



Città di Nardò

**COPIA DELL'ORIGINALE IN PRIMA BATTUTA
DELLA DELIBERAZIONE DEL COMMISSARIO STRAORDINARIO**

N.243/2001

OGGETTO: Approvazione regolamento relativo al piano generale degli impianti pubblicitari.

L'anno duemilauno, il giorno **venticinque** del mese di **ottobre** alle ore 19.00 nella sede comunale, il Commissario Straordinario Dott. Nicola Prete assistito dal Segretario Generale Dott. Gaballo Antonio, esamina l'argomento in oggetto:

IL COMMISSARIO STRAORDINARIO

Premesso che con deliberazione del Commissario Straordinario n° 717 del 16 giugno 1994 fu approvato il Regolamento comunale per l'applicazione dell'imposta sulla pubblicità;

Che con deliberazione del Commissario Straordinario n° 719 del 16/06/1994 fu adottato quello per l'effettuazione del servizio delle pubbliche affissioni;

Che entrambi i regolamenti furono adottati ai sensi dell'art. 3 del D.Lgs. n.507/93, con il quale viene stabilito che ciascuna Comune è tenuto ad adottare apposito regolamento per l'applicazione dell'imposta sulla pubblicità e per l'effettuazione del servizio delle pubbliche affissioni;

Ciò premesso;

Constatato che il Comune di Nardò non si è dotato ancora del Piano Generale degli impianti così come previsto dall'art.3, comma 3, del citato D.Lgs. n°507/93;

Che la sua adozione riveste invece notevole importanza in quanto, oltre a regolamentare e dettagliatamente tutte le tipologie e le caratteristiche degli impianti pubblicitari, tutte le modalità di rilascio delle varie e singole autorizzazioni, il pagamento dell'imposta, i divieti, l'abusivismo, le

suddivisione del territorio comunale, le modalità di attuazione dello stesso piano, le diverse ipotesi di pubblicità, consente soprattutto al Comune di poter rilasciare ulteriori autorizzazioni all'installazione di nuovi impianti così come indicato dall'art.3, comma 3 del D.Lgs. n°507/93;

VISTA la nota n° 443 del 3/09/01 con la quale viene chiesto il parere ai dirigenti del II.p.p. e polizia urbana in ordine alla bozza del regolamento in questione e di quello relativo all'installazione delle insegne ed al servizio di pubbliche affissioni;

Vista la risposta inviata dal dirigente settore urbanistica le cui osservazioni sono state in questo servizio recepite ed inserite nel contesto del Regolamento;

Viste altresì le osservazioni fatte pervenute da parte del Comando di Polizia Urbana, recepite ed inserite nel presente regolamento;

Vista la relazione illustrativa allegata al presente atto

Letta ed esaminata la bozza di Regolamento predisposta dal servizio Tributi;

Ritenuto farla propria;

Visto il parere favorevole in ordine alla regolarità tecnica del provvedimento reso ai sensi dell'art. 49 del D.Lgs. 18/8/2000 n°267;

DELIBERA

1. Approvare il Regolamento relativo al PIANO GENERALE DEGLI IMPIANTI PUBBLICITARI, predisposto dal servizio Tributi e allegato e parte integrante della presente deliberazione.

Dare atto altresì che sulla proposta sono stati espressi i pareri favorevoli previsti dall'art. 49 T.U.E.L. approvato con D. Lgs. n. 267 del 18.8.2000.

Pareri espressi ai sensi dell'art. 49 del T.U.E.L. D.Lgs. n. 267/00

Parere favorevole in ordine alla sola regolarità tecnica

li. 28/09/01.....

IL RESPONSABILE DEL SERVIZIO INTERESSATO

F. to Pisanello

Parere favorevole in ordine alla sola regolarità contabile

li. 1/10/01.....

IL RESPONSABILE DI RAGIONERIA

F.to. Petolicchio

Di quanto sopra si è redatto il presente verbale che viene letto, approvato e sottoscritto:

IL COMMISSARIO STRAORDINARIO
f.to Dott. N. Prete.

IL SEGRETARIO GENERALE
f.to Dott. A. Gaballo

CERTIFICATO DI PUBBLICAZIONE

Reg. N. 2035

Il sottoscritto Segretario Generale, su conforme attestazione del Messo Comunale, certifica che copia della presente deliberazione ~~30 OTT. 2001~~ pubblicata all'albo pretorio il giorno 30 OTT. 2001 e vi rimarrà per 15 giorni consecutivi.

Dalla Sede Municipale, addi.....

IL MESSO COMUNALE IL SEGRETARIO GENERALE
f.to Cardone f.to Gaballo

Copia conforme all'originale per uso amministrativo

Nardò,

30 OTT. 2001

IL SEGRETARIO GENERALE



DELIBERAZIONE INVIATA

al CO. RE. CO..

ESECUTIVITÀ DELLA DELIBERAZIONE

La presente deliberazione è divenuta esecutiva per:

- Dichiarazione di immediata eseguibilità (art. 134 c. 4 T.U.E.L. n. 267/00)
- Decorrenza giorni 10 dall'inizio della pubblicazione, senza richiesta di inoltro al Co.Re.Co. (art. 134 c. 3 T.U.E.L. N. 267/00).
- Decorrenza giorni 30 dal ricevimento dell'atto da parte del Co.Re.Co., senza adozione o comunicazione di provvedimento di annullamento (art. 134 c. 1 T.U.E.L. n. 267/00).
- Esame senza rilievi da parte del Co.Re.Co., come da provv. n.

del.....
.....
.....
.....

Nardò, li.....

IL SEGRETARIO GENERALE

Amb

.....



CITTA' DI NARDO'
(Provincia di Lecce)
Settore Economico
Finanziario -
Servizio Tributi

RELAZIONE ILLUSTRATIVA RELATIVA AL PIANO GENERALE DEGLI IMPIANTI PUBBLICITARI

11, settembre '01

Premessa

Il "PIANO GENERALE DEGLI IMPIANTI PUBBLICITARI", così come previsto dall'art 3, comma 3, del D.LGS. 507/93, a tutt'oggi, non è stato ancora adottato.

Con deliberazione n. 717 del 16 giugno 1994 del commissario Prefettizio, è stato adottato soltanto il regolamento comunale per l'applicazione dell'imposta sulla pubblicità.

L'adozione invece del citato piano generale degli impianti, successivamente chiamato PGIP, riveste carattere di notevole importanza in quanto oltre a regolamentare dettagliatamente tutte le tipologie e le caratteristiche degli impianti pubblicitari, tutte le modalità di rilascio delle varie e singole autorizzazioni, il pagamento dell'imposta, i divieti, l'abusivismo, la suddivisione del territorio comunale, le modalità di attuazione dello stesso piano, le diverse ipotesi e tipi di pubblicità, consente soprattutto al Comune di poter rilasciare ulteriori autorizzazioni all'installazione di nuovi impianti così come indicato dall'art. 3, comma 3, del D.Lgs. n.507/93;

Considerazioni

Nell'emanare il Regolamento previsto dall'art. 3 del D.Lgs. 15 novembre 1993 n. 507, con cui si intende disciplinare l'applicazione dell'imposta sulla pubblicità e l'effettuazione del servizio delle pubbliche affissioni, nonché la tipologia e il numero dei mezzi pubblicitari e le procedure per ottenere le relative autorizzazioni all'installazione, oltre a valutare le esigenze di pubblico interesse, si è doverosamente tenuto conto delle disposizioni stabilite dalle leggi vigenti e dei principi generali dell'ordinamento. E' infatti indispensabile che il Comune nella predisposizione del suddetto regolamento osservi le prescrizioni introdotte dal D.lgs. n.285 del 1992, in ordine alla realizzazione di alcune fattispecie pubblicitarie sulle strade e sui veicoli.

