



Comune di Cascina

**Piano generale degli impianti pubblicitari e
delle pubbliche affissioni**

Norme Tecniche di Attuazione

Indice

CAPO I – PRINCIPI GENERALI	4
Articolo 1	4
Oggetto del piano	4
Articolo 2	4
Individuazione delle zone omogenee nell’ambito del territorio comunale	4
CAPO II – CARATTERISTICHE GENERALI DEGLI IMPIANTI PUBBLICITARI	5
Articolo 3	5
Definizioni generali	5
Articolo 4	6
Posizionamento dei mezzi pubblicitari - Divieti	6
Articolo 5	7
Superficie complessiva consentita	7
Articolo 6	8
Requisiti tecnico – prestazionali degli impianti pubblicitari	8
CAPO III – CLASSIFICAZIONE E CARATTERISTICHE SPECIFICHE DEGLI IMPIANTI PUBBLICITARI	9
Articolo 7	9
Le Pubbliche Affissioni (PA)	9
Articolo 8	10
Impianti di pubblicità esterna permanente (PE)	10
1. Criteri per il posizionamento:	10
2. Particolari prescrizioni per il dimensionamento ed il posizionamento degli impianti pubblicitari nelle zone omogenee:	11
3. Classificazione degli impianti pubblicitari permanenti:	12
Articolo 9	14
Insegne d’esercizio (IE)	14
1. Definizione, caratteristiche e disposizioni per installazione	14
2. Prescrizioni e deroghe per insegne luminose	16
Articolo 10	17
Arredo Urbano (AU)	17
Articolo 11	18

Pubblicità temporanea	18
Articolo 12.....	19
Adozione spazi pubblici.....	19
Articolo 13.....	19
Pubblicità per compravendita, locazione di immobili, saldi e sconti.....	19
CAPO IV – PROCEDURE AMMINISTRATIVE.....	20
Articolo14.....	20
SCIA, Autorizzazione, Comunicazione.....	20
Articolo 15.....	24
Procedimento istruttorio.....	24
Articolo16.....	25
Contenuti, rinnovo dell’Autorizzazione e validità della SCIA.....	25
Articolo 17.....	26
Decadenza e revoca dell'autorizzazione.....	26
CAPO V – DISPOSIZIONI FINALI.....	26
Articolo18.....	26
Obblighi per il titolare dell'autorizzazione.....	26
Articolo 19.....	27
Norme finali e transitorie	27
Articolo 20	27
Coordinamento con altre norme regolamentari esistenti	27
Articolo 21.....	28
Entrata in vigore	28

CAPO I – PRINCIPI GENERALI

Articolo 1

Oggetto del piano

1. Il Piano Generale degli Impianti pubblicitari e delle Pubbliche Affissioni del Comune di Cascina (d'ora in poi denominato Piano) disciplina la quantità, la tipologia e la distribuzione sul territorio comunale dei mezzi pubblicitari e delle pubbliche affissioni nel rispetto delle norme della circolazione stradale nonché delle previsioni e prescrizioni urbanistiche.
2. Il Piano:
 - a) definisce le localizzazioni del territorio comunale degli impianti pubblicitari e delle strutture per le pubbliche affissioni;
 - b) stabilisce la superficie complessiva degli impianti destinati all'esposizione pubblicitaria;
 - c) individua le tipologie, le caratteristiche tecniche degli impianti pubblicitari e delle strutture per le pubbliche affissioni, tenendo conto delle prescrizioni dettate dall'art. 23 del D.Lgs. 285/1992 e dagli artt. da 47 a 50 del D.P.R. n. 495/1992, dalle esigenze di carattere sociale ed economico, dalle norme di tutela ambientale e paesaggistica;
 - d) prevede, nel rispetto di quanto disposto dal D.Lgs. 285/1992 e dal D.P.R. 495/1992, specifiche deroghe per l'installazione dei mezzi pubblicitari entro il centro abitato ed entro i tratti di strade extraurbane per i quali, in considerazione di particolari situazioni di carattere non transitorio, è imposto un limite di velocità non superiore a 50 km/h.

Articolo 2

Individuazione delle zone omogenee nell'ambito del territorio comunale

1. Il Piano prende atto della delimitazione dei "centri abitati", come individuati ai sensi dell'art 4 del D.Lgs 285/1992, all'interno della quale disciplina l'inserimento degli impianti pubblicitari, nel rispetto di quanto previsto dalla normativa applicabile.
2. Il territorio comunale viene suddiviso in zone territoriali omogenee: centro storico, tessuto edilizio consolidato, aree produttivo-artigianale-commerciale e la restante parte del territorio comunale posto fuori dai centri abitati ed interno ai confini comunali.
3. Nell'ambito dei centri abitati il territorio comunale individua, altresì, le seguenti zone omogenee per le quali prevede una articolazione normativa diversificata:

- Zona A: centro storico, come individuato dagli strumenti urbanistici vigenti;
- Zona B: tessuto edilizio consolidato;
- Zona C: aree produttivo – artigianale – commerciale;
- Zona D: aree esterne ai centri abitati.

All'interno della zona B viene evidenziata la direttrice stradale storica con andamento est-ovest rappresentata dalla via Tosco Romagnola.

Vengono altresì evidenziate due direttrici, con andamento nord-sud, rappresentate dai tratti della SP 24 (Arnaccio-Calci) /via Levi/via Oristano e della SP 31 (Cucigliana-Lorenzana) ricomprese nei centri abitati, ove si concentra la maggiore richiesta di posizionamento di mezzi pubblicitari ed in parte attraversanti i due poli artigianali/industriali di Cascina e Navacchio.

Vengono infine evidenziate:

- le aree agricole tutelate;
- le aree a vincolo paesaggistico;
- le aree a vincolo monumentale;

Il tutto meglio individuato negli Allegati del presente Piano e dei vigenti strumenti urbanistici.

CAPO II – CARATTERISTICHE GENERALI DEGLI IMPIANTI PUBBLICITARI

Articolo 3

Definizioni generali

1. Si intende per installazione pubblicitaria permanente qualsiasi forma di pubblicità esterna recante messaggio pubblicitario, realizzata con strutture fisse, vincolate al suolo o a parete da idonea struttura di sostegno.
2. Si intende per installazione pubblicitaria temporanea qualsiasi forma di pubblicità esterna recante messaggio pubblicitario, realizzata con strutture mobili installate per una durata non superiore a 90 (novanta) giorni consecutivi.

Il Piano disciplina l'installazione degli impianti a carattere permanente suddividendoli in:

- a) Impianti di Pubblica Affissione (PA): impianti di proprietà comunale atti a supportare comunicazione, affissa mediante sovrapposizione di manifesti cartacei, distinti:

- fra affissione priva di rilevanza economica, di natura sociale o istituzionale (PAI);
 - affissione di carattere commerciale (PAC);
- b) Impianti di Pubblicità Esterna permanente (PE) o ordinaria ovvero gli impianti a carattere permanente, di proprietà privata e/o gestiti da soggetti privati, (collocati sia su suolo pubblico che privato) destinati alla pubblicità esposta mediante supporti realizzati in materiale di qualsiasi natura (anche affissione diretta) conforme alle prescrizioni del presente Piano;
- c) Insegne d'esercizio (IE) ovvero impianti di proprietà privata, installati nella sede dell'attività a cui si riferisce o nelle pertinenze accessorie della stessa, realizzati e supportati con materiale di qualsiasi natura;
- d) Arredo Urbano (AU) ovvero impianto pubblicitario di servizio avente quale scopo primario un servizio di pubblica utilità nell'ambito dell'arredo urbano e stradale (fermate autobus, pensiline, transenne, cestini, panchine, orologi, o simili) recante uno spazio pubblicitario che può anche essere luminoso sia per luce diretta che per luce indiretta.

