a soggetti privati*)

1. Gli impianti destinati all'affissione di manifesti vengono installati ad esclusiva cura del Comune, nelle quantità e posizioni previste nel piano generale.
2. Per la concessione a soggetti privati di impianti per affissione di manifesti, il Comune individua il contraente mediante gara ad evidenza pubblica.

3. Il procedimento di individuazione dei contraenti viene svolto sulla base della normativa vigente in materia.

4. Per l'ammissione alla gara, oltre ai requisiti di legge, il Comune può introdurre ulteriori vincoli aggiuntivi.

5. Nel procedimento concorsuale, il Comune individua il numero e le posizioni degli impianti da concedere, la durata del contratto, il canone di affitto, l'entità del deposito cauzionale ed altre clausole.

CAPO II

EFFETTUAZIONE DELLA PUBBLICITA'

Art. 13 (Forme di pubblicità consentita)

1. L'installazione di mezzi pubblicitari lungo le strade od in vista di esse fuori dai centri abitati consentita dall'art. 23 del D.Lgs. 30 aprile 1992, n.285 e s.m.i., è soggetta alle condizioni, limitazioni e prescrizioni previste da detta norma e dalle modalità di attuazione della stessa stabilite dal par. 3° - capo I - titolo II - del regolamento emanato con il D.P.R. 16 dicembre 1992, n. 495.

2. Viene resa obbligatoria la rimozione di un mezzo pubblicitario venuto a scadenza o per qualunque altra causa, la rimozione a cura del titolare di tutti i supporti, basamenti allacciamenti ecc. e la rimessa e ripristino a regola d'arte del sedime.

Non è ammesso lasciare in opera o collocare ex novo mezzi pubblicitari privi delle indicazioni dell'attività da pubblicizzare.

Si assimilano al predetto divieto quei mezzi recanti le sole diciture "pubblicità in allestimento" o simili o recanti i soli estremi della ditta costruttrice del mezzo.

Art. 14 (Domanda di autorizzazione)

1. L'installazione di mezzi pubblicitari e l'esposizione della pubblicità sono soggette ad autorizzazione espressa. La domanda di autorizzazione deve essere presentata all'ufficio preposto per l'esposizione dei cartelli, insegne di esercizio ed altri mezzi pubblicitari, collocati lungo le strade o in vista di esse, nonché per la pubblicità fonica, dai soggetti direttamente interessati o da operatori pubblicitari regolarmente iscritti alla C.C.I.A.A.. L'istanza in bollo deve indicare, pena l'inammissibilità, il nominativo del richiedente, il tipo e le dimensioni della pubblicità, l'orientamento rispetto alla strada (parallela o ortogonale e se in aderenza al fabbricato), l'ubicazione (suolo pubblico o privato o area privata gravata da servitù di pubblico passaggio, area pertinenziale, edificio o area soggetti a vincoli), il periodo di esposizione, il rispetto delle distanze minime prescritte e della normativa in materia di inquinamento luminoso. In caso di installazione su area privata o pertinenziale va indicato il nulla osta degli altri proprietari. Le insegne di esercizio e le targhe professionali con superficie complessiva fino a 5 mq, sono soggette alla presentazione di una domanda di autorizzazione. Il rilascio delle autorizzazioni al posizionamento ed alla installazione di cartelli ed altri mezzi pubblicitari fuori dai centri abitati, sulle strade ed aree pubbliche comunali ed assimilate o da esse visibili, è soggetto alle disposizioni stabilite dall'art. 53 del D.P.R. 16 dicembre 1992, n. 495.

2. Il rilascio delle autorizzazioni al posizionamento ed alla installazione di insegne, targhe, cartelli ed altri mezzi pubblicitari nei centri abitati è di competenza del Comune, salvo il preventivo nulla-osta tecnico dell'ente proprietario se la strada è statale, regionale o provinciale, in conformità al quarto comma dell'art. 23 del D.Lgs. 30 aprile 1992, n. 285.

3. Il soggetto interessato al rilascio dell'autorizzazione presenta la domanda presso l'ufficio preposto; l'autorizzazione è nominativa. Il subingresso nella titolarità dell'autorizzazione avviene previa presentazione della domanda nei casi previsti dalla legge (L.310/93). La cessione anche di un solo cartello pubblicitario è cessione del ramo d'azienda. La domanda deve contenere la dichiarazione, ai sensi dell'art.51 del D.Lgs. 30 aprile 1992, n. 285, che il mezzo pubblicitario è conforme a quello autorizzato ed alle norme del Codice della Strada. Altre variazioni societarie saranno annotate sulla autorizzazione originaria.

4. Per la modifica strutturale, tipologica, dimensionale o per lo spostamento dei mezzi pubblicitari, deve essere presentata apposita istanza in bollo con esclusione della documentazione già in atti alla precedente domanda di autorizzazione.

5. Nel caso di autorizzazioni per la concessione di spazi destinati ai privati per l'effettuazione di affissioni dirette, le stesse saranno rilasciate secondo l'ordine di presentazione delle domande e nei limiti delle percentuali ad esse destinate. Tali impianti devono essere usati solo per affissioni commerciali.

Art. 15 (*Allegati alla domanda di autorizzazione*)

1. La domanda di autorizzazione deve contenere la seguente specifica documentazione:

A) le insegne di esercizio e gli altri mezzi pubblicitari, da collocare nella sede dell'attività o nelle pertinenze accessorie alla stessa, sono soggetti ad autorizzazione espressa. La domanda di autorizzazione deve contenere la seguente specifica documentazione:

- *N. 1 documentazione fotografica attuale*, comprendente due o più foto a colori, che illustrino dettagliatamente il punto d'installazione, la facciata dell'intero edificio e l'ambiente circostante. Le foto non devono essere manomesse né con scritte né con disegni, ad eccezione di quelle relative al collocamento di targhe professionali, sulle quali deve essere indicato con un segno grafico il punto d'installazione;

- *N. 2 copie dei progetti o disegni* in scala quotata 1:100 o fotoinserimenti della facciata dell'edificio, riportante l'esatto inserimento figurativo del mezzo pubblicitario, sia esso posto in aderenza al fabbricato che collocato, con staffe, in modo ortogonale alla strada;

- *N. 2 bozzetti* a colori, che consentano la chiara e nitida leggibilità dell'intero messaggio pubblicitario;

- *N. 2 elaborati grafici* in scala 1:100 contenenti la rappresentazione planimetrica e il disegno quotato della struttura di sostegno per il mezzo pubblicitario installato in modo ortogonale alla strada o, se pur parallelo, non in aderenza al fabbricato, sia che venga ancorato a parete sia che venga fissato al suolo.

In entrambi i casi, va inoltre riportata la profondità (spessore, lato) del mezzo pubblicitario e la sua eventuale proiezione (in centimetri) su suolo pubblico;

La planimetria deve contenere:

_ indicazione della proprietà dell'area (pubblica o privata), delimitando la sede dell'attività e l'area pertinenziale accessoria;

_ l'esatto punto di collocazione dell'impianto;

_ la distanza del lato aggettante del mezzo pubblicitario dalla carreggiata;

_ la distanza da terra del bordo inferiore del mezzo pubblicitario;
_ la profondità (spessore, lato) del mezzo pubblicitario e la sua eventuale proiezione (in centimetri) su suolo pubblico;

_ l'esistenza di segnali stradali di pericolo e di prescrizione e di indicazione, di impianti semaforici, di intersezioni, di altri cartelli e mezzi pubblicitari, presenti 35 metri prima e dopo il punto in cui s'intende collocare il mezzo oggetto della domanda, indicandone le relative distanze.

Fuori dai centri abitati, il tratto di strada da rappresentare viene elevato a 250 metri prima e 150 dopo il punto d'installazione;

Per le aree o edifici vincolati ai sensi del D. Igvo 42/04 è necessario allegare l'autorizzazione paesaggistica e/o della Soprintendenza.

- *N. 1 "autodichiarazione"*, nella quale deve essere attestato che il manufatto che s'intende collocare è stato calcolato, realizzato e verrà posto in opera, tenendo conto della natura del terreno e della spinta del vento, in modo da garantire la stabilità. L'attestazione va presentata in carta semplice con dichiarazione sostitutiva di atto notorio e deve essere firmata dal soggetto interessato al rilascio dell'autorizzazione oppure dal costruttore o dall'installatore dell'impianto.

Sono escluse dall'obbligo le targhe professionali e le scritte pittoriche realizzate su pareti preesistenti e su vetrine, comprese le vetrofanie.

- Planimetria della zona con indicazione della sede dell'attività;

B) la domanda di autorizzazione per l'installazione di cartelli e altri mezzi pubblicitari lungo le strade deve contenere la seguente specifica documentazione:

- *n. 2 copie della scheda tecnico-descrittiva*, contenente tutti i dati relativi al luogo di installazione, che dovrà essere georeferenziato mediante l'utilizzo delle coordinate GAUSBOAGA o WGS84 al posizionamento, distanze e tipologia del mezzo pubblicitario;

- *n. 2 copie della documentazione fotografica*, comprendente tre fotografie a colori, recenti, chiare e nitide, che illustrino dettagliatamente il punto di installazione. Due di queste dovranno avere ampia angolazione che permetta di avere una visione completa e d'insieme del luogo in cui si intende installare il cartello pubblicitario. Dovranno inoltre riportare l'esatto inserimento figurativo del mezzo pubblicitario e relativo messaggio, mediante sovra montaggio, in proporzione con il contesto urbano circostante;

- *n. 2 copie della rappresentazione planimetrica*, in scala 1:1000, riportante, in modo dettagliato:

• l'esatto punto di installazione;

• la distanza del lato aggettante del mezzo pubblicitario dalla carreggiata;

• l'esistenza di segnali stradali di indicazione, di pericolo e di prescrizione, di impianti semaforici, di intersezioni, di imbocchi di gallerie, punti di tangenza di curve come definite all'art. 3 comma 1, punto 20) del Codice della Strada. L'esistenza di altri cartelli e mezzi pubblicitari, presenti 30 metri prima e dopo dal punto di installazione, nel senso di marcia, dentro il centro abitato, e di 250 metri dopo e 150 prima, dal punto di installazione, nel senso di marcia, fuori dal centro abitato con limite di velocità superiore ai 50 Km/h, indicandone esattamente le relative distanze;

- *n. 2 copie dei rilievi quotati*, in scala almeno 1:100, della sezione stradale oggetto dell'installazione, con l'inserimento del cartello pubblicitario;

- *n. 2 copie della planimetria della zona* con l'indicazione dell'esatto punto di installazione del cartello pubblicitario;

- *n. 2 bozzetti a colori*, che consentano la chiara e nitida leggibilità dell'intero messaggio pubblicitario;

- *n. 1 dichiarazione sostitutiva dell'atto di notorietà*, nella quale deve essere attestato che il manufatto, che si intende installare, è stato calcolato, realizzato e verrà posto in opera, tenendo conto della natura del terreno e della spinta del vento, in modo da garantirne la stabilità. La dichiarazione deve essere firmata dal soggetto interessato al rilascio dell'autorizzazione oppure dal costruttore o dall'installatore dell'impianto pubblicitario;

C) dichiarazione sostitutiva dell'atto di notorietà, redatta e sottoscritta dal legale rappresentante o un tecnico abilitato iscritto al relativo albo professionale, che attesti che la posizione richiesta per l'installazione dell'impianto pubblicitario è conforme alle norme e alle disposizioni contenute nel Codice della Strada e relativo Regolamento di esecuzione (D.P.R. 495/1992), nel Regolamento Comunale della Pubblicità e delle Pubbliche Affissioni e nel Piano Generale degli Impianti e che la rappresentazione dello stato attuale, evidenziata negli elaborati grafici allegati all'istanza, è conforme allo stato dei luoghi.