In particolare, dal combinato disposto dell'art. 23 del D.Lgs n. 285 del 1992 e degli articoli da 47 a 59 del D.P.R. 16 dicembre 1992 n. 495, recante il regolamento di esecuzione e di attuazione del nuovo codice della strada, emergono, accanto ad espressi divieti, numerose prescrizioni di carattere generale, il cui rispetto deve essere assicurato dall'Ente Locale sia al momento della predisposizione del regolamento e sia al momento del rilascio dell'autorizzazione per la collocazione di cartelli ed altri mezzi pubblicitari sul territorio comunale. Le norme appena richiamate contengono infatti prescrizioni finalizzate alla tutela di interessi generali e pertanto non possono essere derogate dal Comune né sulla base della potestà regolamentare stabilita dall'art. 3 del D.lgs n. 507/93, né sulla base dell'autonomia riconosciuta agli Enti Locali in materia tributaria dall'art. 52 del D.Lgs. 15 dicembre 1997 n. 446. Non sono altresì sfuggite

IL COMMISSARIO PEFETTIZIO
Dott. ANTONIO...

IL COMITATO DI PIAZZA

eventuali considerazioni inverse quando , in alcuni casi, è lo stesso codice della strada o il relativo regolamento di esecuzione o di attuazione, che attribuisce espressamente al Comune il potere di disciplinare la materia attraverso il proprio regolamento, lasciando perciò all'Ente alcune competenze che si riverberano anche sul piano tributario. E' quanto avviene, ad esempio, per la pubblicità fonica entro i centri abitati, che a norma del combinato disposto dall'art. 23, comma 8, del D.Lgs: n. 285 del 1992 e dell'art 59 del d.P.R. n.495 del 1992 " è consentita nelle zone e negli orari stabiliti dai regolamenti comunali" .

Motivazioni

Mantenendosi sempre nell'ambito delle norme vigenti e trasferendo le stesse nella realtà locale , attraverso il censimento degli impianti esistenti ed una obiettiva valutazione dell'attuale stato dei luoghi , è stato predisposto il PGIP anche nell'ottica di una concreta e futura programmazione degli impianti stessi (unitamente al piano sono stati predisposti anche i regolamenti per l'installazione delle insegne e per il servizio delle pubbliche affissioni).

Infatti, attraverso un esame generale relativo agli impianti pubblicitari esistenti sul territorio comunale, è stato rilevato che :

- nella Città di Nardò non esistono impianti di pubblicità ad eccezione di quelli adibiti al servizio delle pubbliche affissioni e riportati nell'allegato 1 e quello elettronico che , da tre mesi, è stato installato in piazza Mazzini;
- la superficie totale degli impianti adibiti al servizio delle pubbliche affissioni è insufficiente rispetto alla superficie minima stabilita . Infatti , in conformità a quanto dispone il terzo comma dell'art. 18 del D.Lgs. 15.11.1993 n. 507, tenuto conto che la popolazione del Comune di Nardò al 31 dicembre 2000 , era costituita da n. 31627 abitanti, la superficie minima degli impianti da adibire alle pubbliche affissioni è stabilita in complessivi mq. 556, arrotondati a mq. 576, pari a mq. 18 per ogni mille abitanti (Art. 18 comma 3 D.Lgs. 15.11.1993, n. 507);
- alla luce dei risultati di cui sopra, la valutazione sulla situazione attuale non può essere che **negativa**.

Infatti , è stato già detto che la Città è sprovvista di utili impianti pubblicitari, dove invece risultano installate molte insegne di esercizio e cartelli tutti a livello soggettivo. Una ipotesi di pubblicità collettiva effettuata ad esempio da un unico impianto non è mai stato realizzato primo, perchè ne è mancato lo spirito ; secondo, e forse più importante, perchè proprio la mancanza di appositi impianti ne ha impedito, di fatto, la possibilità di " fare " pubblicità in modo diverso rispetto al modo e sistema tradizionale.

Di tutta questa situazione, senz'altro negativa, a risentirne, è anche la Città . Non a caso infatti continua a conservare una immagine "storica" e superata nel tempo; non ha un arredo urbano moderno e si presenta priva di vitalità e "statica"; invece basta osservare piazza Mazzini, dove da tre mesi è stato installato un cartello elettronico, per notare la differenza.

note

COMUNE DI NARDO'
UFFICIO TRIBUTI

PIAZZA CESARE BATTISTI N° 4
VIA DUE GIUGNO

Tel. 0833 / 838111 Fax 567528
Tel 0833 / 800055

Le considerazioni riportate nella presente relazione, sono state volutamente appena accennate perchè si è dell'avviso che la loro peculiarità sia abbondantemente sufficiente a far comprendere sia l'enorme portata ed importanza che avrà il PGIP nella comunità, sia a "mostrare" tutto ciò che non si è voluto esplicitamente dire. Il PGIP dunque, nel suo insieme, oltre a regolare tutti gli aspetti tecnici, amministrativi e tributari, **indica indirettamente e soprattutto**, anche le linee principali e generali per la realizzazione di una programmazione costituita da **proposte semplici** la cui realizzazione non richiede grossi impegni economici e materiali e contribuirà a trasformare le negatività sopra accennate in positività generale, consentendo, per primo, alla Città di presentarsi con una veste moderna, dinamica, adeguata ai tempi oltre ad essere più redditizia sotto l'aspetto economico.

E' evidente che la prima cosa da fare, sarebbe quella di procedere alla installazione di impianti pubblicitari sia per la sola pubblicità (considerato che la città sotto questo aspetto è completamente carente) sia per incrementare notevolmente quelli destinati al servizio delle pubbliche affissioni ed adeguarsi così anche alle norme legislative.

L'allegato 2 alla presente relazione, individua e propone la creazione di nuovi spazi da destinare al servizio delle pubbliche affissioni. Riporta la tipologia dell'impianto, la sua superficie, la sua possibile ubicazione, il tutto in perfetta coerenza con quanto prevede l'art. 2 e 6 dell'istituendo PGIP e con le distanze previste dal Nuovo Codice della Strada e riportate nell'allegato n°2 al PGIP.