Articolo 4

Posizionamento dei mezzi pubblicitari - Divieti

1. Sul territorio del Comune di Cascina, è vietata la collocazione in opera di qualsiasi impianto pubblicitario non conforme alle prescrizioni di legge e a quelle del presente Piano.
2. Relativamente alla collocazione degli impianti, nel rispetto di quanto disposto dal D.Lgs. 285/1992 e dal D.P.R. 495/1992, vigono i seguenti divieti:

Lungo le strade o in vista di esse è vietato collocare insegne, cartelli, manifesti, impianti di pubblicità o propaganda, segni orizzontali reclamistici, sorgenti luminose, visibili dai veicoli transitanti sulle strade, che per dimensioni, forma, colori, disegno e ubicazione possono:

- ingenerare confusione con la segnaletica stradale,
- renderne difficile la comprensione o ridurne la visibilità o l'efficacia,
- arrecare disturbo visivo agli utenti della strada o distrarne l'attenzione con conseguente pericolo per la sicurezza della circolazione;

in ogni caso, detti impianti non devono costituire ostacolo o, comunque, impedimento alla circolazione delle persone invalide.

Sono, altresì, vietati:

- i cartelli e gli altri mezzi pubblicitari rifrangenti;
- le sorgenti e le pubblicità luminose che possono produrre abbagliamento;

- la sagoma dei cartelli, delle insegne di esercizio e degli altri mezzi pubblicitari luminosi per luce propria o indiretta deve essere regolare e, in ogni caso, non deve generare confusione con la segnaletica stradale e con gli impianti semaforici
- Sulle isole di traffico delle intersezioni canalizzate è vietata la posa di qualunque installazione diversa dalla prescritta segnaletica ad eccezione di quanto previsto all'articolo 12 delle presenti NTA;
- È vietata l'apposizione di messaggi pubblicitari sui bordi dei marciapiedi e dei cigli stradali;
- È vietata l'apposizione di scritte o insegne pubblicitarie luminose sui veicoli;
- È vietata, all'interno dei veicoli ogni scritta o insegna luminosa pubblicitaria che sia visibile, direttamente o indirettamente, dal conducente o che comunque possa determinare abbagliamento o motivo di confusione con i dispositivi di segnalazione visiva e di illuminazione dei veicoli stessi;
- È vietata l'installazione di impianti pubblicitari sui cigli interni delle fosse e dei canali adiacenti alle strade.
- E' vietata l'installazione delle insegne a bandiera all'interno del centro storico Zona A di cui all'articolo 2 comma 3, con l'eccezione delle insegne relative ai servizi con carattere sanitario di cui all'articolo 9 comma 2 punto 8 delle presenti NTA, nonché generi di monopoli Sali e Tabacchi, nonché quelli attinenti a tutte le forze dell'ordine.

Articolo 5

Superficie complessiva consentita

1. La superficie pubblicitaria complessiva massima consentita per l'installazione degli impianti pubblicitari permanenti è di mq. 2.200, di cui 600 mq destinata alle pubbliche affissioni (PA) e mq.1.600 destinati agli impianti concessi in uso ai privati per le affissioni dirette (AD) e per pubblicità esterna (PE). Non rientra nel conteggio di tale limite la superficie pubblicitaria relativa agli impianti di Arredo Urbano e le insegne d'esercizio.
2. Il raggiungimento o superamento di detto limite comporta la sospensione del rilascio di autorizzazioni e concessioni volte all'installazione degli impianti pubblicitari, fino a che si renda disponibile nuova superficie pubblicitaria in relazione allo scadere dei provvedimenti concessori o autorizzatori in essere.

Articolo 6

Requisiti tecnico – prestazionali degli impianti pubblicitari

1. Gli impianti pubblicitari e le insegne devono essere realizzati seguendo le prescrizioni di cui al D.Lgs 285/1992 e al DPR 495/1992. In particolare:

- Le parti strutturali devono essere realizzate con materiali non deperibili e resistenti agli agenti atmosferici;
- Le strutture di sostegno e di fondazione devono essere calcolate per resistere alla spinta del vento, saldamente realizzate ed ancorate, sia globalmente che nei singoli elementi. Qualora le suddette strutture costituiscano manufatti la cui realizzazione e posa in opera è regolamentata da specifiche norme, l'osservanza delle stesse e l'adempimento degli obblighi da queste previste deve essere documentato prima del ritiro dell'autorizzazione di cui all'art. 23, comma 4, del D.Lgs. 285/1992;
- La sagoma deve essere regolare e, in ogni caso, non deve generare confusione con la segnaletica stradale. In particolare, non sono ammesse le forme tonda o triangolare, in modo da non creare confusione con la segnaletica stradale ed ostacolarne la visibilità entro lo spazio di avvistamento della segnaletica stradale stessa;
- deve essere adottata particolare cautela nell'uso dei colori, specialmente del rosso, e del loro abbinamento, al fine di non generare confusione con la segnaletica stradale, specialmente in corrispondenza e in prossimità delle intersezioni. Occorre altresì evitare che il colore rosso utilizzato nei cartelli, nelle insegne di esercizio e negli altri mezzi pubblicitari costituisca sfondo di segnali stradali di pericolo, di precedenza e d'obbligo, limitandone la percettibilità;
- Nel rispetto di quanto prescritto al precedente punto, il colore rosso deve essere limitato ad eventuali riproduzioni di marchi di fabbrica, senza, comunque, occupare oltre 1/5 della superficie totale dell'impianto, fatto salvo per le aziende con marchio registrato sempre che, in sede di richiesta di autorizzazione, producano copia della relativa certificazione del marchio.

2. Inoltre:

- i mezzi pubblicitari non devono costituire ostacolo che possa comportare rischio di caduta o di urto accidentale per i pedoni né per la circolazione di soggetti diversamente abili o non autonomi;
- le superfici dei mezzi pubblicitari con cui qualsiasi soggetto possa entrare in contatto devono presentare scarsa attitudine al surriscaldamento a seguito di normale utilizzo, processi di esercizio e assorbimento dell'irraggiamento solare. In generale, è richiesto che sia mantenuta una temperatura < 60° C;

- I singoli materiali ed elementi dei mezzi pubblicitari devono essere durevoli, cioè, tali da conservare inalterate le proprie caratteristiche chimico-fisiche, geometriche, funzionali, cromatiche e di finitura superficiale, sotto l'azione delle sollecitazioni termiche, dell'irraggiamento solare a quelli degli agenti chimici e biologici;
- Devono essere realizzati in modo da dissuadere, impedire e resistere agli atti di vandalismo, come pure di consentire che vi si possa facilmente porre rimedio. Tutti gli elementi, i loro collegamenti ed ancoraggi, ed il loro sistema d'insieme, devono possedere caratteristiche materiali, morfologiche e costruttive tali da soddisfare al meglio, relativamente alle prestazioni attese ed attendibili dagli elementi di cui trattasi, il requisito della resistenza agli atti di vandalismo.

In particolare, sono richieste:

- Collocazioni che rendano gli elementi difficilmente aggredibili.
 - Resistenza ai graffi ed agli strappi superficiali.
 - Superfici con conformazioni e trattamenti con fluidi "antiscrittura" per le parti poste entro l'altezza di 3 mt. dal piano di calpestio.
3. Gli elementi ed i loro sistemi d'insieme costituenti gli impianti, debbono avere caratteristiche morfologiche, dimensionali, funzionali e tecnologiche tali da consentire di effettuare in sicurezza ed agevolmente controlli ed ispezioni per la verifica del loro stato di conservazione ed efficienza, e per l'effettuazione dei necessari interventi di pulizia, riparazione e integrazione, sostituzione e recupero.