- Per le tende e cappottine parasole, la documentazione da produrre è specificata al successivo art. 23, mentre per i mezzi pubblicitari da esporre in aree ed edifici vincolati la documentazione è specificata ai successivi artt. 21 e 22.

- Tutta la documentazione presentata a corredo della domanda di autorizzazione, deve essere datata e firmata dal richiedente.

- Il responsabile del procedimento istruisce la richiesta, acquisendo direttamente i pareri tecnici - se necessari - delle unità organizzative interne ed entro 60 giorni dalla presentazione concede o nega l'autorizzazione. Il diniego deve essere motivato. Trascorsi 60 giorni dalla presentazione della richiesta senza che sia stato emesso alcun provvedimento l'interessato, salvo quanto previsto dal successivo comma, può procedere all'installazione del mezzo pubblicitario, previa presentazione, in ogni caso, della dichiarazione ai fini dell'applicazione dell'imposta di pubblicità.

- E' facoltà del responsabile del procedimento chiedere motivatamente ulteriori elementi documentali qualora ritenuti necessari per la valutazione dell'istanza.

- Il responsabile del procedimento assegna all'interessato il termine per l'integrazione della documentazione mancante. Trascorso inutilmente il termine concesso, la domanda viene archiviata.

- Qualora dalla documentazione presentata risultasse l'avvenuta installazione della pubblicità oggetto della domanda, si procederà all'automatica emissione dell'avviso di accertamento per il recupero coattivo dell'imposta di pubblicità ed alla contestazione delle violazioni regolamentari e di legge con l'applicazione delle relative sanzioni.

Art. 16 *(Casi di esenzione dall'autorizzazione)*

1. Non sono soggette ad autorizzazione le seguenti forme pubblicitarie:

a) pubblicità realizzata all'interno dei locali adibiti alla vendita di beni o alla prestazione di servizi, nonché i mezzi pubblicitari, ad eccezione delle insegne di esercizio a carattere permanente, esposti nelle vetrine e sulle porte di ingresso dei locali medesimi, purché siano attinenti all'attività in essi esercitata e non superino, nel loro insieme, la superficie complessiva di mezzo metro quadrato per ciascuna vetrina o ingresso;

b) avvisi al pubblico esposti nelle vetrine o sulle porte di ingresso dei locali, nonché quelli riguardanti la localizzazione e l'utilizzazione dei servizi di pubblica utilità, che non superino la superficie di mezzo metro quadrato;

c) avvisi al pubblico riguardanti la locazione o la compravendita degli immobili su cui sono affissi, di superficie non superiore ad un quarto di metro quadrato;

d) le locandine di cui all'art. 27, comma 2;

e) l'esposizione provvisoria di locandine ed altri manufatti di propaganda di cui all'art. 32, comma 3;

f) i listini prezzi ed i menù, la cui esposizione sia obbligatoria secondo la normativa vigente, qualora non superino il mezzo metro quadrato;

g) manifesti ed avvisi di natura politica o culturale, di superficie non superiore a un metro quadrato, posti su automezzi;

h) tutti i casi relativi alla distribuzione di volantini di natura politica, culturale, sociale;

- i) standardi richiesti dagli Uffici Comunali, da collocare in Centro Storico, secondo le tipologie e le ubicazioni concordate con l'ufficio preposto per la promozione di attività e per eventi che rivestono carattere di pubblico interesse, con la presenza o meno di sponsor commerciali, previa richiesta al competente ufficio comunale che valuta la disponibilità degli spazi. In presenza di sponsor è comunque dovuta la presentazione della dichiarazione fiscale a norma dell'art. 8 del D.Lgs. n. 507/93 per il relativo pagamento dell'imposta;
- j) pubblicità, non visibile dall'esterno, effettuata all'interno di stadi, impianti sportivi e ricreativi in genere, cinema, stazioni dei servizi pubblici di trasporto pubblico di ogni genere e centri commerciali. E' comunque dovuta la presentazione della dichiarazione fiscale a norma dell'art. 8 del D.Lgs. n. 507/93 per il relativo pagamento dell'imposta, qualora la pubblicità non rientri nelle fattispecie di esenzione previste dall'art. 17, comma 1, lett. e), f) del D.Lgs sopra citato e dall'art. 1, comma 128, della L. 266/2005;
- k) l'esposizione temporanea della pubblicità relativa a vendite promozionali o straordinarie, che non superi complessivamente la superficie di tre metri quadrati per ciascuna vetrina o ingresso. E' comunque dovuta, corredata dal bozzetto del messaggio pubblicitario con relative misure, la presentazione della dichiarazione fiscale, a norma dell'art. 8 del D.Lgs. n. 507/93, per il pagamento dell'imposta, qualora la pubblicità non rientri nelle fattispecie di esenzione previste dall'art. 17, comma 1 lettere a), b) del D.Lgs. sopra citato.

Art. 17 *(Procedimento amministrativo)*

1. I termini di conclusione dei procedimenti decorrono dalla data di ricevimento della domanda. Nei casi in cui l'intervento ricada su immobile o in area tutelata ai sensi del D.Lgs. n. 42/04 e successive modificazioni ed integrazioni, i termini di cui sopra rimangono sospesi per il tempo previsto per il rilascio delle autorizzazioni da parte delle singole Autorità competenti.

Art. 18 *(Rilascio dell'autorizzazione)*

1. Il documento di autorizzazione, firmato dal responsabile del provvedimento, deve essere ritirato dal richiedente entro 60 gg dalla data di comunicazione di adozione del provvedimento. In caso contrario l'autorizzazione decade automaticamente e l'eventuale riproposizione va formulata nei modi e termini previsti dal presente regolamento.

2. Il documento di autorizzazione va custodito presso il luogo di esercizio, o presso la sede dell'intestatario dello stesso, ed esibito su richiesta del personale addetto ai controlli.

Art. 19 *(Durata e rinnovo dell'autorizzazione)*

1. L'autorizzazione ha validità per tre anni ed è rinnovabile.

2. La domanda di rinnovo, redatta su carta legale, va presentata almeno 90 giorni prima della scadenza riportata sul documento di autorizzazione a pena di decadenza dell'autorizzazione originaria.

3. La domanda di rinnovo in bollo deve contenere la seguente specifica documentazione:

- una rappresentazione planimetrica come indicato al punto C) del precedente

art.15, oppure una dichiarazione sostitutiva di atto di notorietà, qualora non siano intervenute variazioni dello stato dei luoghi;

- n. 2 foto attuali e datate dell'impianto pubblicitario con i coni ottici di ripresa nelle due direzioni di marcia.

4. L'autorizzazione per le insegne di esercizio e gli altri mezzi pubblicitari posti nella sede dell'attività cui si riferiscono o nelle pertinenze accessorie alla stessa è a tempo indeterminato.

5. Nel caso di trasferimento di sede, l'interessato non ha più titolo per mantenere in opera i mezzi pubblicitari autorizzati presso il precedente luogo di esercizio, per cui il documento autorizzativo s'intende automaticamente decaduto.

6. La dichiarazione di cessazione di mezzi pubblicitari, presentata a qualsiasi titolo, comporta l'automatica decadenza della relativa autorizzazione comunale e l'eventuale ricollocamento dei medesimi deve essere richiesto con una nuova istanza in bollo, in conformità al presente Regolamento.

Art. 20 *(Targhetta di identificazione)*

1. Su ogni mezzo pubblicitario, ad eccezione delle insegne di esercizio, targhe e vetrofanie, deve essere apposta, a cura e spese del titolare dell'autorizzazione, una targhetta metallica di modeste dimensioni ed in posizione facilmente leggibile, sulla quale vanno incisi i seguenti dati di riconoscimento:

- l'intestazione "Comune di Lodi";
- il nome del soggetto titolare dell'autorizzazione;
- il numero dell'atto (numero di repertorio e anno di rilascio);
- nome della via e numero civico (per gli impianti stradali, ove individuabile, il progressivo chilometrico);
- la data di scadenza.

Per i mezzi pubblicitari per i quali risulti difficoltosa l'applicazione di targhette, è ammesso che i suddetti dati siano riportati con scritte a carattere indelebile.

2. La targhetta deve essere sostituita ad ogni rinnovo ed ogni volta che interviene la variazione di anche uno solo dei dati in essa contenuti.

Art. 21 *(Esposizione di pubblicità nelle aree soggette a vincoli di tutela ambientale in conformità al D.Lgs 42/04 e successive modificazioni ed integrazioni)*

1. L'installazione permanente di cartelli, insegne di esercizio ed altri mezzi pubblicitari, nell'ambito ed in prossimità di beni paesaggistici, è consentita previo rilascio dell'autorizzazione paesaggistico-ambientale ai sensi del D.lgs 42/04 e successive modificazioni ed integrazioni.

2. La domanda deve essere corredata dei seguenti allegati:

- 4 copie della documentazione fotografica formato minimo 10x15 cm;
- 6 copie del progetto o disegno quotato o fotoinserto dal quale risulti l'esatto inserimento figurativo dei mezzi pubblicitari richiesti;
- 6 copie della relazione paesaggistica semplificata secondo la normativa vigente ;

- 6 bozzetti a colori, chiaramente leggibili, riportanti le dimensioni;
- planimetria della zona interessata dall'intervento.

Gli stampati dettagliati sono disponibili presso gli uffici competenti e in via telematica sul portale del Comune di Lodi.

3. L'esposizione di mezzi pubblicitari collocati all'interno delle vetrine e dei sopraelevati, delle targhe professionali e della pubblicità in forma provvisoria non è soggetta alle procedure previste dal comma 1 del presente articolo.

Art. 22 (*Esposizione di mezzi pubblicitari su edifici soggetti a vincolo specifico in conformità al D.Lgs 42/04*)

1. L'installazione permanente di cartelli, insegne di esercizio ed altri mezzi pubblicitari sugli edifici e nelle aree tutelate come beni culturali è consentita previo rilascio dell'autorizzazione della Soprintendenza per i Beni Ambientali e Architettonici, ai sensi del D.lgs 42/04 e successive modificazioni ed integrazioni.

2. L'istanza in bollo va consegnata alla locale Soprintendenza per i Beni Ambientali e Architettonici o, in alternativa, può essere consegnata agli uffici comunali competenti.

In tal caso deve contenere la seguente specifica documentazione:

- 1 planimetria catastale con l'individuazione dell'edificio interessato;
- 1 documentazione fotografica attuale formato minimo 10x15 cm del prospetto del medesimo edificio;
- 1 bozzetto a colori del mezzo pubblicitario con la descrizione delle caratteristiche costruttive (relazione tecnica);
- 2 copie del progetto.

3. Le disposizioni di cui al precedente comma non si applicano per l'esposizione di adesivi, iscrizioni, cartelli e altre strutture non luminose poste nelle vetrine, porte e finestre, che sono comunque soggette al rilascio dell'autorizzazione di cui all'art. 23 del Codice della Strada (D.Lgs. n. 285/92), fatti salvi i casi di esenzione dalla presentazione della domanda di autorizzazione già previsti dalle presenti norme.

Art. 23 (*Esposizione di insegne ed altre forme pubblicitarie. Regole generali*)

1. I cartelli, le insegne di esercizio e le altre forme pubblicitarie poste in aderenza alle pareti di edifici o nei fornicelli delle vetrine, ovvero collocati a bandiera, devono avere uno sviluppo dimensionale ed una superficie espositiva rapportati e proporzionati ai prospetti degli stessi fabbricati o al fronte stradale.

2. Quando nello stesso edificio sono presenti o previste più attività, la tipologia dell'insegna di esercizio deve essere proposta in modo uniforme nel rispetto degli elementi che caratterizzano l'intera facciata. La collocazione di insegne nell'area comune pertinenziale a più attività deve preferibilmente essere prevista in modo unitario su un'unica struttura.

3. Il colore, il materiale e la forma delle insegne di esercizio, deve costituire motivo di armonizzazione con il contesto urbano circostante e con i prospetti che le ospitano.