L'attuazione di quanto sopra, consentirebbe :

- **maggior disponibilità di spazi,**
- **fornire utili alternative a tradizionali e superati mezzi di pubblicità,**
- **venire incontro alle diverse e nuove esigenze dell'utenza;**
- **ridurre le richieste inevasi e l'abusivismo;**
- **contribuire a modificare l'immagine della città, dotandola di un nuovo, moderno ed utile arredo urbano;**
- **non ultimo, incrementare l'entrate comunali.**

Infatti :

L'attuale disponibilità di spazi è la seguente:

spazi per pubblicità

mq. zero

spazi per affissioni mq. 339

Totale mq. 339

Proposta di nuovi spazi

per affissioni (ALLEGATO 2) mq. 216

per pubblicità diversa costituita da:

standardi-cartelli-striscioni-apparecchi

elettronici (ALLEGATO 3) mq. 396

parapedoni (ALLEGATO 4) mq. 1500

totale mq nuovi spazi 2.112

i cui maggiori introiti annui possono quantificarsi in £. 335.308.800
scaturiti da:

- 1. **AFFISSIONI:** mq.216 x 10giorni x £.2880 x 36 volte) = £. 223.948.800
- 2. **PUBBLICITA' VARIA** (mq. 1856 x 60.000 (tariffa media) = £. 111.360.000

Se poi il Comune di Nardo' consentisse l'installazione di standardi sui pali della pubblica illuminazione di sua proprietà e installati su territorio urbano escluso il centro storico, le possibili entrate comunale di cui sopra potrebbero ulteriormente aumentare di altri 57.000.000 dati dai seguenti conteggi:

(n° presumibile pali utilizzabili 1000 X £.57.000 al mq. X un anno= £. 57.000.000)
(L'ipotesi viene proposta perchè suffragata dalle numerosissime richieste che pervengono all'ufficio Tributi di questo Ente e che non può effettuare perchè attualmente è vietata, mentre in città come Firenze-Lecce-Roma-Torino-Venezia-Bologna che sotto l'aspetto storico-culturale-architettonico ed ambientale non sono certamente seconde a Nardò, ciò è ampiamente consentito).

Si ritiene che la proposta consenta la possibilità di avere delle alternative.
Attualmente la pubblicità viene effettuata con:

- insegne di esercizio
- volantinaggio
- affissioni manifesti formato 1-ossia 0,70 X 1,00;
formato 2-ossia 1,00 X 1,40
formato 4-ossia 1,40 x2,00.

senza possibilità di affiggere formati più grandi;

La proposta prevede invece, la possibilità di fare pubblicità anche attraverso:

- standardi- poster- apparecchi elettronici- parapedoni;
- l'affissione di ogni formato di manifesto.

Come si vede, questo offre l'opportunità sia all'operatore commerciale di avere diverse alternative all'unica avuta sino ad oggi, per divulgare i propri messaggi pubblicitari, sia (e da non trascurare) di poter evadere le richieste di affissione di qualsiasi formato di manifesto, ora preclusa, senza contare che attraverso tali ulteriori

IL COMMISSARIO ORDINARIO
Dott. Nicola PRATE

disponibilità di spazi vengono ridotte le numerose ed attuali affissioni abusive e selvagge .

Conclusioni

Per la realizzazione di quanto innanzi, e comunque riportati agli allegati 2-3 e 4 alla presente, attraverso un sondaggio effettuato presso alcune ditte costruttrici e fornitrici di tale materiale , è stato calcolato un costo presumibile di circa **171.120.000 .**

Di contro, le maggiori entrate annuali , costituite dalla sola tariffa pubblicitaria, ammonterebbero a **£. 335.308.800.**

Dunque, in un solo esercizio finanziario , si coprirebbe totalmente il costo sopportato e si avrebbe comunque una differenza positiva pari a £. 164.188.000.

Relativamente ai costi di **manutenzione**, questi potrebbero essere assicurati o da una percentuale da prelevare annualmente dal totale delle entrate tributarie relative al servizio affissioni e pubblicità, oppure da un corrispettivo da percepire dal privato in aggiunta al pagamento dell'imposta dovuta , al quale verrebbe dato l'impianto in gestione

IL FUNZIONARIO RESPONSABILE
RAG.ANTONIO PISANELLO

IL DIRIGENTE SETTORE ECON.FINAN.
DOTT. GUSTAVO PETOLICCHIO

IL COMMISSARIO ADJUNTO ORDINARIO

ALLEGATO N° 1
SITUAZIONE ESISTENTE IMPIANTI AFFISSIONI

UBICAZIONE	SUPERFICIE MQ	TIPOLOGIA	NOTE
CORSO GARIBALDI	20	MURO	PARETE IMMACOLATA
CORSO GARIBALDI	18	MURO	FRONTE CHIESA S.TERESA
CORSO GARIBALDI	14	PLANCE	N.5 (1,40X2) ACCANTO POSTE
VIA ROMA	13	PLANCE	N.2 PLANCE VICINO AZ + N.2 SPALLE COMUNE+ N.3 BAR NATALE
via MATTEOTTI	6	MURO	altezza civico 24
VIA DUE AIE	4	PLANCIA	bar S.Gerardo
VIA ZUCCARO	25	MURO	MURO CONVENTO S.CHIARA
CORSO GALLIANO	12	N°4 PLANCE	2 CREDEM 1 LABORATORIO ANALISI 1 BANCO NAPOLI
CORSO GALLIANO	10	PARETE	parete Colosso
VIA KENNEDY	4	PLANCIA	1 CAMPETTO + 1 F.LLI SABATO
VIA XXV LUGLIO	5	2 PLANCE	ACCANTO BENZINA + MURO OSPEDALE
STRADA S.CATERINA-CENATE	8	MURO	OASI
VIA A.VOLTA	4	MURO	AL N°CIVICO 25
VIA A.VOLTA	5	MURO	CASIF.PAPALEO
VIA A.VOLTA-VIA BETTI	6	Muro	PARETE SCUOLA ELEMENTARE
P.ZZA CAD. DI VIA FANI	5	MURO	
P.ZZA S. MATTEO	2	MURO	
P.ZZA SALANDRA	8	N° 4 PLANCE	
PIAZZA UMBERTO I°	15	MURO	EDIFICIO SCOLASTICO
PIAZZA UMBERTO I°	6	3 PLANCE	BENZINA
POSTO DI BLOCCO	3	MURO	
VIALE DELLA LIBERTA	3	PLANCIA	CHIESA S.MARIA ANGELI
VIA SAN GIOVANNI	6	MURO	CONSERVATORIO
VIA AMENDOLA	4	MURO	OTTICA MAURO
VIA BACQUAVIVA	15	2 MURI + 3 PLANCE IMA	PARETE SCUOLA MEDIA E CLASSICO
VIA BONFANTE	10	MURO	MURO RECINZIONE SCUOLA
VIA BRINDISI ANG.VIA U.MADD.	4	MURO	
VIA CIALDINI	3	MURO	
VIA CIRILLO	3	MURO	
VIA DE GASPERI	6	MURO E PLANCIA	CANTINA SOCIALE
VIA DON MINZONI ANG.CIALDINI	3	MURO	