CAPO III – CLASSIFICAZIONE E CARATTERISTICHE SPECIFICHE DEGLI IMPIANTI PUBBLICITARI

Articolo 7

Le Pubbliche Affissioni (PA)

1. La superficie degli impianti da adibire alle pubbliche affissioni è stabilita dall'articolo 5 delle presenti NTA.
2. La superficie di cui al comma precedente viene destinata per il 70% alle affissioni di natura commerciale (PAC) e per il 30% alle affissioni prive di rilevanza economica.

3. Gli impianti destinati alle affissioni devono corrispondere alle seguenti tipologie, come definite, rispettivamente, al comma 4 ed al comma 8 dell'art. 47, del D.P.R. 495/1992:
- a) Cartelli, intendendo come tali tutti i manufatti bidimensionali aventi una propria struttura di sostegno, monofacciali o bifacciali;
 - b) impianti di pubblicità o propaganda per l'esposizione di manifesti, intendendo come tali:
 - tabelle o plance monofacciali, fornite o meno di vetro di chiusura, ancorate a strutture murarie, quali ad esempio muri di recinzione, facciate di edifici o muri di contenimento in corrispondenza di sottopassi;
 - manufatti ed altre strutture mono, bifacciali o plurifacciali, realizzati in materiali idonei per l'affissione di manifesti;
 - superfici adeguatamente predisposte e delimitate, ricavate su strutture murarie, quali ad esempio muri di recinzione, facciate di edifici o muri di contenimento in corrispondenza di sottopassi;
 - armature, steccati, ponteggi, schermature di carattere provvisorio prospicienti il suolo pubblico, per qualunque motivo costruiti.
4. Tutti gli impianti hanno, di regola, dimensioni pari o multiple di cm. 70 X 100 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.
5. Gli impianti all'interno dei centri abitati posti parallelamente all'asse della carreggiata, devono essere posizionati ad una distanza di almeno 20 cm dal ciglio del marciapiede o dal bordo esterno della banchina.

Articolo 8

Impianti di pubblicità esterna permanente (PE)

1. Criteri per il posizionamento:

- La collocazione degli impianti pubblicitari deve avvenire ai sensi di quanto previsto dall'art 23 comma 6 del Codice della Strada, oltre che nel rispetto di tutte le norme di cui al D.Lgs. n. 285/1992 e del D.P.R. 495/1992, anche secondo criteri di corretto ed equilibrato inserimento ambientale ed architettonico nonché nel rispetto della normativa nazionale e regionale in materia di abbattimento delle barriere architettoniche. A tal fine, dovrà essere posta particolare attenzione all'integrazione di tali elementi nel contesto urbano con l'obiettivo di migliorare l'immagine complessiva della città.
- L'installazione di impianti destinati alla pubblicità esterna permanente, su aree pubblica, su aree di proprietà comunale o date in godimento al Comune, o

appartenenti al demanio o al patrimonio indisponibile comunale, può essere affidata in gestione a soggetti terzi mediante apposita concessione, preceduta dallo svolgimento di apposita procedura ad evidenza pubblica. La concessione è disciplinata da una convenzione riportante il numero, l'ubicazione degli impianti da installare appositamente identificati per tipologie dal Comune, alle quali si applicano specifiche deroghe (ad esclusione delle preinsegne di cui al comma 3 del presente articolo il cui posizionamento dovrà essere individuato dal soggetto terzo nel rispetto di quanto consentito dal Piano), la durata della concessione, il canone annuo dovuto al Comune, nonché tutte le altre condizioni necessarie per un corretto rapporto, come le spese, le modalità e i tempi di installazione, la manutenzione, la responsabilità per eventuali danni, il rinnovo o la revoca della concessione e simili.

2. Particolari prescrizioni per il dimensionamento ed il posizionamento degli impianti pubblicitari nelle zone omogenee:

Con riferimento alle zone omogenee di cui al precedente art. 2, per il posizionamento ed il dimensionamento dei cartelli ed altri mezzi pubblicitari dovranno essere rispettate le prescrizioni riportate di seguito:

- All'interno della zona A, centro storico, non è ammesso il posizionamento di cartelli, come definiti all'art. 47, comma 4, del D.P.R. 495/1992.
- All'interno della zona B, tessuto edilizio consolidato, è vietato posizionare cartelli perpendicolari all'asse della carreggiata ad eccezione che nelle aree in cui particolari condizioni ambientali lo consentano (larghezza della banchina stradale adeguata, presenza di aree libere da fabbricati, di parcheggi o di aree verdi, eccettuato zone varco parco). In ogni caso, il loro posizionamento non deve creare alcuna interferenza con i percorsi pedonali e, ove, esistenti, con quelli ciclabili. I cartelli e gli altri mezzi pubblicitari da ubicare sul lato della sede stradale devono avere sia il bordo verticale interno sia il palo o i pali di sostegno ad una distanza non inferiore ad 1,50 m dal bordo del marciapiede o dal ciglio esterno della banchina. La dimensione massima consentita per i cartelli come definiti all'art. 47, comma 4, del D.P.R. 495/1992, è pari a 6,00 mq e, se luminosi, devono essere illuminati esclusivamente con luce indiretta.
- Lungo il tratto della via Nazario Sauro compreso tra il confine con il Comune di Vicopisano e la via Tosco Romagnola, è consentito esclusivamente il posizionamento di cartelli di dimensioni non superiori a 3,00 mq e, comunque, aventi tutti la medesima dimensione e tipologia costruttiva.
- All'interno della zona C, per le parti comunque ricomprese all'interno del centro abitato, valgono le seguenti prescrizioni, fermo restando comunque il rispetto di quanto disposto dall'art. 23, comma 1, del D.Lgs. 285/1992 e dall'art. 51 del D.P.R. 495/1992

3. Classificazione degli impianti pubblicitari permanenti:

Ferme restando le definizioni di cui all'art. 47 del D.P.R. n. 495/1992 gli impianti pubblicitari permanenti ammessi si classificano in:

Preinsegna

1. Le preinsegne hanno forma rettangolare e dimensioni di 1,25 x 0,25 m;
2. Il colore di fondo delle preinsegne, ad esclusione di quelle da collocarsi nel centro storico disciplinate al punto 5, deve essere grigio scuro/nero con scritte e frecce di colore giallo. Eventuali simboli e marchi:
 - possono avere il colore originale del marchio della ditta;
 - devono avere dimensione non superiore ad un terzo della superficie della preinsegna.
3. Le preinsegne possono essere installate secondo le seguenti tipologie:
 - a) All'interno della zona C – aree produttivo – artigianale – commerciale:
 - Cartello TIPO 1 preinsegne da collocare in prossimità delle aziende site all'interno della zona C (Allegato A fig.1);
 - Cartello TIPO 2 preinsegne da collocare all'inizio di una strada interna alla zona C (Allegato A fig. 2);
 - b) nelle restanti zone possono essere installate le seguenti tipologie di preinsegne:
 - Cartello TIPO 3 preinsegne da collocare lungo le strade urbane ed extraurbane (Allegato a fig.3);
 - Cartello TIPO 4 e TIPO 5 preinsegne da collocare lungo le strade urbane ed extraurbane dotate di marciapiedi di ridotte dimensioni (Allegato A fig.4 e fig. 5).
4. Le tipologie di preinsegne sopra descritte possono essere realizzate esclusivamente secondo le prescrizioni dimensionali contenute all'interno dell'Allegato A.
5. All'interno del Centro Storico le preinsegne dovranno avere fondo di colore marrone e testo bianco.
6. È ammesso l'abbinamento sulla stessa struttura di sostegno di un numero massimo di sei preinsegne per ogni senso di marcia.
7. Ogni preinsegna deve riferirsi alla pubblicizzazione direzionale di un'unica attività, non sono ammesse pubblicizzazioni direzionali occupanti lo spazio di due o più preinsegne.
8. All'interno dei centri abitati in presenza di particolari condizioni ambientali è concesso solo ed esclusivamente l'utilizzo dei sostegni illustrati nell'Allegato A fig.4.
9. Le preinsegne devono essere raggruppate in un "gruppo segnaletico unitario". In ogni gruppo segnaletico unitario devono essere rispettati i seguenti criteri:
 - a. tutti i segnali posti nello stesso gruppo devono avere le stesse dimensioni, indipendentemente dalla lunghezza dei nomi scritti in essi;
 - b. le frecce indicanti "diritto" devono essere poste al di sopra delle altre; qualora il gruppo sia installato a sinistra, la freccia verticale deve essere posta sul lato destro del segnale;