4. Le insegne storiche esistenti, relative ai negozi di pregio all'interno del tessuto commerciale consolidato, formano oggetto di conservazione sotto il profilo formale e pertanto sono da ritenersi vincolate al mantenimento dello stato attuale. Si consente il ripristino di insegne storiche, qualora ne venga dimostrata la veridicità, mediante opportuna documentazione.

5. Nelle zone consentite dal presente Regolamento, il collocamento di insegne di esercizio e di altri mezzi pubblicitari di notevole ingombro, che possono costituire una modifica dei prospetti e dei volumi degli edifici è soggetto alle procedure stabilite dallo Sportello Unico Attività Produttive (SUAP) per l'eventuale acquisizione del titolo edilizio.

La medesima procedura è estesa anche alle insegne di esercizio ed ai mezzi pubblicitari di notevole ingombro, sostenuti da strutture infisse a terra.

6. Per l'individuazione di esercizi sprovvisti di affacci su strade e piazze pubbliche, ovvero situati in corti, corticelle, strade e vicoli ciechi, o comunque ubicati in posizione non percepibile dagli abituali percorsi pedonali, è consentita l'esposizione di una sola tabella non luminosa di modesto ingombro, posizionata a parete oppure sostenuta da apposita struttura, nel sito più prossimo all'esercizio.

7. Sulle pareti di particolari edifici, la Giunta Comunale, a suo insindacabile giudizio, può autorizzare l'esecuzione di pitture murali artistiche di grande formato, anche con contenuto commerciale.

8. Lungo o in vista delle strade, è assolutamente vietata l'installazione di insegne di esercizio ed altri mezzi pubblicitari luminosi a luce intermittente, con cambi di colore o comunque in movimento.

9. In caso di modifica dell'assetto viabilistico, sono revocabili le autorizzazioni pubblicitarie già rilasciate, fatta salva la facoltà dell'interessato di chiedere lo spostamento dell'impianto in altro sito.

10. E' vietata l'installazione di insegne di esercizio e altri mezzi pubblicitari volti a pubblicizzare l'attività di somministrazione di alimenti e bevande e/o lo svolgimento di intrattenimenti o simili, esercitata all'interno di Circoli o altri enti privati o pubblici.

11. I cartelli "Vendesi/Affittasi" devono essere collocati sull'immobile in locazione o compravendita secondo criteri ordinati e coerenti con i caratteri architettonici.

Art. 24 *(Esposizione in via permanente di insegne di esercizio e di altre forme pubblicitarie su edifici vincolati, su edifici ubicati in aree vincolate e nei Nuclei di Antica Formazione e su edifici di particolare pregio storico/architettonico)*

Le presenti disposizioni si applicano a tutti gli edifici vincolati, agli edifici ubicati in aree vincolate e nei Nuclei di Antica Origine e agli edifici di particolare pregio storico/architettonico.

1. Le insegne di esercizio e le altre forme pubblicitarie vanno di regola inserite negli spazi appositamente progettati e concessi, nei sopraluce (purché non siano obbligatoriamente apribili a fini igienico-sanitari), nelle aperture delle vetrine e porte, presenti al solo piano terreno.

2. Sui prospetti degli edifici, limitatamente al piano terreno, è ammessa la sola installazione di insegne di esercizio, intese come messaggio recante la denominazione della ditta, la ragione sociale, ovvero l'indicazione generica delle merci vendute o dei servizi offerti. Nel medesimo mezzo è possibile associare il logo della ditta e/o i marchi dei prodotti in vendita o dei servizi offerti.

3. Agli effetti dell'applicazione delle disposizioni del presente articolo, va tenuto conto della seguente classificazione :

- Classe I: vi appartengono gli edifici vincolati dalla Legge n. 1089/39 e successive modificazioni ed integrazioni;

- Classe II: vi appartengono gli edifici ubicati in aree vincolate dalla Legge n. 1497/39 e successive modifiche ed integrazioni, nonché dalla legge n. 431/85, secondo la classificazione vigente fino al 30 giugno 1997;

- Classe III: vi appartengono gli edifici ubicati nei Nuclei di Antica Formazione, così come delimitati dal P.G.T..;

- Classe IV: vi appartengono gli edifici di particolare pregio storico/architettonico (a titolo esemplificativo: architettura minore) non appartenenti alle precedenti Classi.

4. La realizzazione e l'installazione di insegne di esercizio sui prospetti di edifici vincolati e di quelli ubicati nelle aree vincolate devono essere risolte in maniera coerente, secondo un progetto attento alla situazione del contesto ambientale e gli interventi sono sempre assoggettati alle relative specifiche procedure disposte dalle leggi di tutela.

5. Il collocamento di insegne di esercizio e di altre forme pubblicitarie nelle aperture murarie degli edifici appartenenti alle Classi I e II (sopraluce, fori, fornici, ecc.) è ugualmente sottoposto alle procedure di cui al precedente comma.

6. Per gli edifici appartenenti alle Classi III e IV, il proponente deve presentare una soluzione progettuale di elevata qualità formale in rapporto alla situazione edilizia e ambientale.

7. Vetrofanie, vetrografie – Sono ammissibili in tutte le Classi. Le vetrofanie sono inseribili all'interno delle vetrate, purché la composizione e le tecniche di esecuzione vengano accuratamente studiate e descritte nel progetto. Devono essere evitate realizzazioni con lettere adesive precarie o disordinate.

Le vetrografie (smerigliatura, mussolatura, incisioni ad acido, a mola, ecc., le pitture monocromatiche o colorate) che possono connotare in modo qualificante e significativo l'ambiente, devono essere sempre realizzate con progetto in coerenza con la tipologia dei serramenti preesistenti.

8. Iscrizioni dipinte a parete – Sui prospetti degli edifici appartenenti alla Classe I, ovunque ubicati, è consentita l'iscrizione dipinta a parete di insegne di esercizio, anche accompagnate da marchi o simboli, purché presenti soluzioni di elevata qualità formale riferite di massima a restauro, recupero o ripristino di preesistenze coerenti.

Sui prospetti degli edifici appartenenti alle Classi II, III e IV è compatibile la realizzazione di insegne con la tecnica dell'affresco anche per frontespizi ciechi, purché tutta la parte di prospetto visibile venga risolta in maniera coerente secondo un progetto attento alla situazione del contesto ambientale.

9. Bassorilievi, sculture, mosaici, fregi – Sono ammissibili in tutte le Classi, purché abbiano attinenza con l'attività svolta e rappresentino un'elevata qualità formale in relazione alla situazione edilizia e ambientale, relazionata attraverso un dettagliato progetto.

10. Plance, targhe, pannelli – Sugli edifici appartenenti alle Classi I, II, III e IV, è ammissibile l'esposizione di plance, targhe e pannelli in metallo, dipinto o smaltato, legno, ceramica, pietra e vetro, nel rispetto della natura e del tipo del materiale di paramento esterno e collocati al solo piano terreno.

Essi possono essere collocati nelle vetrine o porte, con forma e dimensioni coerenti con le partiture dei serramenti, nonché nei pieni murari, in assenza di decorazioni o elementi architettonici quali cornici, fasce, ecc., immediatamente sopra le forature, con larghezza ad esse uguale, salvo che in presenza di cornici. In questo caso la larghezza sarà definita dal loro filo esterno.

Sulle finestre, nel caso dimostrato di impossibilità di installazione di insegne di esercizio negli spazi indicati nei precedenti commi, sono inseribili, senza sporgenza alcuna, insegne di diversa tipologia che si armonizzino con il contesto e di dimensione non superiore ad un terzo della forometria: nella Classe I, solo al piano terreno e non luminose; nella Classe II, in tutti i piani ad uso commerciale e non luminose; nelle Classi III e IV, in tutti i piani ad uso commerciale anche di tipo luminoso.

Sono ammissibili sistemi di illuminazione esterna attentamente studiati per garantire un arredo coerente anche ad impianto spento.

11. Filamenti neon – Le insegne di esercizio realizzate con filo neon singolo sono consentite solamente sulle pareti e nelle aperture degli edifici appartenenti alle Classi II, III e IV, nel rispetto dei caratteri formali architettonici presenti sui prospetti.

12. Lettere singole non luminose – Sugli edifici appartenenti a tutte le quattro Classi, sono ammissibili insegne di esercizio realizzate a lettere singole nei seguenti materiali: ottone, bronzo, rame, legno, ceramica, vetro o similari e altri materiali pregiati tradizionali, purché vengano progettate in modo coerente alle facciate e collocate nel rispetto dei particolari formali architettonici dell'edificio.

Esse possono essere inserite nelle aperture, ad eccezione delle finestre, nel rispetto delle partiture dei serramenti, nonché nei pieni murari, purché sia individuato uno spazio adatto, senza mai interessare in maniera casuale o scorretta gli elementi architettonici o decorativi, quali cornici, bugnati, ecc.

Per le attività di interesse pubblico (biblioteche, musei, teatri, ecc.) possono essere previste anche soluzioni ai piani superiori.

13. Lettere singole luminose a luce riflessa o schermata – Sui prospetti degli edifici appartenenti alle Classi II, III e IV, sono ammissibili insegne di esercizio luminose per luce riflessa o schermata, realizzate con materiali di pregio quali ottone, bronzo, rame, ceramica, vetro o similari, legno e altri materiali pregiati tradizionali.

La sporgenza massima dal filo di facciata, supporti e sostegni compresi, non deve essere superiore a 10 centimetri.

Gli elementi di elettrificazione devono essere occultati o sistemati in posizioni accettabili, con effetto ordinato e non casuale. Nei sopraluce delle vetrine è consentita l'installazione di cassonetti a luce riflessa o schermata con frontale intagliato, nei materiali pregiati descritti nel primo capoverso.

14. Insegne di esercizio ed altri mezzi pubblicitari a bandiera – Sugli edifici appartenenti alla Classe I, e alle Classi III e IV, non sono ammissibili insegne bifacciali o altri mezzi pubblicitari a bandiera. Nelle aree della Classe II sono unicamente ammesse insegne di esercizio a bandiera non luminose o a luce indiretta. Non è consentito l'utilizzo per la costituzione dell'insegna d'esercizio di materiale in plastica.

Per le predette insegne di esercizio la superficie massima non deve eccedere i 3 metri quadrati per facciata. Nelle aree vincolate è, comunque, vietata l'installazione di insegna di esercizio o di altri mezzi pubblicitari sui tetti degli edifici.

In deroga alla disposizione di cui al primo capoverso, è consentita l'installazione di una sola insegna a bandiera per le Farmacie, per le rivendite dei generi di Monopolio e per l'individuazione di alberghi, cinema, teatri e garage pubblici. Nei centri abitati è derogabile il rispetto delle distanze minime dalla carreggiata in applicazione dell'art. 23, comma 6, del decreto legislativo N. 285/92.

Le insegne a bandiera delle farmacie e dei generi di monopolio vanno in deroga a tutte le distanze, sia dalla carreggiata che dagli altri cartelli, che dai segnali stradali.

Sempre in deroga alla disposizione di cui al primo capoverso, in tutte le classi è consentito il collocamento di tabelle che richiamano l'antica tradizione e foggia (Tavola 2), per le quali è derogabile il rispetto della distanza dalla carreggiata prevista dall'art. 45 del presente Regolamento.

15. Il mantenimento di insegne preesistenti, viene valutato tenuto conto della situazione relativa al contesto ambientale, previo parere favorevole da parte dei Settori od Enti Competenti (Arredo Urbano, Traffico, SUAP, Soprintendenza, ecc.).

Art. 25 (*Esposizione in via permanente di insegne di esercizio e di mezzi pubblicitari su edifici*)

1) Dette insegne possono essere, realizzate in:

a) lettere o simboli non luminosi, (metallici, in pietra legno, in materiali plastici;

b) lettere dipinte o verniciate su pareti di fondo;

c) lettere o simboli luminosi a luce, diretta (illuminazione interna);

d) lettere o simboli luminosi a luce, indiretta o retro riflettente.