VIA G. CANTORE	3	MURO	AUDITORIUM
VIA XXV LUGLIO	9	MURO	PARETE OSPEDALE
VIA INDIPENDENZA	2	MURO	
VIA LATA	4	MURO	ACCANTO TIPOG.CARRINO
VIA MADONNA COSTANTIN.	3	N*1 PLANCIA	PRESSI DEL SEMAFORO
VIA NICOLA INGUSCI	8	MURO + 3 PLANCE DA 2,00X1,00	
VIA PELLETTIERI	5		EX MERCATO /CINEMA MODERNO
VIA RUBICHI	12	N*1PLANCIA E MURO	PARETE SCUOLE
VIA S. MANIERI	2	MURO	
VIA SAMBIASI	4	MURO	TIPO.RUGGERI E PIU' AVANTI
VIA U. BETTI	8	MURO	PARETE SCUOLA ELEMENTARE
VIA U. MADDALENA	3	MURO	ANG. VIA BRINDISI
VIA RAHO	4	N*2 PLANCE	PARCO RAHO
VIA GRASSI	6	N*2 PLANCE	N*2 CIVICO 20/26 (FARMACIA E CALZATURE)
VIA DUCA DEG ABRUZZI	16	N*8 PLANCE	N.2 EDIFICIO SCOLASTICO N.3 VICINO TIP.BONUSO N.1 VICINO SCHIRINZI N.2 OTTICA TRAMACERE
totale superficie esistente * **	339		

* In conformità a quanto dispone il terzo comma dell'art. 18 del D.Lgs. 15/11/93 n. 507, tenuto conto che la popolazione di nardo' alla data del 31 dicembre 2000, era costituita da n° 31.627 abitanti , la superficie minima degli impianti da adibire alle pubbliche affissioni è stabilita in complessivi mq. 556, pari a mq. 18 per ogni mille abitanti (art. 18 comma 3 D.Lgs. 15/11/93 n. 507.

**L'attuale superficie utilizzata per il servizio delle pubbliche affissioni come si può notare e' di gran lunga inferiore rispetto alla superficie minima richiesta dalla legge , ossia 339 mq. contro 556

il settembre 01

Il capo servizio tributi Il Dirigente set.Econ.Fin.
Antonio Pisanello Dott.Gustavo Pettochio

IL COMMISSARIO STRAORDINARIO
Dott. Nicola Pettochio

ALLEGATO 2

PROPOSTE PER L'INSTALLAZIONE DI ULTERIORI IMPIANTI PER LE AFFISSIONI		
VIA DUE GIUGNO	POSTER DA MQ. 12	12
VIA DUE GIUGNO	STENDARDO FORMATO CM 280 X 200 (8 FOGLI)	8
PIAZZA CADUTI VIA FANI	POSTER DA MQ. 12	12
CAMPO SPORTIVO PROLUNG. VIA ARDIGÒ	POSTER DA MQ. 8	8
ZONA 167	N.2 STENDARDO FORMATO 8 FOGLI	8
VIA BONFANTE ALTEZZA IST. PROFESS.	N.5 PLANCHE 140 X/200	16
VIA RUBICHI	N.2 TABELLA A MURO FORMATO GRANDE 400 X 280N	32
ZONA INCORONATA	N.2 TABELLA A MURO FORMATO 140 X 200	8
VIA XXV LUGLIO (MERCATO)	N.4 STENDARDO FORMATO 8 FOGLI	32
PARCO RAHO	N.2 STENDARDO FORMATO 8 FOGLI	8
SANTA MARIA AL BAGNO ZONA 4 COLONNE	N.2 STENDARDO FORMATO 8 FOGLI	16
BENZINA SANTA MARIA AL BAGNO	N.1 STENDARDO MONOFACCIFORMATO 8 FOGLI	4
SANTA CATERINA	N.2 STENDARDO FORMATO 8 FOGLI	16
SANT' ISIDORO	N.2 STENDARDO FORMATO 8 FOGLI	16
CENATE/POSTO DI BLOCCO	N.2 STENDARDO FORMATO 8 FOGLI	16
SANTA CATERINA	VETRINETTA X AFFISSIONE ISTITUZIONALE 70 X100	1
SANTA MARIA AL BAGNO	VETRINETTA X AFFISSIONE ISTITUZIONALE 70 X100	1
S. ISIDORO	VETRINETTA X AFFISSIONE ISTITUZIONALE 70 X100	1
BONCORE	VETRINETTA X AFFISSIONE ISTITUZIONALE 70 X100	1
	Totale mq.	216
	SUPERFICIE ESISTENTE MQ * **	339
	SUPERFICIE NUOVI IMPIANTI	216
	TOTALE SUPERFICIE MQ.	555

* In conformità a quanto dispone il terzo comma dell'art. 18 del D.Lgs. 15/11/93 n. 507, tenuto conto che la popolazione di Nardo' alla data del 31 dicembre 2000, era costituita da n° 31.627 abitanti, la superficie minima degli impianti da adibire alle pubbliche affissioni è stabilita in complessivi mq. 556, pari a mq. 18 per ogni mille abitanti (art. 18 comma 3 D.Lgs. 15/11/93 n. 507).

**L'attuale superficie utilizzata per il servizio delle pubbliche affissioni come si può notare e' di gran lunga inferiore rispetto alla superficie minima richiesta dalla legge, ossia 339 mq. contro 556

11 settembre 2001

Il Capo Servizio Tributi
Antonio Pisanello

Il dirigente Set. Ec. Fin.
Dott. Gustavo Petolicchio

ALLEGATO 3

PROPOSTE PER L'INSTALLAZIONE DI IMPIANTI PER LA PUBBLICITA'		
VIA DUE GIUGNO	N°5CARTELLI MONOFACCIALE FORMATO 2 X1,50	15
PIAZZA CADUTI VIA FANI	N° 3 CARTELLI BIFACCIALE FORMATO 2 X1,50	18
CAMPO SPORTIVO PROLUNG.VIA ARDIGÒ	N° 2 CARTELLI MONOFACCIALE 2 X1,50	6
CAMPO SPORTIVO PROLUNG.VIA ARDIGÒ	N° 1 CARTELLO BIFACCIALE 2 X 1,50	3
VIA INCORONATA	N° 3 CARTELLI BIFACCIALE FORMATO 2 X1,50	18
VIA XXV LUGLIO (CAMPETTI)	N° 10 STRISCIONI FORMATO 70 X 4,00/6,00	30
VIA XXV LUGLIO MARCIAPIEDE ALTEZZA OSPEDALE	N°5 CARTELLI MONOFACCIALE FORMATO 2 X 1,50	15
VIA BONFANTE ALTEZZA IST.PROFESS.	N° 2 E/O 3 CARTELLI MONOFACCIALE FORMATO 2 X1,50	18
INTORNO AL CAMPO SPORTIVO	N: 10CARTELLI MONOFACCIALE FORMATO 2 X 1,50	30
INTORNO PARCO RAHO	N: 10CARTELLI MONOFACCIALE FORMATO 2 X 1,50	30
VIA LEVERANO	N° 5 CARTELLI BIFACCIALE FORMATO 2 X1,50	30
VIA AVETRANA	N° 5 CARTELLI BIFACCIALE FORMATO 2 X1,50	30
SANTA MARIA AL BAGNO ZONA 4 COLONNE	N° 5 CARTELLI BIFACCIALE FORMATO 2 X1,50	30
BENZINA SANTA MARIA AL BAGNO	N° 5 CARTELLI BIFACCIALE FORMATO 2 X1,50	30
CANALONE SANTA CATERINA	N: 5 CARTELLI MONOFACCIALE FORMATO 2 X 1,50	15
SANT' ISIDORO	N° 7 CARTELLI BIFACCIALE FORMATO 2 X1,50	42
CENATE/POSTO DI BLOCCO	N: 7CARTELLI MONOFACCIALE FORMATO 2 X 1,50	21
BONCORE	N: 5 CARTELLI MONOFACCIALE FORMATO 2 X 1,50	15
	Totale mq.	396
<p>Se si derogasse dal divieto locale di ancorare sui pali della pubblica illuminazione i gonfaloni, la superficie disponibile aumenterebbe almeno di altri 1000 mq. (in tutte le migliori citta' d'Italia quali Roma-Firenze - Venezia- Bologna-Lecce, questo è consentito, da noi ,no.)</p>		1000