- c. le frecce indicanti "sinistra" devono essere poste sotto le frecce "dritto", e per ultime, in basso, vanno poste le frecce indicanti "destra".
10. La distanza tra il bordo inferiore ed il piano di calpestio non potrà essere minore di 2,20 m, tale distanza potrà essere ridotta a 1,50 m per impianti posizionati parallelamente al senso di marcia ed in aderenza ad elementi preesistenti quali facciate di immobili, muri di recinzione etc.
11. Qualora su una stessa struttura di sostegno vengano collocati meno di sei cartelli, il posizionamento deve avvenire a partire dal bordo superiore a scendere verso il basso.
12. Ai sensi di quanto previsto dall'art 23 comma 6 del Codice della Strada la tabella seguente individua le deroghe alle norme relative alle distanze minime per il posizionamento delle preinsegne, nel rispetto delle esigenze di sicurezza della circolazione stradale, da applicarsi all'interno delle UTOE 38 e 39 aree produttive/commerciali di Cascina e Navacchio, così come delimitate nell'allegato C alle presenti NTA.

PREINSEGNE	PARALLELO (m)	PERPENDICOLARE (m)
Dal limite della carreggiata	Nessuna distanza	La proiezione del mezzo deve ricadere all'interno dell'areapedonal e (marciapiedee/o banchina)
1-Dagli altri cartelli e mezzi pubblicitari	10	10
2-Prima dei segnali stradali di pericolo e prescrizione	10	10
3-Dopo i segnali stradali di pericolo e prescrizione	10	10
4-Prima dei segnali di indicazione	10	10
5-Dopo i segnali di indicazione	10	10
6-Dal punto di inizio delle curve dove lavisibilità è compromessa	10	10
7-Dal punto finale delle curve dove lavisibilità è compromessa	10	10
8-Prima delle intersezioni	10	10
9-Dopo le intersezioni	10	10
10-Dagli imbocchi delle gallerie	10	10
11-Prima degli impianti semaforici	10	10

Cartello pubblicitario

Manufatto bidimensionale supportato da una idonea struttura di sostegno, con una sola o entrambe le facce finalizzate alla diffusione di messaggi pubblicitari o propagandistici sia direttamente, sia tramite sovrapposizione di altri elementi, quali manifesti, adesivi, ecc. Può essere luminoso sia per luce propria che per luce indiretta. Tipologie consentite dal Piano:

- Palina bifacciale (base x altezza) cm.100x150
- Cartello stradale bifacciale (base x altezza) cm.150x200 oppure 200x150
- Miniposter mono o bifacciale (base x altezza) cm.300x200
- Poster mono o bifacciale (base x altezza) cm.400x300 oppure 600x300

Impianto a led

chiamato anche schermo pubblicitario LED è un insieme di pannelli modulari, uniti fra loro a formare una superficie luminosa (luce propria) su cui è possibile visualizzare qualsiasi tipo di informazione statica o dinamica (immagini, filmati, testi, ecc.) e supportata da una idonea struttura di sostegno. È consentita la tipologia monofacciale di dimensione (base x altezza) cm.400x300.

Articolo 9

Insegne d'esercizio (IE)

1. Definizione, caratteristiche e disposizioni per installazione

Le insegne d'esercizio sono definite all'art.47, comma 1, del D.P.R. 495/1992 come una scritta in caratteri alfanumerici, completata eventualmente da simboli e da marchi, realizzata con materiali di qualsiasi natura, installata nella sede dell'attività a cui si riferisce o nelle pertinenze accessorie alla stessa.

Si distinguono, secondo la loro collocazione, in:

- a. insegne a bandiera orizzontale o verticale (in aggetto da una costruzione);
- b. insegna frontale;
- c. insegna a tetto, o su pensilina o sulle facciate di edifici destinati ad attività produttive, del terziario o a funzioni direzionali;
- d. insegna collocata su supporto proprio (palina, totem);
- e. iscrizioni pittoriche che identificano l'attività o l'esercizio cui si riferiscono, realizzate direttamente su muro o su porte (sono comprese in questa tipologia anche le vetrofanie e simili su vetro);
- f. Targhe;
- g. Tende, bandiere e vele con iscrizioni che identificano l'attività o l'esercizio cui si riferiscono;

All'interno dei centri abitati sono ammesse le seguenti dimensioni massime:

Mezzo pubblicitario	Dimensione massima
Targhe di esercizio	m ² 0,09
Targhe pubblicitarie	m ² 0,25
vetrofanìa	m ² 4
tenda	m ² 4

1. Sempre con riferimento alla definizione di cui al precedente comma, si specifica che per pertinenze accessorie si intendono gli spazi e le aree limitrofi alla sede dell'attività poste a servizio, anche non esclusivo, di essa, compresi i casi in cui i mezzi pubblicitari corrispondenti alle caratteristiche delle insegne di esercizio risultino non installati nell'ambito spaziale prima indicato, e siano collocati in alternativa ad una prossimità funzionale dell'attività esercitata e, comunque, ad una distanza non superiore a mt. 50, salvo che sussistano motivi e cause logistiche speciali riconosciuti dall'amministrazione comunale.
2. Nelle aree di parcheggio ricomprese nei centri commerciali e/o stazioni di servizio (nei centri abitati) possono essere installate insegne/cartelli pubblicitari purché siano attinenti i servizi prestati o prodotti commercializzati nell'attività stessa. Gli impianti non potranno essere posizionati lungo il fronte stradale o lungo le corsie di accelerazione o decelerazione e in corrispondenza degli accessi.
3. Le targhe indicanti professioni ed attività in genere devono essere collocate preferibilmente negli stipiti della porta o, in alternativa, anche in riferimento alle condizioni specifiche, lateralmente alla porta stessa o sui battenti. In caso di targhe multiple, il loro posizionamento deve essere effettuato seguendo corretti criteri di regolarità compositiva.
4. Le insegne a bandiera, sia orizzontali che verticali, aggettanti su percorsi esclusivamente pedonali o passaggi accessibili da automezzi, devono essere installate in modo tale che la distanza da terra al bordo inferiore sia uguale o superiore a m 3 per i percorsi pedonali e m 5,1 per i passaggi accessibili da automezzi. Il filo esterno di tali insegne deve essere distante almeno 0,50 m dal ciglio esterno del marciapiede o, in assenza di questo, dal margine esterno della carreggiata.
5. Inoltre, devono essere rispettate le seguenti dimensioni:

Tipologia insegna di esercizio		Dimensione massima consentita
Bandiera		4m ²
Frontale		10m ² con limite 10%Spf(1)
Tetto o pensilina		10m ² con limite 10%Spf(1)
Facciata		10%Spf(2)
Insegna su support proprio	ZonaB	18m ²
	ZonaC	24m ²

(1) Superficiemassimadiogniinsegnadiesercizio,nelrispettodelimitedipercentualemassimadella superficie utilizzabile per la collocazione dei mezzi pubblicitari Smp rispetto alla superficie del prospetto del fabbricato Spf pari a: Smp = 10% Spf

(2) Superficiemassimadell'insegna/ediesercizio(Smp)dacollocaresuunprospettoinfunzione della superficie del medesimo pari a: Smp = 10% Spf

6. La collocazione di insegne di esercizio è vietata sui parapetti di balconi e dentro le luci delle finestre. Tale collocazione è consentita sulle facciate, a tetto o su pensiline in edifici destinati a funzioni di carattere industriale, artigianale, commerciale, direzionale e del terziario. Per le attività indicate, inserite in edifici prevalentemente residenziali, la collocazione è consentita sulla facciata.
7. L'installazione dei mezzi pubblicitari disciplinati dal presente articolo è comunque soggetta al rispetto delle prescrizioni contenute nel Regolamento Edilizio Unificato approvato con DCC n. 43 del 27 settembre 2012.

2. Prescrizioni e deroghe per insegne luminose

1. Deve essere adottata particolare cautela nell'uso dei colori, specialmente del rosso e del verde, e del loro abbinamento, al fine di non generare confusione con la segnaletica luminosa specialmente in corrispondenza e in prossimità delle intersezioni, come meglio specificato al punto 8 del presente comma.

2. Per quanto riguarda le aree fuori dai centri abitati, come individuati ai sensi dell'art. 4 del D.Lgs. 285/1992, si applicano le disposizioni di cui all'art. 50 del D.P.R. 495/1992.

3. Nei centri abitati, lungo o in prossimità delle strade dove ne è consentita l'installazione, le insegne di esercizio luminose, per luce propria o per luce indiretta, non possono avere luce né intermittente (salvo quelle di pubblico interesse), né di intensità luminosa superiore a 150 candele per metro quadrato, o che comunque provochi abbagliamento.

4. Nei centri abitati, nel caso di intersezioni semaforizzate, i suddetti mezzi pubblicitari sorgenti luminose, salvo motivata deroga da parte dell'ente concedente l'autorizzazione, non possono essere posizionati in senso trasversale rispetto all'asse della carreggiata e comunque ad una distanza dalle intersezioni stesse inferiore a 100 m.

5. All'interno dei centri abitati, per i soli posti di pronto soccorso, farmacie, ambulatori medici e veterinari, esercizi di generi di monopolio quali Sali e Tabacchi, sono consentite deroghe al rispetto delle distanze previste dai commi 2 e 4 dell'art 51 del CdS; tali mezzi pubblicitari non devono, in ogni caso, ostacolare la visibilità dei segnali stradali entro lo spazio di avvistamento.

6. L'altezza dal suolo del bordo inferiore non può essere minore di 2,20 m.

7. L'ancoraggio degli impianti a bandiera, rispetto al filo muro dell'immobile su cui sono installati non potrà sporgere più di 50 cm e comunque la proiezione verticale dell'insegna dovrà rimanere all'interno del marciapiede o della banchina. Nel caso in cui l'insegna aggetti sulla carreggiata stradale l'altezza del bordo inferiore deve essere pari o maggiore di 5,10 m.

8. Per i servizi con carattere sanitario, contraddistinte da simboli a croce, sono definiti, in modo esclusivo, i seguenti colori:

- rosso per ambulatori e posti di pronto soccorso;
- verde per le farmacie;
- azzurro per ambulatori e posti di pronto soccorso veterinari.

Le parafarmacie possono adottare il simbolo a croce di qualsiasi colore con esclusione (anche per parti dell'insegna stessa) di quelli sopra definiti.

Le forme e le dimensioni delle insegne a bandiera di cui al monopolio Sali e Tabacchi dovranno attenersi alle disposizioni vigenti in materia.

Tali insegne, per la loro essenza pubblica, non sono soggette a dimensioni predefinite, ma non possono comunque superare cm 1,20 X cm 1,20.

Articolo 10

Arredo Urbano (AU)

1. All'art. 47, comma 1, del D.P.R. 495/1992 si definisce "impianto pubblicitario di servizio" qualunque manufatto avente quale scopo primario un servizio di pubblica utilità nell'ambito dell'arredo urbano e stradale (fermate autobus, pensiline, cestini, panchine, orologi, o simili) recante uno spazio pubblicitario che può anche essere luminoso sia per luce diretta che per luce indiretta.

2. L'installazione di impianti pubblicitari di servizio e più in generale di arredo urbano può avvenire solo su aree pubbliche e/o di proprietà comunale o date in godimento al Comune, o appartenenti al demanio o al patrimonio indisponibile comunale. Può essere affidata in gestione a soggetti terzi mediante apposita concessione, preceduta di norma dallo svolgimento di apposita procedura ad evidenza pubblica.
3. La concessione è disciplinata da una convenzione riportante il numero, le ubicazioni degli impianti da installare appositamente identificate per tipologia dal Comune e alle quali si applicano specifiche deroghe, le caratteristiche strutturali e l'utilità pubblica, la durata della concessione, il canone annuo dovuto al Comune nonché tutte le altre condizioni necessarie per un corretto rapporto, come le spese, le modalità e i tempi di installazione, la manutenzione, la responsabilità per eventuali danni, il rinnovo o la revoca della concessione e simili.

Articolo 11

Pubblicità temporanea

1. Si intende qualsiasi forma di pubblicità recante un messaggio pubblicitario, realizzata con strutture mobili sotto elencate installate per una durata non superiore a 90 (novanta) giorni consecutivi. Tale forma di pubblicità non è soggetta a titolo abilitativo, ma a semplice comunicazione alla Polizia Municipale e all'ufficio competente per la riscossione ai fini del pagamento del canone unico patrimoniale.
2. Tipologie consentite e prescrizioni:
 - a) Striscioni, locandine, bandiere e più in generale elementi pubblicitari bidimensionali.
 - b) L'esposizione di questi elementi pubblicitari è ammessa per un periodo massimo di 90 gg consecutivi e in conformità a quanto previsto dal comma 10 dell'art. 51 del D.P.R. 495/1992.
 - c) Il contenuto del messaggio pubblicitario relativo ad eventi culturali, ricreativi, sportivi, mostre e spettacoli deve essere strettamente riferito alla manifestazione e può essere accompagnato dalle sole indicazioni relative a marchio, enti, associazioni, ditte o sponsor in generale.
 - d) Gli striscioni posizionati nei centri urbani potranno avere una dimensione massima di mt. 1x larghezza della strada.
 - e) È vietata qualsiasi installazione di stendardi o gonfaloni, privi o meno di rigidità, sui pali della pubblica illuminazione;
 - f) È vietata la pubblicità effettuata mediante la sosta dei veicoli pubblicitari di cui all'art. 54, lett. G) del D. Lgs. n. 285/1992 e dell'art. 203, comma 2, lett. Q) del D.P.R. n. 495/1992 (c.d. "posterbus" o "vela"). Su tali veicoli in sosta, la pubblicità dovrà essere rimossa, ovvero coperta in modo tale che sia privata

di efficacia.