Tali tipologie non sono ammesse per i cartelli.

2) Possono essere collocate nelle zone urbanistiche A, negli edifici con più di 50 anni ovunque ubicati, e negli immobili e località vincolati, ai sensi delle leggi 1089/1939 e 1497/1939, (salvo benessere degli enti preposti alla tutela del vincolo), sono ammesse solo le insegne di cui ai punti a), b), d) del comma 1.

Le insegne non possono essere collocate ad altezze superiori agli estradossi delle finestre del primo piano, salvo che esista una zoccolatura di base dell'edificio, appositamente evidenziata, che si spinga fino ad altezze superiori.

In tale eventualità le insegne potranno essere collocate nei limiti di detta zoccolatura.

3) Le insegne devono essere collocate in posizione organicamente inserita nel disegno dell'edificio e non possono ricoprire elementi di particolari valenza compositiva o decorativa dello stesso come: cornici, lesene marcapiani, archi dipinti ecc..., ma devono occupare solo spazi neutri dell'edificio stesso.

4) L'altezza massima delle lettere dovrà essere proporzionale alla dimensione massima in altezza, delle campiture disponibili e mai superiore ad 1/3 della stessa per caratteri disposti su unica fila, e ad 1/5 della stessa per caratteri disposti, su due o più file.

E' fatto divieto di regolazione con tabelloni, di fondo spessori o similari, eventuali pareti con risalti, per realizzare un appoggio del mezzo pubblicitario disposto su unico livello.

Art. 26 (*Vetrine di esercizio: imposta di pubblicità*)

1. Agli effetti dell'applicazione dei punti a) e b) dell'art. 17 del decreto legislativo N. 507/93, per vetrina di esercizio s'intende quella porzione interna di locale, protetta sul fronte strada da vetrate, nella quale vengono generalmente esposte le merci in vendita.

Conseguentemente, le forme pubblicitarie poste all'esterno delle vetrate, porte e finestre, ad eccezione delle vetrofanie, sono escluse dal regime esonerativo di cui al citato art. 16.

2. Il soggetto passivo di cui all'art. 6, comma 1, del decreto legislativo n. 507/93, deve corrispondere l'imposta di pubblicità in base alla tipologia ed alla superficie complessiva dei messaggi pubblicitari esposti in ogni vetrina o porta, differenziandoli tra luminosi e non luminosi, risultanti dalla dichiarazione prevista dall'art. 8 del medesimo decreto

Art. 27 (*Pubblicità nelle vetrine e porte d'ingresso*)

1. L'esposizione di mezzi pubblicitari luminosi e non luminosi, ad eccezione delle insegne di esercizio permanenti, collocate direttamente sui vetri o all'interno delle vetrine deve intendersi riferita alla sola superficie dello spazio a vetri e non alla dimensione dell'intero foro o fornice.

Tutti i mezzi pubblicitari devono essere realizzati e composti in modo e con tecniche di esecuzione accuratamente studiate.

2. Le locandine e gli avvisi esposti nell'interesse di soggetti terzi, in genere riferite a manifestazioni, spettacoli ed iniziative varie, anche di natura commerciale, devono essere collocati totalmente all'interno dei locali pubblici o aperti al pubblico, con esclusione quindi delle vetrine, porte d'ingresso e finestre, ad eccezione degli avvisi sindacali delle categorie commerciali.

In deroga a tale disposizione, la pubblicizzazione di manifestazioni ed eventi ritenuti di rilevante interesse pubblico, sia sotto il profilo culturale che sociale, e di quelli promossi o patrocinati dal Comune di Lodi, è consentita l'esposizione anche nelle vetrine e porte d'ingresso.

L'esposizione di locandine dovrà avvenire previa presentazione della dichiarazione prevista dall'art. 8 del D.Lgs 507/93, del contestuale pagamento dell'imposta e della relativa timbratura.

Manifesti e locandine non potranno essere affissi solo sugli appositi tabelloni o bacheche o supporti, con assoluto divieto di utilizzo di altre strutture pubbliche o private poste in fregio a spazio pubblici, di uso pubblico o visibili da questi.

E' ammessa la collocazione di manifesti e locandine all'interno di unità immobiliari pubbliche e private, anche se visibili da spazi ed aree pubbliche o di uso pubblico, purché separati da questi ultimi mediante superfici vetrate.

I manifesti e le locandine di promozione di parchi di divertimento, circhi, spettacoli, manifestazioni, iniziative commerciali promozionali o similari a carattere temporaneo sono ammessi, solo nel rispetto delle seguenti limitazioni:

- a) Divieto di collocazione su manufatti, aree e spazi pubblici o di uso pubblico, salvo che in quelli eventualmente assegnati per l'iniziativa;
- b) Applicazione su supporti rigidi opportunamente fissati, con garanzia di stabilità, di resistenza al vento ed alle intemperie;
- c) Applicazione con corde, nastri adesivi, zavorre, ed assoluto divieto di messa di fissaggio quali chiodi, zanche, punte ecc;
- d) Esposizione non prima di 24 ore dall'iniziativa e rimozione a cura dei proponenti non oltre 24 ore dal termine della stessa;
- e) Misure massime dei singoli manifesti cm 120x120.

I cartelli indicanti il percorso di gare, marce, raduni e simili sono ammessi solo nel rispetto delle seguenti limitazioni:

- a) Applicazione esclusivamente mediante nastri adesivi, con divieto di incollaggio e chiodatura;
- b) Esposizione non prima di 24 ore dall'iniziativa e rimozione a cura dei proponenti non oltre 24 ore dal termine della stessa;
- c) Misure massime dei singoli cartelli cm 60x120;
- d) Assoluto divieto di tracciare frecce dipinte su qualsiasi supporto, pavimentazioni stradali comprese.
- e) Sono vietati l'abbinamento o l'interferenza di qualsiasi forma di pubblicità con i segnali stradali. È tuttavia consentito l'abbinamento della pubblicità di servizi essenziali per la circolazione stradale, autorizzato dall'ente proprietario della strada, con segnali stradali, nei casi previsti dalle presenti norme.

3. E' soggetta ad autorizzazione anche la diffusione di messaggi di qualunque natura, effettuata mediante visori o monitor collocati all'interno delle vetrine.

E' altresì soggetto ad autorizzazione il supporto utilizzato dalle agenzie immobiliari, viaggi e similari, contenente i messaggi relativi alla loro attività.

Art. 28 (*Vetrinette e bacheche*)

1. L'esposizione di piccole vetrinette/bacheche "Menù" da collocare sulle facciate esterne di ristoranti e trattorie, con divieto di occupare le componenti lapidee dei prospetti, quali stipiti, spalle, cornici, ecc., è soggetta alla normativa edilizia qualora applicabile.

Nei Nuclei di Antica Formazione le bacheche devono essere costruite in legno naturale o laccato o ferro verniciato.

Nel restante territorio, è consentito anche l'impiego di alluminio non anodizzato. Le misure consentite sono: larghezza massima cm 50, profondità massima cm. 20, per l'altezza è possibile raggiungere l'allineamento superiore del foro della vetrina e/o della linea superiore delle cornici decorative.

2. E' altresì consentito, con le stesse distinzioni territoriali e dimensioni indicate al precedente comma 1, previa autorizzazione edilizia, se prevista, il collocamento di vetrinette porta locandine cinematografiche e teatrali da installare sui prospetti degli edifici dove si svolgono gli spettacoli cui si riferiscono.

3. In ogni caso, è fatto salvo quanto disposto dagli artt. 22 e 23 del presente Regolamento.

4. E' consentito il collocamento sui prospetti di vetrinette e bacheche, qualora autorizzate, destinate a contenere informazioni o messaggi pubblicitari commerciali, purché vi sia disponibilità della superficie.

5. All'interno degli spazi concessi per l'occupazione di aree pubbliche, è consentita l'esposizione di un prezzario su supporto mobile dei prodotti somministrati.

Art. 29 (*Iscrizioni pubblicitarie su tende e cappottine parasole*)

N.B. Le presenti norme riguardano le sole tende solari di esercizi commerciali, bar, ristoranti ecc.

1. Le tende solari sporgenti su spazi pubblici o di uso pubblico non potranno che sovrastare aree assoggettate al solo transito ciclo – pedonale e dovranno essere ubicate ad almeno cm 220 dalla pavimentazione stradale. Eventuali mantovane in semplice tessuto non potranno, comunque, scendere al di sotto di cm 190 dal predetto piano.

2. In presenza di portici le tende solari non potranno essere collocate sul fronte esterno degli stessi. Eventuali rulli di manovra o sostegni fissi delle tende, che si rendessero necessari per la presenza di portici soffittati ad archi e volte, dovranno essere resi invisibili dall'esterno mediante mantovane dello stesso tessuto delle tende.

3. Non sono ammesse tende solari che ricoprano con un unico elemento più vetrine o campate di portico.

4. Le tende solari dovranno essere collocate a quote inferiori ad eventuali fasce marca piano o zoccolature di separazione fra piano terreno e primo piano.

5. Non è ammesso che una tenda solare, nella configurazione ripiegata, tagli la sagoma dell'apertura sulla quale è sovrapposta né che nella medesima configurazione tagli od occulti elementi di particolare valenza compositiva o decorativa dell'edificio.

6. Sulle tende solari va riportata la sola insegna dell'attività esercitata nell'unità immobiliare, con divieto di scritte pubblicitarie e cartelli di altra natura.

Tali scritte dovranno essere a caratteri semplici, impressi sul tessuto della tenda stessa.

7. Nelle zone urbanistiche A, negli edifici con più di 50 anni ovunque ubicati e negli immobili e località vincolato ai sensi delle leggi 1089/1939 e 1497/1939, (salvo benessere degli enti preposti alla tutela del vincolo) sono ammesse solo tende aventi le seguenti caratteristiche:

a) Tessuti opachi di colori non brillanti e monocromatici;

b) Tende del solo tipo ripiegabile, con divieto di strutture fisse.

Il Comune potrà imporre, per garantire l'unitarietà di luoghi ed ambienti di rilevanza urbana, che si adottino tende solari uniformi, per materiali e disegno, in un determinato perimetro.

8. L'apposizione di scritte e messaggi pubblicitari su tende e cappottine parasole è soggetta all'autorizzazione prevista dalle presenti norme.

Art. 30 (*Targhe professionali*)

Dette targhe possono essere realizzate in: metallo (ottone, bronzo, rame, leghe leggere, acciaio ecc.), pietra, legno, materie plastiche.

La dimensione massima di ogni targa deve essere contenuta in cm 40x20; nel caso in cui preesistano nello stesso edificio targhe anche aventi dimensioni differenti da quelle sopraindicate, purché conformi ai restanti criteri del presente articolo, eventuali nuove targhe dovranno uniformarsi per materiali e dimensioni a quelle preesistenti, salvo che non venga prevista la rimozione e se in uno stesso edificio superino il numero di tre, è fatto obbligo di sostituirle.

Quando le targhe affisse in uno stesso edificio superino il numero di tre, è fatto obbligo di sostituirle con unico porta targhe unificato, finalizzato da una collocazione regolare delle medesime.

Nelle zone urbanistiche A, negli edifici con più di 50 anni ovunque ubicati, e negli immobili e località vincolati ai sensi delle leggi 1089/1939 e 1497/1939 (salvo le targhe degli enti preposti alla tutela del vincolo), sono ammesse solo le targhe di pregio, se metalliche, di tipo opaco e di fondo scuro o brunito.

Sono ammesse lettere e simboli colorati, purché non in tinta brillante e purché di ridotte dimensioni. Le targhe dovranno essere applicate solo su spazi neutri dell'edificio, con divieto di ricoprire elementi di particolare valenza compositiva o decorativa.