11 settembre 2001

Il Capo servizio tributi
Antonio Pisanello

Il Dirigente set. Ec. Fin.
Dott. Gustavo Petolicchio

IL COMISSARIO ALTERNATIVO
Dott. Nicola PRETE

IL COMMISSARIO STRAORDINARIO
Dott. Nicola DOTT.

ALLEGATO 4		SUPERFICIE PREVISTA
PARAPEDONI		
DA VIA DUE GIUGNO ALL'INCROCIO CON VIA G.LEONE	PARAPEDONI	100
ZONA 167- CORSO ITALIA	PARAPEDONI	150
DA VIA D.D.ABRUZZI A P.OSANNA	PARAPEDONI	200
VIA XXV LUGLIO LATO VIA KENNEDY	PARAPEDONI	70
VIA ROMA	PARAPEDONI	200
VIA XX SETTEMBRE	PARAPEDONI	120
CORSO GALLIANO	PARAPEDONI	150
VIA PILANUOVA	PARAPEDONI	80
SANTA MARIA AL BAGNO DA ZONA 4 COLONNE ALLA BENZINA	PARAPEDONI	80
SANTA MARIA AL BAGNO TUTTA VIA FILIBERTO LATO SX PER S.CATERINAS	PARAPEDONI	350
	TOTALE SUPERFICIE PARAPEDONI MQ.	1500

1° settembre 2001

Il Capo Servizio tributi
Antonio Pisanello

Il Dirigente set. Eco. Fin.
Dott. Gustavo Petolicchio



COMUNE DI NARDO'
PROVINCIA DI LECCE
SETTORE ECONOMICO FINANZIARIO
SERVIZIO TRIBUTI
PIANO GENERALE DEGLI IMPIANTI
PUBBLICITARI
REGOLAMENTO
INDICE

IL COMMISSARIO TRIBUTARIO
 Dott. Nicola PRETE

CAPO 1

TITOLO I - DISCIPLINA DEL PGIP

Art. 1

CONTENUTI DEL PIANO E DEL REGOLAMENTO

Art. 2

IMPIANTI DISCIPLINATI DAL PRESENTE PIANO

Art. 3

MEZZI PUBBLICITARI NON COSTITUTIVI DEL PIANO GENERALE DEGLI IMPIANTI

Art. 4

CARATTERISTICHE TIPOLOGICHE DEGLI IMPIANTI

Art. 5

MANUFATTI E CARTELLI CON SPONSOR

Art. 6

SUDDIVISIONE DEL TERRITORIO COMUNALE

Art. 7

AREE DI ADDENSAMENTO PUBBLICITARIO

Art. 8

CARATTERISTICHE GENERALI DEGLI IMPIANTI

ART. 9

UBICAZIONE DEGLI IMPIANTI

TITOLO II - ATTUAZIONE DEL PIANO

Art. 10

MODALITA' DI ATTUAZIONE DEL PIANO

Art. 11

INTERVENTO DIRETTO DA PARTE DEI PRIVATI

Art. 12

INTERVENTO DIRETTO DA PARTE DEL SERVIZIO PUBBLICHE AFFISSIONI

Art. 13
PROGETTO DEGLI AMBITI DI ARREDO URBANO
ART. 14
PROGETTO UNITARIO DELLE AREE DI ADDENSAMENTO PUBBLICITARIO

**TITOLO III -
ALTRA PUBBLICITA' EFFETTUATA PER CONTO ALTRUI SU SUOLO
PUBBLICO E PRIVATO**

Art. 15
PUBBLICITA' FONICA
Art. 16
PUBBLICITA' A MEZZO AEROMOBILI E/O PALLONI FRENATI
Art. 17
PUBBLICITA' PER CONTO TERZI, SUI VEICOLI ADIBITI A TRASPORTO DI LINEA E NON, SUI
VEICOLI ADIBITI A SERVIZIO TAXI E BUS-NAVETTA.
Art. 18
PUBBLICITA' COMMERCIALE IN LUOGHI PUBBLICI O APERTI AL PUBBLICO
Art. 19
PROCEDURA DI PRESENTAZIONE ISTANZA DI AUTORIZZAZIONE DIRETTA

**TITOLO IV -
AUTORIZZAZIONE PER L'INSTALLAZIONE DI IMPIANTI PUBBLICITARI
E PER EFFETTUARE PUBBLICITA' PER CONTO ALTRUI**

Art. 20
RILASCIO DI AUTORIZZAZIONE
Art. 21
VARIAZIONI DEL MESSAGGIO PUBBLICITARIO
Art. 22
DURATA E RINNOVO DELL'AUTORIZZAZIONE
Art. 23
OBBLIGHI DELL'INTESTATARIO DELL'AUTORIZZAZIONE
Art. 24
ANTICIPATA RIMOZIONE
Art. 25
VOLTURA DELL'AUTORIZZAZIONE
Art. 26
CESSAZIONE DELL'AUTORIZZAZIONE

**TITOLO V -
PAGAMENTO IMPOSTA COMUNALE**

Art. 27
PAGAMENTO IMPOSTA
Art. 28
SOGGETTI TENUTI AL PAGAMENTO DEL CANONE
Art. 29
GESTIONE DELLA PROCEDURA AMMINISTRATIVA
Art. 30
DETERMINAZIONE DELLE TARIFFE
Art. 31
CLASSIFICAZIONE DEL TERRITORIO COMUNALE AI FINI DELL'APPLICAZIONE
DELL'IMPOSTA
Art. 32
MAGGIORAZIONI DELLE TARIFFE.
Art. 33
TARIFFE DI APPLICAZIONE DELL'IMPOSTA SECONDO LE TIPOLOGIE SPECIFICATE NEL

IL COMMISSARIO TRACCESENIARIO
Dott. Nicola PRETE

REGOLAMENTO PER IL PIANO GENERALE DEGLI IMPIANTI E NEL REGOLAMENTO PER LE INSEGNE.