- g) Sui ponteggi di cantiere ed altre strutture di servizio di pertinenza è inoltre consentita, per la durata massima di 90 gg, la gigantografia inteso quale elemento bidimensionale monofacciale, privo di rigidità che occupa tutta o parte la superficie dei ponteggi o recinzioni del cantiere stesso ed è a questi opportunamente ancorato. La gigantografia dovrà riportare in via preferenziale o il prospetto dell'edificio oggetto dell'intervento o l'immagine di un'opera d'arte o una riproduzione fotografica di un monumento della città di Cascina. Il messaggio pubblicitario o il logo di uno sponsor dovrà occupare una superficie non superiore al 50% della superficie totale della gigantografia.

Articolo 12

Adozione spazi pubblici

1. Il Comune può esaminare ed accogliere proposte di "adozione" di spazi pubblici, limitatamente a piazze, giardini pubblici, verde pubblico o attrezzato, aree pedonali, rotatorie, spartitraffico, consentendo al soggetto proponente la segnalazione della propria attività con cartelli, opportunamente posizionati, della dimensione massima di 0,50 mq e comunque nel rispetto delle norme del Codice della Strada, la distanza minima dal margine della carreggiata dovrà essere pari o superiore ml 1,00. Il contenuto dei cartelli deve essere riferito esclusivamente al soggetto proponente ed alla sua attività e deve essere privo di qualsiasi indicazione. Il testo dovrà essere limitato a: "Spazio adottato da _____". Il numero di cartelli ammessi sarà stabilito di volta in volta in relazione alle caratteristiche e dimensioni del luogo e sarà riportato nel parere dell'amministrazione comunale. L'installazione è subordinata al nulla osta dell'ente proprietario dell'immobile o competente per la sua gestione ed alla sottoscrizione di atto d'obbligo registrato e trascritto con il quale sono fissati gli obblighi che il soggetto proponente si assume circa la manutenzione dell'area oggetto di adozione. In caso di accertamento di inadempienza agli obblighi assunti o di violazione delle norme e regolamenti vigenti ed applicabili, l'autorizzazione sarà revocata previa diffida all'adempimento o alla regolarizzazione nel termine di giorni cinque dal ricevimento.

Articolo 13

Pubblicità per compravendita, locazione di immobili, saldi e sconti

1. Gli avvisi riguardanti la compravendita o la locazione di immobili, quando collocati sugli immobili e/o loro pertinenze oggetto di vendita o locazione e ricompresi tra quelli di cui all'art. 17, comma 1, lettera b), del D.lgs. 507/93 nel caso in cui non siano superiori mq 2.00 sono soggetti alla sola comunicazione alla Polizia Municipale e all'Ufficio competente per

la riscossione del canone pubblicitario; nel caso di superamento di mq. 2.00 sono soggetti a SCIA secondo quanto disposto dall'art. 14 delle presenti NTA;

2. I messaggi pubblicitari esposti sulle vetrine o porte d'ingresso dei locali e visibili da pubblica via e/o all'interno di centri commerciali, realizzati con cartelli, adesivi o altro materiale facilmente amovibile relativi a saldi, sconti, promozioni per svendite e simili sono soggetti alla sola comunicazione ai fini del canone pubblicitario all'ufficio competente per la riscossione. Nel caso di esposizione con forme e/o strutture non facilmente amovibili e visibili da pubblica via, sono soggetti a SCIA secondo quanto disposto dall'art. 14 delle presenti NTA.

CAPO IV – PROCEDURE AMMINISTRATIVE

Articolo 14

SCIA, Autorizzazione, Comunicazione

1. Il soggetto interessato a diffondere i messaggi pubblicitari deve presentare:
 - A) SCIA (al SUAP o altro ufficio individuato) di cui all'art. 19 della Legge 241/1990 e ss mm ii se trattasi di mezzi pubblicitari di cui all'art. 9 delle presenti NTA;
 - B) richiesta di autorizzazione (al SUAP o altro ufficio individuato) negli altri casi di impianti pubblicitari non rientranti nell'art. 9 (sia su suolo pubblico che su suolo privato);
 - C) semplice comunicazione alla Polizia Municipale e all'ufficio competente per la riscossione del canone unico patrimoniale, nel caso di vetrofanie e/o di pubblicità temporanee di cui all'art. 11;
 - D) nel caso di variazione della titolarità e/o del legale rappresentante, sia per la lettera A che per la lettera B), è sufficiente la presentazione di SCIA di cui all'art. 19 della L. 241/1990 e ss.mm.ii, con allegata relazione asseverata da parte di tecnico abilitato iscritto all'albo professionale, attestante che non sono cambiate le condizioni sostanziali di cui alla precedente autorizzazione e/o SCIA;

- E) nel caso in cui siano invece intervenute modifiche sostanziali, occorre presentare nuova SCIA (nel caso di cui alla lettera A) o nuova richiesta di autorizzazione (nel caso di cui alla lettera B);
- F) nel caso di variazione del solo messaggio pubblicitario, sia per la lettera A che per la lettera B) è sufficiente una semplice comunicazione (al SUAP o altro ufficio individuato) con allegato il bozzetto del nuovo messaggio, da inviare all'ufficio competente che provvederà alla trasmissione alla Polizia Municipale e agli uffici di cui all'art. 15 lettera B).
2. Gli impianti pubblicitari di cui al comma 1 dell'articolo 8 delle presenti NTA, oggetto di eventuale affidamento previo procedimento di gara, potranno essere autorizzati con unico atto amministrativo a favore del soggetto affidatario.
 3. Le singole richieste di autorizzazioni e/o SCIA potranno avere ad oggetto più mezzi pubblicitari purché della stessa tipologia e univocità di localizzazione.
 4. Le richieste di autorizzazione e/o la SCIA dovranno essere presentate utilizzando gli appositi modelli messi a disposizione dal Comune e dovranno essere corredate dalla seguente documentazione:

A) DICHIARAZIONI E DOCUMENTAZIONE NECESSARIA PER SCIA

La SCIA dovrà contenere le seguenti informazioni:

- generalità del dichiarante;
- collocazione (strada/piazza e numero civico) del mezzo pubblicitario, con indicazione della tipologia di cui all'articolo 9 della presenti NTA, indicando anche se trattasi di nuova installazione o di trasformazione di mezzo esistente e specificando se è interamente su area privata o se ricade anche su area pubblica;
- riferimenti relativi alla precedente autorizzazione e/o scia (nei casi di modifica di mezzo pubblicitario già esistente);
- dichiarazione del rispetto delle presenti NTA, del Codice della Strada e suo Regolamento di esecuzione e attuazione, delle disposizioni in materia edilizia-urbanistica, delle altre disposizioni vigenti in materia e del possesso dell'eventuale titolo edilizio e/o altri titoli abilitativi eventualmente necessari (esempio: concessione suolo pubblico e/o altri titoli eventualmente necessari);

ALLA SCIA DEVONO ESSERE OBBLIGATORIAMENTE ALLEGATI:

- ✓ Copia del documento di identità del dichiarante, in corso di validità;