Art. 31 (*Farmacie*)

1. In deroga alle norme del presente Regolamento, sulle pareti o nelle pertinenze di esercizio delle Farmacie, è consentita l'installazione di una sola insegna bifacciale luminosa.
2. E' altresì derogabile il rispetto delle distanze minime.
3. L'insegna deve essere a forma di croce, di colore verde.

Art. 32 (*Pubblicità nelle edicole*)

1. Sui chioschi, la pubblicità di quotidiani periodici od altro è ammessa esclusivamente in aderenza alle pareti interne od esterne, con divieto di installazione in sopraelevazione agli stessi.
2. Fuori dal Centro Storico, i mezzi di pubblicità o propaganda sono consentiti anche in sopraelevazione dei chioschi.
3. L'esposizione provvisoria di locandine ed altri manufatti di propaganda è consentita esclusivamente nelle aree di proprietà e all'interno di quelle concesse in plateatico.

Art. 33 (*Distributori di carburanti, stazioni di servizio per autoveicoli, autolavaggi e aree di parcheggio*)

1. All'interno dei centri abitati è consentita l'installazione di una insegna di esercizio o marchio per l'individuazione dell'area di distribuzione carburanti. La proiezione a terra del mezzo pubblicitario non deve ricadere in alcun modo su suolo pubblico e la struttura di sostegno deve essere infissa nell'area privata o data in concessione.

La suddetta disposizione si applica anche per il collocamento di un ulteriore manufatto, se disgiunto dall'insegna, recante l'indicazione dei prezzi dei carburanti. Altri messaggi (ad esempio: Self Service, Diesel, Benzina verde), devono trovare collocazione in allineamento verticale all'impianto relativo all'insegna oppure a quello contenente i prezzi delle benzine.

2. Fuori dai centri abitati l'autorizzazione viene rilasciata nel rispetto delle norme del Codice della Strada e del relativo regolamento di esecuzione.

3. I mezzi pubblicitari a carattere permanente, di contenuto diverso da quello previsto al comma 1, devono essere posizionati ad almeno tre metri dal confine di proprietà o concesso e sono soggetti alle prescrizioni del Codice della Strada e del relativo regolamento di esecuzione, nonché del presente Regolamento.

4. I cartelli autoportanti non luminosi di modeste dimensioni, riportanti le indicazioni «Aperto – Chiuso», vanno di regola esposti all'interno dell'area di distribuzione carburanti, privata o data in concessione. Possono essere collocati anche su suolo pubblico, senza che vi sia intralcio alla normale circolazione sia pedonale che veicolare, solo nel caso in cui la esposizione sul suolo del distributore non ne consenta la perfetta visualizzazione da parte dell'utente. Il cartello sul suolo pubblico deve essere, comunque, posizionato nelle immediate vicinanze del distributore.

5. L'esposizione di forme pubblicitarie a tempo determinato, cosiddetta "temporanea", deve trovare collocazione totalmente all'interno dell'area di distribuzione carburanti, con divieto di ancoraggio a manufatti preesistenti sul fronte strada, quali insegne, prezzari, pali della pubblica illuminazione, alberi, e nel rispetto delle disposizioni del Codice della Strada e del relativo regolamento di esecuzione.

Per poter esporre è necessario presentare una comunicazione scritta.

6. La superficie complessiva dell'insegna di esercizio e degli altri mezzi pubblicitari, fissi e temporanei, non potrà superare l'8% della superficie dell'area della stazione di servizio.

7. Per gli impianti di distribuzione di carburanti, siti in aree soggette a tutela ambientale, restano ferme le procedure previste dal D.Lgs. n. 42/2004 e successive modificazioni ed integrazioni.

8. Per quanto attiene le stazioni di servizio, autolavaggi ed aree di parcheggio si applicano le norme di cui all'art.52 del D.P.R. 16/12/1992 n°495 e successive modificazioni ed integrazioni, con le seguenti limitazioni circa la superficie complessiva massima di cartelli e mezzi pubblicitari collocabili all'esterno del centro abitato: strade di tipo ABCF = come da art.52 D.P.R.495/1992; strade di tipo D ed E = 3% dell'area occupata; per quelle collocabili all'interno del centro abitato: strade di tipo D ed F = 1% dell'area occupata.

Negli immobili e località vincolati ai sensi delle leggi 1089/1939 e 1497/1939, tali percentuali sono subordinate al benessere degli enti preposti alla tutela del vincolo.

I cartelli ed i mezzi pubblici normati dal presente articolo potranno rappresentare messaggi pubblicitari o informativi solo attinenti alle attività od ai prodotti trattati nell'immobile ove sono installati.

Art. 34 (*Volantinaggio e distribuzione di oggettistica*)

1. Il Regolamento di polizia urbana all'art. 11 lettera q dice che è vietato distribuire volantini, salvo che mediante consegna direttamente nelle mani degli interessati, manifesti, opuscoli, foglietti o altri oggetti che possano compromettere la nettezza pubblica, arrecare disturbo alla circolazione o molestia ai cittadini. Eventuali eccezioni dovranno essere autorizzate dai competenti uffici comunali, fatte salve le vigenti disposizioni che regolano la pubblicità e nel rispetto delle norme che regolano il pagamento della relativa tassa.

L'autorizzazione e l'eventuale ricevuta di pagamento dovranno essere esibite agli operatori della Polizia locale. Le sanzioni per le violazioni alle disposizioni di cui al presente punto saranno a carico dell'autore della violazione in solido con la ditta incaricata della distribuzione e con l'intestatario del messaggio.

2. E' consentita, previa comunicazione scritta, la pubblicità effettuata mediante persone circolanti con cartelli.

Art. 35 *(Pubblicità fonica)*

1. E' consentita, previa autorizzazione comunale, la diffusione sonora di messaggi relativi ad avvenimenti e manifestazioni aventi finalità sociali, culturali, politiche e di rilevante interesse pubblico, nonché per quelli promossi o patrocinati dal Comune, da effettuare esclusivamente dalle ore 10:00 alle ore 13:00 e dalle ore 17:00 alle ore 20:00.
2. In tutti i luoghi pubblici del territorio comunale è vietata la pubblicità fonica di natura commerciale, sia che venga effettuata da posti fissi che da autoveicoli in movimento.
3. E' fatto salvo quanto previsto dall'art. 59 del DPR 16/12/1992 N. 495 e successive modificazioni e integrazioni in materia di propaganda elettorale.

Art. 36 *(Pubblicità nei cantieri pubblici e privati)*

1. All'interno dei centri abitati, i cartelli ed altri mezzi pubblicitari che reclamizzano prodotti e ditte collegate alle attività di cantiere o che pubblicizzano la compravendita e la locazione, sia per edifici in costruzione che in restauro, devono avere una superficie per facciata non superiore a 12 metri quadrati.

Nel centro storico la superficie massima consentita è di 6 mq per facciata.

2. Sulla superficie esterna delle protezioni e delle impalcature, è consentita l'esposizione di messaggi pubblicitari, previa autorizzazione.

Nell'ambito del Centro Storico la pubblicità è consentita a condizione che venga riprodotto integralmente, a totale copertura dei ponteggi, il prospetto dell'immobile soggetto ai lavori, previo parere favorevole da parte dell'Ufficio Competente. Le predette rappresentazioni saranno da realizzarsi con materiali idonei, tela o similari.

L' esposizione di cartelli pubblicitari su edifici sottoposti a vincolo monumentale è consentita previo rilascio dell'autorizzazione della Soprintendenza per i Beni Ambientali e Architettonici, ai sensi del D.lgs 42/04 e successive modificazioni ed integrazioni.

Per gli edifici privati, la domanda di autorizzazione deve espressamente indicare gli estremi del titolo edilizio che autorizza i lavori, la data di inizio degli stessi e l'eventuale concessione di occupazione del suolo pubblico.

La durata dell'esposizione pubblicitaria sarà correlata alla durata dei lavori effettivi e comunque non potrà superare complessivamente dodici mesi. L'eventuale proroga oltre i dodici mesi potrà essere rilasciata a fronte di comprovate motivazioni.

Per le fattispecie previste al primo e secondo capoverso del presente comma, il bozzetto a colori del progetto sarà sottoposto al parere vincolante del Comune, che si esprimerà in merito all'inserimento nel contesto ambientale, sulla durata dell'esposizione, sulla dimensione della pubblicità ed in merito al materiale proposto.

Eventuali nuovi o diversi messaggi dovranno essere sottoposti a preventiva autorizzazione. Il collocamento del messaggio pubblicitario è sottoposto alle valutazioni dell'Ufficio Viabilità, che esprimerà il proprio parere di competenza in riferimento alle norme del Codice della Strada.

3. Sulle pareti delle armature prospicienti il suolo pubblico, nonché sulle pareti dei ponteggi, steccati, recinti per qualunque uso costruiti, è riservata gratuitamente ed esclusivamente al Comune la facoltà di affiggere manifesti. A tale scopo tutte le licenze e concessioni rilasciate dal Comune per la costruzione di manufatti, staccionate ed armature, si intendono comprensive della riserva dell'uso gratuito della superficie esterna e della parte soprastante, da destinare sia alle pubbliche affissioni che all'esposizione di pubblicità provvisoria.

4. Le esposizioni pubblicitarie effettuate sui cantieri pubblici, ad esclusione delle ditte collegate alle attività di cantiere, sono regolate da apposite convenzioni stipulate dagli uffici competenti, previo rilascio della autorizzazione prevista dal presente Regolamento. A norma degli artt. 8 e 9 del D.Lgs. n. 507/93 è dovuta la presentazione della dichiarazione fiscale per il contestuale pagamento dell'imposta pubblicità.

Art. 37 (*Striscioni, stendardi, bandiere e drappi*)

1. Ove consentiti, i predetti mezzi pubblicitari dovranno:

- a) Non superare i mq 6,00 nel caso di striscioni ed mq 3,00 nel caso di stendardi, bandiere e drappi.
- b) Essere collocati con il lembo inferiore ad almeno cm 500 dal piano viabile (in caso di strade veicolari), ad almeno cm 250 dal piano marciapiede (in caso di percorsi esclusivamente ciclo-pedonali e purché, anche in presenza di vento non debordino su strade veicolari).
- c) Eventuali pali di sostegno dovranno distare almeno cm 50 dalla corsia di transito veicolare; lo spazio disponibile al transito veicolare e al transito ciclo pedonale, fra palo di sostegno e gli ostacoli più prossimi, non potrà essere inferiore a cm 150.
- d) Essere collocati ad una mutua distanza di almeno metri 100, salvo il caso di striscioni, stendardi, bandiere, drappi oggetto di unico intervento pubblicitario coordinato.
- e) Essere collocati lontani dalle lampade per la pubblica illuminazione.
- f) I predetti mezzi pubblicitari non potranno essere collocati su isole ed aiuole spartitraffico; il Comune potrà non concedere la collocazione di tali mezzi pubblicitari su aree pubbliche o di uso pubblico in ogni caso in cui risultino disdicevoli al decoro dei luoghi o pericolosi per la pubblica incolumità.

2. Nelle zone urbanistiche A, su edificio con più di 50 anni ovunque ubicati, su immobili e località vincolati ai sensi delle leggi 42/90 e 1497/1939 i predetti mezzi pubblicitari potranno solamente pubblicizzare manifestazioni artistiche, culturali, teatrali folcloristiche, sportive nonché mostre, convegni, esposizioni, purché abbiano svolgimento nell'ambito del Comune di Lodi.

La durata massima dell'esposizione non potrà superare i quindici giorni, nella zona urbanistica A (o il periodo della manifestazione, se superiore a giorni 15) e nelle restanti zone i giorni 30; la medesima iniziativa od attività commerciale non potrà essere pubblicizzata ad intervalli inferiori ai 12 mesi.

3. Il Montaggio deve essere eseguito con l'adozione delle opportune misure di sicurezza sia nei confronti degli installatori che della circolazione stradale.