Art. 34

APPLICAZIONE DELL'IMPOSTA

Art. 35

ESCLUSIONI

Art. 36

ESENZIONI

Art. 37

RIDUZIONI ED AGEVOLAZIONI

Art. 38

MODALITÀ E TERMINI DI PAGAMENTO DELL'IMPOSTA COMUNALE SULLA PUBBLICITÀ

Art. 39

MODALITÀ E TERMINI DI PAGAMENTO PER MEZZI PUBBLICITARI TEMPORANEI

TITOLO VI -

PENALITÀ E SANZIONI

Art. 40

MEZZI PUBBLICITARI ABUSIVI O REALIZZATI IN DIFFORMITÀ DALLA AUTORIZZAZIONE

Art. 41

PENALITÀ, SANZIONI, INTERESSI, COPERTURA IMMEDIATA E RIMOZIONE, DECORRENZA DELLA PUBBLICITÀ ABUSIVA

Art. 42

DEFINIZIONE AGEVOLATA DELLE SANZIONI

Art. 43

DIFFIDA AD ADEMPIERE ED ATTIVITÀ DI CONTROLLO

Art. 44

RISCOSSIONE COATTIVA

Art. 45

RIMBORSI

Art. 46

CONTENZIOSO

TITOLO VII -

NORME TRANSITORIE E FINALI

Art. 47

SITUAZIONI PRECEDENTI

Art. 48

IL CONDONO EDILIZIO. ESCLUSIONE DEGLI IMPIANTI PUBBLICITARI DALL'AMBITO DI APPLICAZIONE.

Art. 49

ADEGUAMENTI, DELOCALIZZAZIONI E RIMOZIONI DEGLI IMPIANTI GIÀ AUTORIZZATI ED IN CONTRASTO CON LA NUOVA DISCIPLINA

ART. 50 CONCESSIONE IMPIANTI PUBBLICITARI

Art. 51

DECADENZE DI CONCESSIONI SU SUOLO PUBBLICO

Art. 52

INSEGNE

Art. 53

NORME ABROGATE E NORME DI RINVIO

Art. 54

COMPOSIZIONE DEL PRESENTE ATTO E NORME DI RINVIO.

TITOLO I DISCIPLINA DEL PGIP

Art. 1

CONTENUTI DEL PIANO E DEL REGOLAMENTO

Il Piano individua le tipologie degli impianti pubblicitari e disciplina la loro localizzazione nel territorio del Comune di Nardo' tenuto conto delle esigenze di carattere sociale ed economico, delle esigenze di tutela ambientale e paesaggistica e delle emergenze storico - architettoniche sottoposte a vincolo o allo stesso segnalate, delle esigenze di traffico e di sicurezza della circolazione stradale, della qualità dell'ambiente e dell'immagine della città. Per impianti pubblicitari si intendono i manufatti visibili dagli spazi pubblici o di uso pubblico destinati a supportare:

- Pubblica affissione di natura istituzionale, sociale e comunque non a rilevanza economica;
- Pubblica affissione di natura commerciale
- Affissione diretta dei privati
- Pubblicità esterna

Fanno parte integrante del presente Regolamento i seguenti allegati

- Allegato 1 Requisiti tecnico-prestazionali degli impianti pubblicitari
- Allegato 2 Distanze
- Allegato 3 e 4 - Impianti su arredo urbano - Individuazione degli ambiti di intervento unitario (**INDICAZIONE DI MASSIMA**)
- Allegato 5 Zone relative alle aree di circolazione classificate per categoria ai fini dell'applicazione dell'imposta.

Art. 2

IMPIANTI DISCIPLINATI DAL PRESENTE PIANO

Ai fini della disciplina del presente Piano si intendono le seguenti tipologie di impianti pubblicitari:

A. Cartello

- A.1 - formato fino a mq. 12;
- A.2 - formato compreso tra mq. 16 e mq. 18;

B. Impianto per affissioni

B1 Vetrina

B2 Stendardo porta manifesti

- B2.1 - formato piccolo - cm 100x140, cm 140x100 (2 fogli)
- B2.2 - formato medio - cm. 140x200 200x140 (4 fogli) -
- B2.3 - formato grande - cm. 280x200 (8 fogli) -

B3 Poster

B4 Tabella a muro

- B4.1 - formati piccoli - 140x100 - 100x140 (2 fogli);
- B4.2 - formati medi - 140x200 200x140 (4 fogli), 280x200 (8 fogli);
- B4.3 - formati grandi - 400x280 (16 fogli), 420x200 (12 fogli).

C. Impianto Pubblicitario su parete cieca

C.1 Gigantografia

C.2 Gigantografia su ponteggi

D. Striscione e Stendardo

D.1 striscione

D.2 stendardo

E. Gonfalone

F. Impianto su arredo urbano

F.1 Supporto informativo

FI.1 - manufatto bifacciale con superficie destinata a messaggi pubblicitari inferiore a mq. 1;

FI.2 - manufatto bifacciale con superficie destinata a messaggi pubblicitari compresa tra mq. 1,50 e mq. 3;

F.1.3 -manufatto trifacciale con superficie destinata a messaggi pubblicitari inferiore a mq. 1,5;

F.2 Totem

F.3 Pensilina autobus

F.4 Palina di fermata

F.5 Bagno autopulente

F. 6 Orologio

F. 7 Contenitore per la raccolta differenziata

F. 8 Segnaparcheggio

F. 9 Parapedonale

F.10 TARGHE TOPONOMASTICHE

F.11 OGGETTI ED ELEMENTI DI CORREDO

F11.1 Fioriere

F.11.2 Fontane ornamentali, monumenti, capitelli e sculture.

F.11.3 Paracarri e transenne.

F.11.4 Cestini gettacarte.

Sono disciplinati inoltre i manufatti per la comunicazione/informazione culturale, turistica ed istituzionale, i cartelli segnalanti la realizzazione delle opere pubbliche e quelli segnalanti la sponsorizzazione della manutenzione delle aree verdi

Art. 3 MEZZI PUBBLICITARI NON COSTITUTIVI DEL PIANO GENERALE DEGLI IMPIANTI

Non rientrano negli impianti disciplinati dal Piano Generale degli Impianti, ma tuttavia soggetti alla disciplina di cui ai Titoli V e VI del presente Regolamento, i seguenti mezzi pubblicitari:

- a. Le installazioni pubblicitarie poste in opera all'interno dei locali adibiti alla vendita di beni o alla prestazione di servizi quando la pubblicità esposta si riferisca all'attività negli stessi locali esercitata, nonché i mezzi pubblicitari, esposti nelle vetrine e nelle porte di ingresso dei locali medesimi, purché siano attinenti all'attività in essi esercitata.
- b. Gli avvisi al pubblico esposti nelle vetrine o sulle porte di ingresso dei locali, o in mancanza nelle immediate adiacenze del punto di vendita, relativi all'attività svolta, nonché quelli riguardanti la localizzazione e l'utilizzazione dei servizi di pubblica utilità che non superino la superficie di mezzo metro quadrato e quelli riguardanti la locazione o la compravendita degli immobili sui quali sono affissi, di superficie non superiore ad un quarto di metro quadrato.
- c. I manufatti adibiti a pubblicità comunque effettuata all'interno, sulle facciate esterne o sulle recinzioni dei locali di pubblico spettacolo, quando si riferisca alle rappresentazioni in programmazione.
- d. I manufatti pubblicitari, relativi ai giornali ed alle pubblicazioni periodiche, se esposta sulle sole facciate esterne delle edicole o nelle vetrine o sulle porte di ingresso dei negozi dove si effettua la vendita.
- e. I manufatti destinati ad esposizioni pubblicitarie installati all'interno di mezzi di trasporto collettivo.
- f. I manufatti destinati ad esposizioni pubblicitarie comunque effettuate in via esclusiva dallo Stato e dagli Enti Pubblici territoriali.
- g. Le insegne di esercizio dei negozi, targhe e simili.
- h. Le insegne, targhe e simili, la cui esposizione sia obbligatoria per disposizione di legge o regolamento.