- ✓ Estratto di mappa catastale scala 1:2000 raggio minimo 200 ml. con individuazione dell'area/immobile interessata dall'installazione;
- ✓ Relazione tecnica asseverata a firma di tecnico professionista abilitato che attesti la conformità alle norme di legge e regolamentari in materia, descrittiva del manufatto richiesto contenente:
 - Indicazione della tipologia dell'impianto (insegna a cassonetto, a bandiera etc);
 - Descrizione del luogo di inserimento del mezzo pubblicitario (in facciata, su supporto, etc.);
 - Descrizione delle caratteristiche, dei materiali impiegati, dell'eventuale supporto, del tipo di illuminazione (diretta, indiretta con faretti, riflessa, retro-illuminata, etc...);
- ✓ Nel caso di mezzi pubblicitari luminosi per luce propria o indiretta, è necessario che sia allegata idonea certificazione di conformità dell'impianto alla vigente normativa in materia e il rispetto di quanto indicato al comma 2 dell'art. 9 delle presenti NTA;
- ✓ Elaborato grafico (in prospetto ed in pianta) e in scala opportuna evidenziante:
 - le dimensioni dell'opera compreso lo spessore;
 - i colori utilizzati;
 - la relativa altezza di impostazione;
 - il posizionamento rispetto all'immobile interessato e rispetto alle aperture ed agli altri elementi significativi presenti;
 - l'ampiezza della strada o spazio pubblico interessato e l'ingombro del marciapiede;
 - la distanza dalla carreggiata;
 - la distanza da intersezioni stradali, altri cartelli pubblicitari e/o segnaletica stradale con indicata la tipologia;
- ✓ Documentazione fotografica dell'immobile interessato e/o dell'area interessata e possibilmente fotomontaggio con l'impianto;
- ✓ Dichiarazione di consenso della proprietà con allegata copia del documento di identità (nel caso in cui l'intestatario della SCIA sia diverso dal proprietario, o il manufatto ingombri aree di proprietà diversa);
- ✓ Concessione di suolo pubblico (nel caso in cui il mezzo insista su suolo pubblico);
- ✓ Dichiarazione, redatta ai sensi del D.P.R. 445/00 e ss.mm.ii., con la quale si attesti che il manufatto che si intende collocare è calcolato e realizzato e sarà posto in opera tenendo conto della natura del terreno, del fabbricato e della spinta del vento, in modo da garantirne la stabilità, a firma di tecnico abilitato;
- ✓ Nulla osta dell'Ente proprietario della strada in caso di installazione in centro abitato su strada statale, regionale o provinciale;
- ✓ Autorizzazione della Soprintendenza ai Beni Ambientali e Architettonici (se posto su area o fabbricato sottoposto a vincolo monumentale (art. 49 D.Lgs 42/04);
- ✓ Autorizzazione paesaggistica nel caso sia posto su area sottoposta a vincolo paesaggistico (art. 153 del D.Lgs. 42/04 e ss.mm.ii.);
- ✓ Nulla-osta dell'ente competente in materia di vigilanza idraulica (Consorzio Bonifica Fiumi e Fossi) per le installazioni ricadenti nelle fasce di rispetto dei corsi d'acqua classificati;

- ✓ Ricevuta del versamento per diritti comunali, come da tabelle approvate con delibera di Giunta Comunale annualmente e pubblicate sul sito del Comune;

B) DICHIARAZIONI E DOCUMENTAZIONE NECESSARIA PER RICHIESTA DI AUTORIZZAZIONE

La richiesta di autorizzazione dovrà contenere le seguenti informazioni:

- ✓ generalità del richiedente;
- ✓ collocazione (strada/piazza e numero civico) dell'impianto pubblicitario, con indicazione della tipologia di cui all'articolo 8 della presenti NTA, indicando anche se trattasi di nuova installazione o di trasformazione di impianto esistente e specificando se su area pubblica e/o su area privata;
- ✓ riferimenti relativi alla precedente autorizzazione (nei casi di modifica di impianto pubblicitario già esistente);
- ✓ dichiarazione del rispetto delle presenti NTA, del Codice della Strada e suo Regolamento di esecuzione e attuazione, delle disposizioni in materia edilizia-urbanistica, delle altre disposizioni vigenti in materia e del possesso dell'eventuale titolo edilizio e/o altri titoli abilitativi eventualmente necessari (esempio: concessione suolo pubblico e/o altri titoli eventualmente necessari);

ALLA RICHIESTA DEVONO ESSERE OBBLIGATORIAMENTE ALLEGATI:

- ✓ Copia del documento di identità del richiedente, in corso di validità;
- ✓ Estratto di mappa catastale scala 1:2000 raggio minimo 200 ml. con individuazione dell'area/immobile interessata dall'installazione;
- ✓ Relazione tecnica a firma di tecnico professionista abilitato che attesti la conformità alle norme di legge e regolamentari in materia, descrittiva del manufatto richiesto contenente:
 - Indicazione della tipologia dell'impianto in riferimento all'art. 8 delle presenti NTA;
 - Descrizione del luogo di inserimento del mezzo pubblicitario;
 - Descrizione delle caratteristiche, dei materiali impiegati, dell'eventuale supporto, del tipo di illuminazione (diretta, indiretta con faretti, riflessa, retro-illuminata, etc.....);
- ✓ Nel caso di mezzi pubblicitari luminosi per luce propria o indiretta, è necessario che sia allegata idonea certificazione di conformità dell'impianto alla vigente normativa in materia;
- ✓ Elaborato grafico (in prospetto ed in pianta) e in scala opportuna evidenziante:
 - le dimensioni dell'opera compreso lo spessore;
 - i colori utilizzati;
 - la relativa altezza di impostazione;
 - l'ampiezza della strada o spazio pubblico interessato e l'ingombro del marciapiede;

- la distanza dalla carreggiata;
 - la distanza da intersezioni stradali, altri cartelli pubblicitari e/o segnaletica stradale con indicata la tipologia;
- ✓ Documentazione fotografica dell'area interessata e possibilmente fotomontaggio con l'impianto;;
 - ✓ Dichiarazione di consenso della proprietà con allegata copia del documento di identità (nel caso in cui il richiedente sia diverso dal proprietario, o il manufatto ingombri aree di proprietà diversa);
 - ✓ Concessione di suolo pubblico (nel caso in cui il mezzo insista su suolo pubblico);
 - ✓ Dichiarazione, redatta ai sensi del D.P.R. 445/00 e ss.mm.ii., con la quale si attesti che il manufatto che si intende collocare è calcolato e realizzato e sarà posto in opera tenendo conto della natura del terreno, della spinta del vento, in modo da garantirne la stabilità, a firma di tecnico abilitato;
 - ✓ Nulla osta dell'Ente proprietario della strada in caso di installazione in centro abitato su strada statale, regionale o provinciale;
 - ✓ Autorizzazione della Soprintendenza ai Beni Ambientali e Architettonici (se posto su area o fabbricato sottoposto a vincolo monumentale (art. 49 D.Lgs 42/04);
 - ✓ Autorizzazione paesaggistica nel caso sia posto su area sottoposta a vincolo paesaggistico (art. 153 del D.Lgs. 42/04 e ss.mm.ii.);
 - ✓ Nulla-osta dell'ente competente in materia di vigilanza idraulica (Consorzio Bonifica Fiumi e Fossi) per le installazioni ricadenti nelle fasce di rispetto dei corsi d'acqua classificati;
 - ✓ Ricevuta del versamento per diritti, come da tabelle approvate con delibera di Giunta Comunale annualmente e pubblicate sul sito del Comune.

Articolo 15

Procedimento istruttorio

A) PER LE SCIA

Le SCIA saranno istruite sulla base di quanto previsto dagli artt. 19 e ss. della Legge 241/1990 e ss mm ii;

B) PER LE AUTORIZZAZIONI

L'ufficio competente al rilascio dell'autorizzazione provvede ad acquisire (anche mediante conferenza di servizi), entro il termine di 30 giorni dalla richiesta, il parere del Comando di Polizia Municipale e degli altri Enti e/o Uffici tecnici comunali sugli aspetti di rispettiva competenza. Decorso 15 giorni dalla richiesta del parere senza che siano stati rilasciati i pareri richiesti, gli stessi si intendono favorevoli e l'ufficio competente provvede al rilascio dell'autorizzazione entro il termine di 60 giorni dalla richiesta.