Art. 38 (*Frecce, preinsegne e cartelli di avviamento*)

1. E' vietata l'installazione di frecce o altri segnali di avviamento alle attività commerciali e professionali, al fine di non creare situazioni di affollamento visivo che potrebbero generare un impatto negativo in rapporto sia al decoro ambientale che alla circolazione automobilistica.

E' autorizzabile il collocamento di preinsegne, previa approvazione da parte dell'Ufficio Viabilità in base a specifiche indicazioni per l'installazione delle medesime (posizionamento, colori, quantità per impresa, ecc.) e in base alla disponibilità degli spazi.

2. Per l'installazione della regolamentare segnaletica turistica e di territorio di cui all'art. 134 del D.P.R. N. 495/92, la specifica competenza resta riservata all'Ufficio Viabilità del Comune.

Prima dell'installazione è dovuta la presentazione della dichiarazione fiscale, ai sensi dell'art. 8 del D.Lgs 507/93, per il pagamento dell'imposta di pubblicità.

Art. 39 (*Segni orizzontali reclamistici e di direzione*)

1. I segni orizzontali reclamistici sono ammessi:

a) limitatamente alle sole zone Artigianali e Industriali come definite dal P.G.T., all'interno delle aree ad uso pubblico di pertinenza di complessi industriali e commerciali;

b) lungo il percorso di manifestazioni sportive o su aree delimitate, destinate allo svolgimento di manifestazioni di vario genere, limitatamente al periodo di effettuazione delle stesse ed alle 24 ore precedenti e successive.

2. In tutto il territorio comunale, l'indicazione del percorso di manifestazioni sportive è consentita mediante l'apposizione di frecce sulla superficie stradale, esclusivamente con vernice a base d'acqua, facilmente cancellabile, o con l'esposizione di volantini o cartelli di piccole dimensioni, limitatamente al periodo di svolgimento della manifestazione ed alle 24 ore precedenti e successive.

Art. 40 (*Collocamento in via continuativa di cartelli, di impianti di pubblicità o propaganda e di altri mezzi pubblicitari*)

1. Il collocamento di cartelli e di altri mezzi pubblicitari è consentito nel territorio del Comune di Lodi nelle forme e con le modalità stabilite dal Piano Generale degli Impianti di cui alle presenti norme.

3. I cartelli e gli impianti di pubblicità o propaganda da collocare sui tetti degli edifici, possono essere consentiti unicamente nelle zone produttive e commerciali e nelle previste zone Fieristiche.

3. I cartelli e gli impianti di pubblicità o propaganda, posti a parete o installati sui tetti di edifici, devono avere una dimensione proporzionata, rispettivamente, ai prospetti o ai volumi dei fabbricati.

4. Per la variazione dei messaggi sui cartelli ed altri mezzi di pubblicità o propaganda ubicati nei centri abitati, si applica la disposizione di cui all'art. 53, comma 8, del D.P.R. n. 495/92, fermo restando il rispetto di quanto previsto dalle presenti norme e dal citato regolamento di esecuzione

del Codice della Strada. La richiesta di variazione del messaggio va presentata in carta semplice allegandone il bozzetto.

5. Ad ogni impianto corrisponde un solo cartello pubblicitario, mono o bifacciale; la superficie autorizzata non è frazionabile per richiedere altre posizioni.

6. Lo spostamento di un cartello pubblicitario riguarda l'intera superficie autorizzata. L'eventuale richiesta in diminuzione di superficie, anche fatta in contemporanea con lo spostamento, non dà diritto ad alcun credito di superficie, che si intende automaticamente rinunciata. La richiesta di ampliamento, anche in contemporanea con lo spostamento, è possibile solo se vi è disponibilità di superficie e non può derivare dalla diminuzione di superficie di altri cartelli del soggetto richiedente.

7. I cartelli paralleli al senso di marcia dei veicoli, collocati in batteria in un numero non superiore a tre, con una lunghezza complessiva massima di 9 metri lineari, devono essere allineati tra di loro ed avere lo stesso formato e orientamento. Possono avere ciascuno dimensioni di cm 300x200, 200x200, 400x150, con una distanza minima di mt. 1 tra di loro e di almeno m 1,5 dal fusto degli alberi.

8. All'interno del centro abitato è vietata l'installazione di impianti pubblicitari in posizioni che non consentano uno spazio utile pedonale di almeno mt. 1,2.

9. La distanza di un cartello parallelo deve essere di almeno mt. 12,50 da altri cartelli ortogonali e mt. 20 dagli impianti di affissione di proprietà comunale.

10. La richiesta di autorizzazione di installazione di nuovi cartelli pubblicitari in aree private, anche in parte, deve essere presentata unitamente alla dichiarazione sostitutiva dell'atto di notorietà che attesti l'assenso del proprietario del terreno. In caso di reclamo da parte del proprietario il cartello deve essere rimosso senza indugio.

11. E' vietata la collocazione di impianti pubblicitari privi di messaggio o non riportanti la scritta "spazio disponibile" apposta sul pannello espositivo richiesto e autorizzato.

12. Gli impianti di pubblicità o propaganda a messaggio variabile, collocati nei centri abitati, devono avere un periodo di variabilità non inferiore a dieci secondi.

13. La pubblicità effettuata con veicoli omologati per uso pubblicitario, la cui sosta superi 48 ore, in quanto assimilati a impianti di pubblicità ai sensi dell'art. 47, comma 8 del D.P.R. 495/92, è consentita previa autorizzazione. In caso di sosta senza la predetta autorizzazione dovrà essere oscurato il messaggio pubblicitario in vista; diversamente scatterà la sanzione prevista dal Codice della Strada per la pubblicità abusiva su area pubblica.

Art. 40/bis (*Impianti all'interno di rotatorie e Aiuola spartitraffico*)

1. All'interno del centro abitato è consentita l'installazione di cartelli sulle rotonde stradali, a fronte della manutenzione del verde, previo parere del competente Ufficio Viabilità e/o l'autorizzazione della Soprintendenza ai beni Ambientali e Architettonici, se prevista, alle seguenti condizioni:

- il cartello deve riportare esclusivamente il nome della ditta che effettua la manutenzione, con esclusione di qualsiasi forma pubblicitaria;

- la superficie espositiva non deve superare cm 60 di base e cm 40 di altezza. L'altezza massima del cartello, comprensiva dell'eventuale sostegno, non può superare cm 50 e deve essere posizionato direttamente sulla base;
- il cartello non deve essere luminoso;
- il numero massimo di cartelli per rotonda è di 4.

2. Per l'individuazione dei soggetti interessati alla manutenzione delle aree indicate al comma precedente, si procederà mediante gara di evidenza pubblica o nel caso di proposta diretta è necessario effettuare una forma di avviso che escluda altri soggetti interessati.

Art. 41 *(Impianti pubblicitari di servizio)*

1. La pubblicità sugli impianti di servizio è autorizzabile nel rispetto delle prescrizioni delle presenti norme e del Codice della Strada e del relativo regolamento di esecuzione.

Per particolari fattispecie tipologiche, per progetti di rilevante ampiezza e per l'utilizzo pubblicitario di strutture già in essere, può essere acquisito il preventivo parere della Giunta Comunale.

2. Le transenne parapetonali fisse devono essere costituite da una struttura tubolare metallica continua, senza angoli vivi o sporgenze di sorta, di colore brunito o testa di moro. La cornice di sostegno dello spazio pubblicitario deve essere del medesimo colore del tubolare.

Lo spazio pubblicitario abbinato alle transenne non può superare, per ogni elemento, la seguente superficie:

- mq 1 nel centro storico e nei Nuclei di Antica Formazione;
- mq 2 nelle restanti aree.

Art. 42 *(Pubblicità provvisoria nel Centro Storico)*

1. Lungo ed in vista delle strade e piazze del Centro Storico, è consentito il collocamento di cartelli ed altri mezzi pubblicitari contenenti informazioni relative alle manifestazioni promosse od organizzate dal Comune di Lodi e da enti od associazioni che abbiano ottenuto il patrocinio del Comune, ovvero per eventi che rivestano carattere di pubblico interesse sotto il profilo culturale e sociale. L'informazione può essere accompagnata da un messaggio commerciale di modeste dimensioni.

Su determinazione degli uffici comunali competenti, la Giunta Comunale approva preventivamente le tipologie e le ubicazioni esercitando, ove ritenuto necessario, il potere di deroga previsto dall'art. 23, 6° comma, del D. Leg. vo n. 285/1992 e successive modifiche ed integrazioni.

Art. 43 *(Pubblicità provvisoria lungo o in vista delle strade)*

1. E' vietata l'esposizione temporanea di plance, locandine e cartelli di qualsiasi materiale costituiti, anche se usati per l'affissione di manifesti, collocati a ridosso o avvolti alle paline semaforiche, ai segnali stradali, ed altri supporti destinati a scopi diversi. E' altresì vietata la collocazione su piante e pali della pubblica illuminazione, ad eccezione della pubblicità dei Circhi e dei Luna Park.

2. E' derogabile il rispetto delle distanze minime previste dal Codice della Strada e dal relativo regolamento di esecuzione per la pubblicità dei Circhi e dei Luna Park, che deve essere effettuata secondo le prescrizioni date di volta in volta dal responsabile del provvedimento.

3. Fuori dal Centro Storico e dai Nuclei di Antica Formazione è consentita l'esposizione provvisoria di locandine o stendardi, anche riferiti ad iniziative commerciali, ancorati o sostenuti da idonee strutture autoportanti, senza alcuna manomissione di suolo pubblico. Alla scadenza dell'autorizzazione le strutture devono essere tassativamente rimosse.

Lo spazio pubblicitario non può superare la superficie di 3 metri quadrati per facciata. Il periodo di esposizione decorre dal settimo giorno precedente l'inizio della manifestazione, dello spettacolo o dell'iniziativa commerciale cui si riferisce, e termina il giorno successivo alla scadenza dell'evento.

E' fatto divieto di occupazione dei marciapiedi, salvo quanto previsto dall'art. 20 del Codice della Strada e del Regolamento di Polizia Urbana.

Art. 44 (*Distanze entro i centri abitati*)

1. Per le insegne di esercizio poste in modo ortogonale al senso di marcia dei veicoli, la distanza del lato aggettante dal limite della carreggiata è stabilita in 1,5 metri, mentre per i cartelli e gli altri mezzi pubblicitari o di propaganda il limite è fissato in 2 metri.

Nei centri abitati è derogabile il rispetto delle suddette distanze, nei casi previsti dall'art. 51, comma 2, ultimo capoverso, del D.P.R. n. 495/92.

2. Le insegne di esercizio poste in modo parallelo alla marcia dei veicoli, ma non aderenti ai fabbricati, devono rispettare 1,5 metri di distanza dal limite della carreggiata.

3. Le insegne di esercizio collocate in aderenza ai fabbricati e poste in modo ortogonale al senso di marcia dei veicoli, sono comunque autorizzabili purché sia rispettato il limite di 1,5 metri di distanza dal limite della carreggiata.

4. Le insegne di esercizio collocate in modo parallelo al senso di marcia dei veicoli in aderenza ai fabbricati esistenti non sono soggette a limiti di distanza dal limite della carreggiata, anche se in prossimità di intersezioni stradali.

5. Nelle zone consentite, i cartelli e gli altri mezzi pubblicitari collocati in modo parallelo al senso di marcia dei veicoli e in aderenza ai fabbricati, o comunque posti ad almeno due metri dal limite della carreggiata, devono essere installati nel rispetto anche delle distanze dalle intersezioni, così come previsto dall'art. 51, comma 6, del D.P.R. n. 495/92 e successive modificazioni e integrazioni.

6. Le insegne di esercizio, poste in modo ortogonale al senso di marcia dei veicoli, non debbono rispettare le distanze dai cartelli pubblicitari e da altre insegne e viceversa.