Costituiscono inoltre pubblicità esterna, le seguenti tipologie di pubblicità effettuata per conto altrui normate nel titolo III e che non rientrano nelle quantità definite ammissibili dal presente piano:

- a. pubblicità fonica
- b. pubblicità a mezzo aeromobili e/o palloni frenati
- c. pubblicità sui veicoli adibiti al servizio di linea, di taxi e di bus-navetta.
- d. Pubblicità commerciale per conto altrui, in luoghi aperti al pubblico.
- e. Pubblicità nelle apposite vetrinette murali espositive comunali.
- f. Manufatti e cartelli con sponsor

Le distinzioni di cui ai commi precedenti ed all'art 2 sono stabilite sulla base della natura del messaggio pubblicitario, cioè se effettuato per conto di terzi ed installato in luogo

estraneo alla sede dell'attività, ovvero installato nella sede o nelle pertinenze accessorie dell'attività, cui il messaggio pubblicitario si riferisce.
Non costituiscono criterio di distinzione né le caratteristiche del manufatto, né la collocazione del mezzo pubblicitario su suolo pubblico o privato, né il carattere temporaneo o permanente dell'atto autorizzatorio.

Art. 4 CARATTERISTICHE TIPOLOGICHE DEGLI IMPIANTI

Gli impianti pubblicitari disciplinati dal presente piano così come individuati all'art. 2 devono avere le seguenti caratteristiche:

A. Cartello

Manufatto mono o bifacciale supportato da una idonea struttura di sostegno da prevedersi con materiali, colori e forme in rapporto alla tipologia dell'edificio e tenuto conto del contesto urbano di riferimento e costituito da materiale rigido o semirigido, finalizzato alla diffusione di messaggi pubblicitari; esso è utilizzabile in entrambe le facciate anche per immagini diverse. Può essere luminoso, illuminato o privo di luce. Può contenere anche messaggi variabili.

I formati ammessi sono.

A.1 - formato fino a mq. 12;

A.2 - formato compreso tra mq. 16 e mq. 18;

B. Impianto per affissione

Supporto atto ad ospitare le affissioni di natura istituzionale e sociale, le affissioni di natura commerciale.

Tutti gli impianti per le affissioni hanno di regola dimensioni pari o multiple di cm. 70x100

Gli impianti per le affissioni sono costituiti da:

B1 Vetrina - Elemento costituito da un supporto rigido e da uno sportello in vetro destinato all'affissione di un solo manifesto di cm. 70x100 (1 foglio) di natura istituzionale, sociale e comunque non a rilevanza economica;

B2 Stendardo - Manufatto mono o bifacciale supportato da una idonea struttura di sostegno e costituito da materiale rigido utilizzabile in entrambe le facciate nei seguenti formati:

B2.1 - formato piccolo - cm 100x140, cm 140x100 (2 fogli)

B2.2 - formato medio - cm. 140x200 200x140 (4 fogli) -

B2.3 - formato grande - cm. 280x200 (8 fogli) -

B3 Poster - Struttura monofacciale con superfici adeguatamente delimitate e predisposte per l'affissione di manifesti di formato cm. 600x300 (24 fogli), apposte su muri di recinzione o di sostegno o su strutture di sostegno appositamente predisposte.

B4 Tabella a muro - Struttura monofacciale con superfici adeguatamente delimitate e predisposte per l'affissione di manifesti, apposte su muri di recinzione o di sostegno.

Tutti gli impianti hanno di regola dimensioni pari o multiple di cm. 70x100, nei seguenti formati:

B4.1 - formati piccoli - 140x100 - 100x140 (2 fogli);

B4.2 - formati medi - 140x200 200x140 (4 fogli), 280x200 (8 fogli);

B4.3 - formati grandi - 400x280 (16 fogli), 420x200 (12 fogli)..

C. Impianto pubblicitario su pareti cieca

C.1 Gigantografia

Manufatto pubblicitario monofacciale, illuminato o privo di luce, posizionato su parete completamente cieca e che interessa l'intera facciata.

C.2 Gigantografia su ponteggi

Elemento bidimensionale monofacciale privo di rigidità che occupa tutta la superficie di ponteggi o recinzioni di cantiere ed è a questi opportunamente ancorato.

D. Striscione e Stendardo

Si definisce striscione e stendardo l'elemento bidimensionale realizzato in materiale di qualsiasi natura, privo di rigidità, mancante di una superficie di appoggio o comunque non aderente alla stessa, finalizzato alla promozione di manifestazioni, spettacoli o eventi culturali.

D1. Striscione

Elemento bidimensionale mono o bifacciale realizzato esclusivamente in tela di cotone, senza aggiunte di carta, plastica, o altro materiale, opportunamente rinforzata, installato trasversalmente alla sede stradale a mezzo di cavi di fissaggio a parete. Privo di luce.

Dimensioni cm. 800x100 - 600x100.

mq. 16,80

D2. Stendardo

Elemento bidimensionale monofacciale realizzato esclusivamente in tela di cotone, senza aggiunte di carta, plastica, o altro materiale, finalizzato esclusivamente alla promozione pubblicitaria di manifestazioni o spettacoli di rilevante importanza, posizionato sulla sede in cui avviene la manifestazione. Dimensioni massime mq. 10. Può essere illuminato.

E. Gonfalone

Elemento bidimensionale monofacciale finalizzato alla promozione pubblicitaria di attività commerciali, realizzato esclusivamente in tela di cotone, senza aggiunte di carta, plastica, o altro materiale, fermato da due supporti lineari rigidi. Privo di luce.

Dimensioni cm. 130x190.

F. Impianti su Arredo Urbano

Manufatti collocati di norma su suolo pubblico aventi quale scopo primario un servizio di pubblica utilità nell'ambito dell'arredo urbano e stradale recante uno spazio pubblicitario che può anche essere luminoso sia per luce diretta che per luce indiretta.

F.1 Supporto informativo

Manufatto bifacciale o trifacciale, finalizzato a supportare almeno su di un lato messaggi di natura istituzionale, culturale e turistica e sugli altri lati messaggi pubblicitari.