Quanto sopra, supera quanto previsto da disposizioni comunali e/o protocolli di intesa

precedenti all'entrata in vigore delle presenti NTA.

Il procedimento di cui sopra non è necessario nel caso di impianti pubblicitari oggetto di affidamento di cui all'art. 8 comma 1 delle presenti NTA.

Articolo16

Contenuti, rinnovo dell'Autorizzazione e validità della SCIA

1. Tutte le autorizzazioni e/o SCIA sono rilasciate/acquisite fatti salvi i diritti di terzi ed il Comune resta sollevato da ogni responsabilità in merito al contenuto del messaggio pubblicitario. L'autorizzazione può essere revocata motivatamente per ragioni di pubblico interesse, fatti salvi gli altri casi di revoca di cui all'art. 17 delle presenti NTA. Analogamente, il Comune può disporre la rimozione dei mezzi pubblicitari oggetto di SCIA, per motivi di tutela del pubblico interesse e/o cause di forza maggiore.
2. L'autorizzazione rilasciata al richiedente deve contenere:
 - ✓ il numero di registro cronologico annuale di riferimento, al fine della catalogazione e dell'inserimento in un apposito database;
 - ✓ il richiamo alle leggi, norme, regolamenti e disposizioni di riferimento, applicabili;
 - ✓ l'obbligo del titolare dell'autorizzazione di provvedere alle misure di sicurezza eventualmente disposte dalle autorità competenti o dalla ditta installatrice;
 - ✓ la decadenza della stessa nel caso di cui all'art. 17 comma 1 delle presenti NTA;
 - ✓ la revoca della stessa nei casi di cui all'art. 17 comma 2 delle presenti NTA;

Le autorizzazioni hanno validità di n. 3 anni dalla data del rilascio e ai fini del rinnovo è necessaria la presentazione, almeno 90 giorni prima della scadenza, di nuova richiesta di autorizzazione con le stesse modalità di cui agli articoli 14 e 15 lettera B) delle presenti NTA. Nel caso in cui, durante il periodo di validità dell'autorizzazione, l'impianto oggetto della stessa venga inserito in un bando di gara per l'affidamento di cui all'art. 8 comma 1, il titolare dell'autorizzazione non potrà chiederne il rinnovo e, alla scadenza dell'autorizzazione, la stessa si intenderà automaticamente rinnovata a nome del soggetto che risulterà affidatario. Inoltre, nel caso di affidamento di cui all'articolo 8 comma 1 di durata superiore a 3 anni, le autorizzazioni al soggetto affidatario mantengono la validità per tutto il periodo dell'affidamento.

Non potranno essere rinnovate le autorizzazioni che alla scadenza non rientrino nelle previsioni delle presenti NTA.

Per i mezzi pubblicitari di cui all'art. 9 delle presenti NTA che siano stati installati mediante SCIA, non sarà necessaria la presentazione di nuova SCIA ai fini del rinnovo, fatto salvo per i casi in cui siano intervenute modifiche rispetto alla situazione precedente.

Articolo 17

Decadenza e revoca dell'autorizzazione

1. L'Autorizzazione decade quando risulti che non venga usufruita entro il termine di 180 giorni dalla data di rilascio, salvo concessione di proroga su richiesta motivata degli interessati, da presentare entro il medesimo termine di 180 giorni;
2. L'autorizzazione è revocata:
 - nel caso in cui venga accertata la mancata osservanza delle eventuali prescrizioni alle quali è subordinata e/o il venire meno delle condizioni che costituivano presupposto al rilascio dell'autorizzazione;
 - nel caso in cui venga accertato che il titolare non adempia ad uno o più obblighi previsti nell'autorizzazione rilasciata e/o quelli di cui all'art. 18 delle presenti NTA;
 - per sopravvenuti motivi di pubblico interesse e/o di pubblica sicurezza e/o di forza maggiore;
 - nel caso in cui normative successive ne determinino obbligatoriamente la revoca.

CAPO V – DISPOSIZIONI FINALI

Articolo 18

Obblighi per il titolare dell'autorizzazione

1. Fermo restando gli obblighi previsti dall'art. 54 e 55 del D.P.R. n. 495/1992, il titolare dell'autorizzazione deve:
 - a) verificare periodicamente il buono stato di conservazione dell'impianto pubblicitario autorizzato e delle strutture di sostegno;
 - b) effettuare tutti gli interventi necessari al mantenimento delle condizioni di sicurezza;
 - c) richiedere preventivamente al Comune qualsiasi tipo di variazione e/o modifica che si intende apportare sul mezzo pubblicitario autorizzato;
 - d) adempiere nei tempi prescritti a tutte le prescrizioni contenute nell'autorizzazione, provvedendo, in particolare nel caso di interventi su suolo pubblico, a ripristinare a regola d'arte le parti manomesse.
 - e) provvedere alla completa rimozione, comprese le eventuali strutture di sostegno, in caso di cessazione dell'attività e/o cessione, scadenza, decadenza o revoca dell'autorizzazione o del venire meno delle condizioni di sicurezza previste all'atto dell'installazione, o di motivata richiesta del Comune.

- f) provvedere al rinnovo dell'autorizzazione nei termini e con le modalità di cui all'art. 16 delle presenti NTA;
- g) la mancata presentazione della richiesta di rinnovo entro il termine di scadenza produce l'effetto della rinuncia al rinnovo;
- h) Su ogni impianto, cartello o mezzo pubblicitario autorizzato, dovrà essere saldamente fissata e mantenuta efficace, a cura e spese del titolare dell'autorizzazione, una targhetta visibile posta in posizione facilmente accessibile sulla quale sono riportati i seguenti dati:
 - Ente che ha rilasciato l'autorizzazione;
 - Soggetto titolare dell'autorizzazione;
 - Numero dell'autorizzazione con la data di rilascio e di scadenza della stessa;
- i) La targhetta, di cui al precedente comma, deve essere curata e sostituita dall'interessato ad ogni rinnovo dell'autorizzazione ed ogni qualvolta intervenga una variazione di uno dei dati su di essa riportati.
- j) Per i mezzi pubblicitari per i quali risulta difficoltosa l'applicazione di targhette, è ammesso che i suddetti dati siano riportati con scritte a carattere indelebile.
- k) Per le insegne di esercizio non corre l'obbligo dell'esposizione della targhetta, ma si dispone che copia dell'autorizzazione sia conservata nella sede dell'attività presso la quale sono installati i mezzi, e che sia consultabile ad ogni controllo da parte dei competenti uffici.

Articolo 19

Norme finali e transitorie

1. I mezzi pubblicitari, già installati con regolare autorizzazione e che risultano in contrasto con la presente disciplina dovranno essere rimossi alla scadenza del titolo autorizzativo.

Articolo 20

Coordinamento con altre norme regolamentari esistenti

1. La disciplina di cui alle presenti NTA prevale su altre eventuali disposizioni/regolamenti comunali attualmente in vigore qualora in contrasto.
2. La presente disciplina sarà da ritenere superata nel caso di eventuali future disposizioni normative e/o di rango superiore in contrasto con la medesima.

Articolo 21

Entrata in vigore

1. Le presenti NTA entrano in vigore dalla data di efficacia della deliberazione di Consiglio Comunale di approvazione delle stesse.

ALLEGATI:

- ALLEGATO A): preinsegne
- ALLEGATO B): Elenco degli impianti pubblicitari suddivisi per tipologia e loro localizzazione (vedere Allegati B1, B2, B3, B4, B5, B6);
- ALLEGATO C): Indicazione urbanistica delle Aree Produttive (zona Cascina e zona Navacchio);
- ALLEGATO D): Link a Google Earth indicante la localizzazione degli impianti;