7. Fermi restando i divieti stabiliti dal Regolamento di Esecuzione e di Attuazione del Nuovo Codice della Strada e successive modificazioni, sono stabilite le seguenti deroghe relative alle distanze previste dall'art.51, comma 4 del citato Regolamento:

- lettera a): 30 metri anziché 50 metri;
- lettera b): 20 metri anziché 30 metri;
- lettera c): 20 metri anziché 25 metri;
- lettera d): 75 metri anziché 100 metri.

8. Le distanze di cui al comma precedente si applicano nel senso delle singole direttrici di marcia, avendo pertanto riguardo esclusivamente agli impianti collocati sul lato destro della strada.

Art. 45 (*Installazioni pubblicitarie fuori dai centri abitati*)

1. Fuori dai centri abitati, i cartelli, le insegne di esercizio e gli altri mezzi pubblicitari sono soggetti alle limitazioni dimensionali e di distanza previste dal Codice della Strada e dal relativo Regolamento di esecuzione.

Art. 46 (*Pubblicità permanente sui veicoli*)

1. La pubblicità sui veicoli non è soggetta ad autorizzazione, ma solo al rispetto delle disposizioni contenute nel Codice della Strada e nel relativo regolamento di esecuzione e, ove previsto, alla presentazione della dichiarazione di cui agli artt. 8 e 13 del D.Lgs 507/93.

2. Le insegne di esercizio e i mezzi pubblicitari collocati su autoveicoli destinati al commercio ambulante, non sono soggetti alle limitazioni del Codice della Strada e del relativo regolamento di esecuzione quando stazionano nelle aree mercatali e nelle "piazze morte", salvo che non creino situazioni di pericolo e, in particolare, di disturbo visivo.

Art. 47 (*Pubblicità provvisoria con automezzi*)

1. E' vietata in tutto il territorio comunale ogni forma di pubblicità effettuata in via temporanea mediante cartelli o altri manufatti, collocati sopra o all'esterno di veicoli adibiti ad uso privato o destinati a trasporti delle aziende, siano essi in sosta che in movimento, ad eccezione di quelli impiegati ed omologati per uso pubblicitario purché la pubblicità non venga effettuata per conto terzi a titolo oneroso.

2. E' inoltre vietata l'esposizione di manifesti, fotografie o similari, incollati o comunque affissi su automezzi in sosta o in movimento, in coincidenza di occasionali vendite promozionali, manifestazioni varie, spettacoli o altro.

Da tale divieto sono esclusi i veicoli degli spettacoli circensi e dei Luna Park e i veicoli che diffondono messaggi relativi all'attività di gruppi, liste e partiti politici.

3. Tali divieti sono estesi anche ai veicoli trainati o spinti da forza non meccanica. E' consentita in ogni caso la diffusione di messaggi di natura politica, culturale, sociale e comunque non di tipo propagandistico commerciale, effettuata mediante carrelli, tricicli, tavoli mobili o altri mezzi mobili muniti di ruote, che occupino una superficie pubblicitaria non superiore a due metri quadrati, in osservanza delle disposizioni contenute nel codice della strada e nel relativo regolamento di esecuzione.

4. La pubblicità sui veicoli adibiti a trasporti di linea non è soggetta ad autorizzazione.

Art. 48 (*Pubblicità con aeromobili, mongolfiere e palloni frenati*)

1. La pubblicità eseguita con aeromobili e mongolfiere mediante scritte e striscioni è consentita senza alcuna autorizzazione comunale. Sono fatti salvi e impregiudicati i diritti riservati alle autorità competenti sulla regolarità dei permessi per il volo.

2. I palloni frenati o simili sono consentiti in occasione di manifestazioni e nelle adiacenze dei luoghi in cui si svolgono e sono soggetti ad autorizzazione nel caso in cui rechino messaggi pubblicitari di qualsiasi natura. Nel caso in cui fossero ancorati su aree pubbliche dovranno sottostare alla relativa disciplina.

Art. 49 (*Oneri relativi all'esposizione della pubblicità*)

1. Il collocamento in opera della pubblicità, compresa la costruzione delle eventuali armature, nonché di ogni opera ed attrezzatura connessa, sono ad esclusivo carico del richiedente a cura del quale devono essere eseguiti.

2. Sono pure ad esclusivo e totale carico del richiedente tutte le opere e prestazioni per il ripristino, alla scadenza dell'autorizzazione, delle pareti e delle aree interessate, al fine di riportarle allo stato originario senza danneggiamenti e modificazioni.

3. Resta sempre ad esclusivo e totale carico del richiedente ogni responsabilità per danni a persone e cose, comunque provocati dall'esposizione dei mezzi pubblicitari, sollevando l'Amministrazione Comunale da qualsiasi responsabilità.

Art. 50 (*Manutenzione dei mezzi pubblicitari*)

1. Il titolare dell'autorizzazione deve garantire il buono stato di conservazione dei mezzi pubblicitari, effettuando tutti gli interventi necessari al loro buon mantenimento.

Art. 51 (*Spostamento o rimozione per motivi di pubblico interesse*)

1. Il Comune si riserva, a suo giudizio insindacabile, la facoltà di ordinare in qualunque momento lo spostamento o la rimozione di qualsiasi mezzo pubblicitario per motivi di riordino ambientale, per demolizioni o costruzioni, per ogni altra esigenza connessa allo svolgimento di un pubblico servizio o per altre cause di forza maggiore o comunque di pubblico interesse.

L'interessato deve provvedere a rimuovere la pubblicità entro il termine che sarà fissato nel relativo atto amministrativo. La rimozione dovrà riguardare anche gli eventuali sostegni e supporti con ripristino della sede stradale o in genere dei luoghi.

Qualora l'interessato non ottemperi all'ordine di rimozione della pubblicità nei termini stabiliti, l'impianto pubblicitario sarà considerato abusivo ad ogni effetto e saranno adottati i provvedimenti di cui all'art. 23 commi 13-bis, 13-quater del D.Lgs. n. 285/92 (Nuovo Codice della Strada).

Nei casi in cui il materiale da rimuovere impedisca l'inizio o il proseguimento di lavori, e in particolare di opere pubbliche, l'ordine di rimozione è assunto con apposito provvedimento dirigenziale.

2. Non sussiste alcun obbligo da parte del Comune di garantire il ripristino dei mezzi pubblicitari rimossi, né nella medesima posizione né in altre località alternative.

E' consentito, ove possibile, installare provvisoriamente il cartello extra-cantiere per il tempo di durata dei lavori. Alla fine dei lavori, se possibile, il mezzo può essere ripristinato nella originaria posizione; in caso contrario spetta all'interessato produrre apposita istanza secondo le modalità previste nelle presenti norme e nel Piano Generale degli Impianti, a cui l'Amministrazione dovrà rispondere entro i termini stabiliti per il procedimento.

In caso di esito negativo della prima istanza, fermo restando l'obbligo di rimuovere l'impianto, il titolare dello stesso potrà inoltrare ancora due nuove istanze. Tale procedura non potrà durare più di un anno dalla data di rimozione. Qualora anche tali istanze dovessero avere esito negativo, il titolare del mezzo non avrà più diritto a presentare ulteriori istanze perdendo la superficie espositiva a suo tempo autorizzata.

3. Ogni spesa connessa alla rimozione e/o all'eventuale spostamento, nonché al ripristino di pareti o aree preesistenti, resta ad esclusivo e totale carico del titolare dell'autorizzazione.

4. Qualora lo spostamento avvenga in località appartenente a categoria diversa da quella originaria, il Comune è tenuto ad applicare la tariffa di competenza, provvedendo, se previsto, al relativo conguaglio.

5. E' fatto comunque salvo il diritto dell'interessato di rinunciare alla nuova esposizione ed il Comune ha l'obbligo di rimborsare la quota di tributo relativa al periodo non usufruito.

Art. 52 *(Rimozione della pubblicità alla scadenza dell'autorizzazione)*

1. Alla scadenza dell'autorizzazione, o quando viene presentata una denuncia di cessazione, i relativi mezzi pubblicitari, nonché le eventuali strutture di sostegno, devono essere rimossi a cura e spese del soggetto interessato, con ripristino della sede stradale.

Qualora non si ottemperi a quest'obbligo, vi provvede il Comune, previa diffida, addebitando tutte le spese sostenute per la rimozione.

2. Per la conservazione e l'eventuale vendita del materiale rimosso, si applicano le disposizioni di cui all'art. 24, commi 3 e 4, del decreto legislativo N. 507/93 e dei successivi artt. 54 e 55 del presente Regolamento.

Art. 53 *(Rimozione e sequestro dei mezzi pubblicitari abusivi, difformi o in cattivo stato di manutenzione)*

1. E' vietata qualsiasi forma di pubblicità non conforme a quanto previsto dalle presenti norme o dal decreto legislativo N. 507/93.

2. E' vietato inoltre effettuare affissioni dirette in contrasto con le presenti norme o con il decreto legislativo N. 507/93.

3. Il Comune dispone la rimozione degli impianti pubblicitari abusivi, indicando nell'apposito verbale di accertamento il termine di 10 giorni entro il quale l'interessato può provvedervi direttamente. In caso di inottemperanza, il Comune provvede d'ufficio alla rimozione, ai sensi dell'art. 23 – comma 13 quater del Codice della Strada, addebitando agli interessati le spese sostenute.

Dell'avvenuta rimozione viene redatto verbale da notificare all'interessato.

4. Nel caso di mezzi pubblicitari realizzati o posizionati in difformità dall'autorizzazione, ovvero in caso di cattivo stato di conservazione o manutenzione, il Comune provvede ad inviare diffida a conformare il mezzo pubblicitario entro il termine di 10 giorni. Se l'interessato non ottempera entro il termine assegnato, l'autorizzazione decade e l'impianto diventa abusivo a tutti gli effetti. In tal caso scatta la procedura prevista dal precedente comma 3. Nel caso in cui il titolare dell'autorizzazione fosse impossibilitato ad adeguare il cartello installato in difformità, per sopraggiunti motivi legati alla viabilità o alla mutazione dello stato dei luoghi, dovrà segnalare le suddette motivazioni all'Ufficio competente, provvedendo contestualmente all'immediata rimozione del cartello pubblicitario difforme e presentando una nuova domanda di autorizzazione per il collocamento del cartello in altra posizione, con le modalità indicate nelle presenti norme.

5. Con apposito provvedimento dirigenziale dell'Ufficio che ha proceduto alla rimozione, i mezzi pubblicitari rimossi possono essere sequestrati a garanzia del pagamento delle spese di rimozione, di custodia e di ogni altro tributo o diritto eventualmente dovuti (D.lgs. 507/93, art. 24).

6. Indipendentemente dalle procedure di rimozione e sanzionatorie, il Comune o il concessionario del servizio attiveranno l'immediata copertura della pubblicità e affissioni abusive, nonché la rimozione delle pubblicità e affissioni abusive.

Art. 54 *(Conservazione e vendita del materiale rimosso o sequestrato dal Comune)*

1. Il materiale rimosso coattivamente dal Comune può essere ritirato dagli interessati entro 60 giorni. Tale termine decorre dalla data della diffida nel caso di rimozione effettuata ai sensi dell'art. 23, comma 13-bis del Codice della Strada (D.Lgs. n. 285/92) e dalla data della rimozione stessa qualora effettuata ai sensi dell'art. 23 comma 13-quater.

Prima della consegna, devono essere versati i diritti o l'imposta dovuti, maggiorati delle sanzioni previste dalla legge, nonché le spese sostenute dal Comune stesso per la rimozione e per la custodia ed altri eventuali costi affrontati dal Comune per qualunque altra causa.

2. In relazione a quanto previsto nel precedente comma, resta impregiudicato per il Comune il diritto a rivalersi per le somme non recuperate dalla vendita.

CAPO III

AFFISSIONE DI MANIFESTI

Art. 55 *(Spazi per le affissioni)*

1. Spetta al Comune il potere di determinare gli spazi in cui è permessa l'affissione, nei modi e nei termini previsti dagli artt. 3 e 18 del decreto legislativo N. 507/93.
2. Per l'installazione di impianti per affissione di manifesti di qualunque materia costituiti, gestiti direttamente dal Comune o dati in concessione, è derogabile il rispetto delle distanze minime in conformità a quanto previsto dal 6° comma dell'art. 23 del D.Leg.vo n. 285/92 e successive modifiche ed integrazioni e dalle prescrizioni contenute nel presente Regolamento riferite ad altre tipologie pubblicitarie.

Art. 56 *(Annunci funebri)*

1. L'affissione degli annunci funebri è consentita esclusivamente negli spazi predisposti o autorizzati dal Comune di Lodi.
Qualora i relativi supporti vengano collocati in aree o in prossimità di edifici vincolati è necessario il nulla osta del competente organo di tutela ai sensi del Decreto Legislativo n. 42/2004 e successive modificazioni ed integrazioni.

CAPO IV

DISPOSIZIONI VARIE

Art. 57 *(Sanzioni)*

1. Per l'inosservanza alle presenti norme, non già previste dal decreto legislativo 30 aprile 1992, n. 285 e successive modificazioni ed integrazioni, si applicano le sanzioni di cui all'art. 24 del decreto legislativo 15 novembre 1993, n. 507.

Art. 58 *(Reclami)*

1. Gli eventuali reclami inerenti allo svolgimento del servizio pubblicità e pubbliche affissioni, devono essere presentati per iscritto nel giorno stesso in cui si rilevano le presunte irregolarità, per dar modo all'Ufficio o al concessionario di effettuare i necessari accertamenti.
2. Non si tiene conto di rilievi presentati dopo la scadenza dell'affissione o della pubblicità.

3. Il Comune, o il concessionario, ha l'obbligo di dare motivata risposta al reclamante entro 30 giorni dalla data di ricevimento del reclamo.

Art. 59 *(Abrogazioni)*

1. Dalla data di entrata in vigore delle presenti norme, prevalgono sui regolamenti o norme precedentemente approvate.

Art. 60 *(Rinvio)*

1. Per tutto quanto non previsto dalle presenti norme, si applicano le disposizioni del Capo I° del decreto legislativo N. 507/93, nonché le disposizioni del Codice della Strada e del relativo regolamento di esecuzione e di attuazione.

CAPO V
DISPOSIZIONI FINALI E TRANSITORIE

Art. 61 *(Entrata in vigore)*

1. Il presente regolamento entra in vigore dopo la sua approvazione e l'esecutività, a norma di legge, della relativa deliberazione.

Art. 62 *(Adeguamento alle norme)*

1. I mezzi pubblicitari già autorizzati possono essere mantenuti anche in deroga alle disposizioni delle presenti norme fino alla loro modifica strutturale o di titolarità o in caso di rinnovo.

Allegato A

Specifiche tecniche per tipologia di insegna

Insegne e cartelli fissati su palo di sostegno centrale, o su due o più pali di sostegno.

1) Dette insegne non sono ammesse nelle zone urbanistiche A, in prossimità di edifici con più di 50 anni, in prossimità di immobili e località vincolati ai sensi delle leggi, 1089/1939 e 1947/1939. Nel perimetro del centro abitato ai sensi del Decr. Leg. Vo 30/4/1992, n° 258 sono ammessi su spazi ed aree pubbliche o di uso pubblico solo insegne e cartelli fissati su un unico palo di sostegno centrale, nel rispetto delle seguenti norme. Possono essere ubicate in strade alberate in prossimità di aree verdi in slarghi e piazze; in prossimità di edifici pubblici o di uso pubblico sono ammessi solo insegne e cartelli luminosi, a luce diretta o retro riflettente, purchè realizzati con materiali e disegno che saranno giudicati della Commissione del Paesaggio. L'insegna o il cartello dovrà, in ogni sua parte, restare arretrato di almeno cm 50 dalla corsia di transito veicolare.

L'insegna o il cartello, escluso il palo di sostegno, dovrà in ogni sua parte sovrastare il piano di transito, ciclo - pedonale non meno di cm 220, mentre non potrà essere più alto dallo stesso piano di cm 350.

Lo spazio disponibile al transito ciclo - pedonale fra palo di sostegno e gli ostacoli più prossimi non potrà essere inferiore a cm 150; inoltre le insegne e i cartelli non potranno essere collocati su isole ed aiuole, spartitraffico su aree a verde pubblico, su strade prive di marciapiedi o di banchine laterali.

il Comune potrà non concedere la collocazione di tali insegne e cartelli su aree pubbliche o di uso pubblico in cui risultino disdicevoli al decoro dei luoghi o pericolosi per l'incolumità pubblica.

Le insegne e i cartelli non potranno superare le dimensioni massime di cm 120x120 (sostegno escluso), anche se collocati su aree e spazi privati. La distanza minima fra un'insegna o un cartello e l'altro non potrà essere inferiore ai metri 50, anche se collocati su due lati opposti della strada.

Insegne e cartelli fissati su due o più pali di sostegno sono ammessi su spazi ed aree pubbliche o di uso pubblico soltanto all'esterno del perimetro del centro abitato ai sensi del Decr. Leg. vo 30/4/1992 n° 285, con esclusione delle zone urbanistiche A, in prossimità di edifici con più di 50 anni, in prossimità di immobili e località vincolati ai sensi delle leggi 1089/1939 e 1497/1939, nelle zone di rispetto cimiteriale.

Le predette insegne e cartelli dovranno rispettare le prescrizioni circa le distanze stradali e le distanze reciproche di cui al precedente art.11/2.

Le dimensioni massime non potranno superare i cm 180x180 (sostegni esclusi), anche se collocati aree e spazi privati.

Insegne e cartelli sulle coperture o sulle gronde di edifici:

1) Dette insegne e cartelli non sono ammessi nelle zone urbanistiche A, su edifici con più di 50 anni, su immobili e località vincolati ai sensi delle leggi 1089/1939 e 1497/1939.

Dovranno rispettare le seguenti caratteristiche:

a) Altezza massima non superiore a cm 200 e lunghezza massima non superiore ai 2/3 del fronte di copertura o di gronda su cui sono collocati (comunque con il limite massimo di cm 1000).

b) La superficie complessiva non potrà comunque superare 1/50 della superficie del prospetto dell'edificio sopra il quale l'insegna verrà collocata.

c) Essere collocati in posizione organicamente inserita nel disegno dell'edificio.

d) Le insegne e i cartelli non possono ricoprire elementi di particolare valenza compositiva o decorativa dell'edificio (fronti, mansarde, cornicioni, abbaini, comignoli ecc.), ma devono occupare solo spazi neutri dell'edificio stesso.

e) Le strutture di sostegno devono presentarsi in termini formalmente risolti, anche sulle fronti opposte o laterali a quelle di esposizione dell'insegna o cartello.

Insegne di tipo speciale (stele, totem ecc.):

1) Sono ammesse solo su spazi privati o su spazi pubblici o di uso pubblico organicamente connessi con l'immobile cui l'insegna è riferita.

- a) Le insegne dovranno essere realizzate in materiale duraturo e per disegno e progettazione risultare, a giudizio della Commissione Edilizia, congrue con gli edifici e l'ambiente in prossimità dei quali sono collocate.
- b) Le insegne dovranno essere arretrate di almeno cm 50 dalla corsia di transito veicolare; lo spazio disponibile al transito ciclo pedonale fra insegna ed ostacoli più prossimi non potrà essere inferiore a cm 150.
- c) L'altezza massima delle insegne non potrà superare i cm 300.
- d) Le insegne, se collocate a reciproca distanza, inferiore ai metri 300, dovranno essere oggetto di un unico progetto coordinato.
- e) Il Comune potrà non concedere la collocazione di tali insegne su aree pubbliche o di uso pubblico ed in ogni altro caso in cui risultino disdicevoli al decoro dei luoghi e pericolosi per l'incolumità pubblica.

Insegne e cartelli a caratteri mobili, rotanti, scorrevoli ecc.

- 1) Dette insegne e cartelli non potranno essere collocati nelle zone urbanistiche A, in prossimità di immobili e nelle località vincolati ai sensi delle leggi 1089/1939 e 1497/1939. Non potranno essere applicati ad edifici esistenti, ma solo montati su pali autonomi di sostegno. Potranno invece essere collocati solo su aree private, a distanza da confini, strade e spazi pubblici mai inferiore a metri 5,00 e da fabbricati mai inferiore a metri 10,00. Non potranno avere dimensioni lineari in pianta superiore a cm 600 ed in alzato (sostegno compresi) superiori a cm 400. La superficie complessiva (sostegni esclusi) non potrà comunque superare i mq 6,00, ad eccezione di insegne e cartelli collocati parallelamente al senso di marcia dei veicoli, che potranno raggiungere i mq 15,00. Il Comune potrà non concedere la collocazione di tali insegne e cartelli in ogni caso in cui risultino disdicevoli al decoro dei luoghi o pericolosi per l'incolumità pubblica.

Insegne e cartelli su elementi di arredo urbano e su manufatti stradali e ferroviari.

- 1) Nelle zone urbanistiche A, in prossimità di edifici con più di 50 anni, ovunque ubicati, ed in prossimità di immobili e nelle località vincolati ai sensi delle leggi 1089/1939 e 1497/1939 è ammessa la collocazione di elementi di arredo urbano, visibili da spazi pubblici o di uso pubblico, solo se privi di mezzi pubblicitari. Nelle restanti zone possono essere collocati mezzi pubblicitari su elementi di arredo urbano, visibili da spazi pubblici o di uso pubblico, limitatamente ai seguenti elementi ed alle seguenti condizioni:
- a) Sulle pensiline per l'attesa di mezzi di trasporto pubblico; la pubblicità può essere esposta solamente sulle pareti di fondo e laterali, per non più di 1/2 della loro superficie con divieto di collocazione sulle coperture;
 - b) Colonnine o steli informative, contenenti piantine stradali ed indirizzi di pubblica utilità, per non più di 1/2 della loro superficie e comunque per una superficie pubblicitaria massima di mq 3,00 per ogni elemento;
 - c) Transenne a regolamentazione di attraversamenti pedonali, purché il pannello pubblicitario non superi l'altezza di cm 80 dal piano del marciapiede e purché non occultati la visibilità reciproca fra pedoni e veicoli;
 - d) Orologi pubblici, purché ogni orologio non rechi messaggi pubblicitari di superficie pari a mq 1,00 (per ogni lato);
 - e) E' vietata l'apposizione di messaggi pubblicitari, salve dizione di pubblica utilità, su: cartelli indicatori di fermata di mezzi pubblici, segnaletica stradale e toponomastica, semafori, armadietti contenenti servizi tecnologici urbani, panchine, cestini portarifiuti, lampade della pubblica illuminazione, portabiciclette, dissuasori di sosta, chioschi igienici, paracarri, cassonetto o contenitori di rifiuti urbani; sulle scarpate stradali soprastanti la carreggiata in terreni di qualsiasi natura e pendenza, sui ponti e sottoponti, sui cavalcavia e sottovia e loro rampe e parapetti, sui parapetti stradali, barriere di sicurezza e sugli altri dispositivi laterali di protezione e segnalamento.
- Su cavalcavia, sottovia, ponti, recinzioni ecc. ferroviari la presente norma si applica su prospicienti aree e spazi pubblici o di uso pubblico.

Allegato B

Tipologia impianti pubblicitari

-Pubblicità permanente-



Cartello



Cartello/insegna



Tabella a muro



Tabella verde



Orologio



Palina di fermata bus



-Pubblicità temporanea-

Pensilina



Trespolo

Cartello necrologio



Pubblicità su palo

Tabella murale necrologio



Bacheca



Palo con predisposizione