Può essere luminoso, illuminato o privo di luce ed è così classificabile:

F1.1 - manufatto bifacciale con superficie destinata a messaggi pubblicitari fino a mq. 2;

F1.2 - manufatto bifacciale con superficie destinata a messaggi pubblicitari maggiore di mq.1,50 e fino a mq.3;

F.2 Totem.

Manufatto di forma cilindrica o di prisma, destinato ad affissioni di natura istituzionale o a contenere attrezzature per servizi di pubblica utilità. Potrà contenere messaggi pubblicitari aventi una superficie non superiore al 50% di quella dell'intero manufatto e comunque non superiore a 6 mq.

Può essere luminoso, illuminato o privo di luce.

F.3 Pensilina autobus

Struttura avente per scopo primario quello di proteggere l'utenza in attesa alle fermate autobus.

Il messaggio pubblicitario luminoso, illuminato ovvero privo di luce, mono o bifacciale interesserà esclusivamente una delle due pareti laterali della pensilina e avrà una dimensione massima pari a 3mq..

Le pensiline per l'attesa di autobus e di autocorriere, nonché le biglietterie, debbono sapersi relazionare con il messaggio formale e materico-cromatico dell'ambiente in cui sono poste.

Pertanto, sotto il profilo formale, non debbono monimamente ostacolare la lettura del contesto architettonico ed urbanistico, specialmente se di alta valenza storico-ambientale.

E' consigliabile perciò l'inserimento di pensiline in ambiti urbani non di valenza storica, architettonica ed ambientale.

I materiali consigliati sono quelli della tradizione industriale come la ghisa, il rame, il ferro naturale e colorato; in quest'ultimo caso si dovranno impiegare intonazioni cromatiche non stridenti, ma in armonia con l'ambiente circostante.

E' assolutamente vietato l'impiego dell'alluminio anodizzato e della plastica; ne deriva che l'impiego dei prodotti seriali deve essere attentamente valutato, soprattutto per la scarsa capacità che molti di questi prodotti hanno di relazionarsi con l'ambiente storico costruito.

F.4 Palina di fermata dei mezzi di trasporto

Struttura mono o bifacciale avente per scopo primario quello di segnalare ed informare l'utenza sulle fermate e sugli orari. Detta struttura dovrà essere unica ove il luogo sia oggetto di fermata di più linee. L'eventuale messaggio pubblicitario dovrà essere di dimensioni non superiori a 0,7 mq. e privo di luce.

I cartelli indicatori delle fermate degli autobus e delle autocorriere dovranno essere omogeneizzati il più possibile, anche se indicanti le fermate di automezzi di proprietà di Enti diversi.

La caratterizzazione dovrà essere ricercata nell'omogeneizzazione delle forme, dei materiali e delle cromie, che in ogni caso non devono essere stridenti col contesto in cui verranno inseriti gli elementi.

E' pertanto vietato l'uso di colori sgargianti e l'impiego di materiali che non sappiano invecchiare coi tempi ed i ritmi propri della tradizione storica. Sono da evitare, in modo categorico, metalli zincati e allumini anodizzati.

Per quanto riguarda le forme, queste dovranno essere orientate alla ricerca di ingombri minimali e mai poste in contrapposizione visiva con emergenze architettonico-artistiche.

In ogni caso, dovrà essere garantita l'accessibilità a persone disabili.

F.5 Bagno autopulente

Manufatto contenente un bagno pubblico autopulente con la possibilità di inserire su di un lato dei messaggi pubblicitari di dimensione massima pari a 3mq.

F.6 Orologio

Orologio montato su palo o colonna contenente anche un supporto per messaggi pubblicitari che potrà essere luminoso, illuminato o privo di luce ed il messaggio pubblicitario potrà avere una dimensione massima pari a 0,7mq.

F.7 Contenitori per la raccolta differenziata

Contenitori per la raccolta differenziata dei Rifiuti solidi urbani che possono ospitare messaggi pubblicitari di dimensione massima pari 3 mq..Su questi manufatti sono ammessi messaggi pubblicitari soltanto quando fanno parte della linea unificata di arredo urbano della città di Nardo' di cui all'art. 9.

F.8 Segnaparcheggio

Impianto pubblicitario avente per scopo principale l'informazione al pubblico relativa all'uso e alle tariffe praticate nel parcheggio. Privo di luce. Bifacciale.

Il messaggio pubblicitario dovrà avere una dimensione massima pari a 0,7mq, per ogni facciata.

Per ogni area destinata a parcheggio potranno essere collocati fino ad un massimo di due segnaparcheggi per ogni 1000 mq. di superficie, con un minimo di due segnaparcheggio per ogni area.

F. 9 Parapedonale

Struttura metallica in tubolare con Ø mm. 60 realizzato in ferro zincato verniciato in colore antracite. Il messaggio pubblicitario, privo di luce, dovrà avere dimensioni di cm. 55x100, con cadenza alternata pieno - vuoto.

• **F.10 TARGHE TOPONOMASTICHE**

Di norma le indicazioni toponomastiche sono realizzate in tavolette in pietra grigia con incise in carattere romano la denominazione della via.

• **F.11 OGGETTI ED ELEMENTI DI CORREDO**

Gli oggetti di corredo sono:

F..11.1 Fioriere

F.11.2 Fontane ornamentali, monumenti, capitelli e sculture.

F.11.3 Paracarri e transene.

F.11.4 Cestini gettacarte.

Art. 5 MANUFATTI E CARTELLI CON SPONSOR

I manufatti per la comunicazione/informazione culturale, turistica ed istituzionale; i cartelli segnalanti la realizzazione delle opere pubbliche e quelli segnalanti la sponsorizzazione della manutenzione delle aree verdi indicati al punto f) del comma 2 dell'articolo 4 non possono contenere messaggi pubblicitari ma soltanto l'eventuale logo dello sponsor.

Si intende per sponsor quel soggetto giuridico, ente o azienda, che destina risorse economiche per finanziare iniziative, opere e manufatti pubblici ovvero aventi rilevanza pubblica, con lo scopo indiretto di farsi pubblicità.

Il logo dello sponsor può essere apposto in modo che sia visibile dallo spazio pubblico e di uso pubblico a condizione che:

- Riporti solo il nome ed il marchio dello sponsor
- Non sia intercambiabile
- Sia contenuto nelle seguenti superfici :

- Sui manufatti per la comunicazione/informazione culturale, turistica ed istituzionale fino a 250 cmq.
- Sui cartelli segnalanti la realizzazione di lavori pubblici fino a 1500 cmq.
- Sui cartelli segnalanti la sponsorizzazione della manutenzione delle aree verdi fino a 1000 cmq.

Art.6 SUDDIVISIONE DEL TERRITORIO COMUNALE

Ai fini della collocazione degli impianti pubblicitari il territorio comunale è suddiviso in zone così come individuate nell'allegato 2 (6)

Per ogni zona si indicano, tenuto conto delle sue caratteristiche urbanistiche, della sua storia, dei suoi valori ambientali, le tipologie di impianti ammesse così come di seguito specificato e come riassunto nella tabella A.

ZONA 1 (Centro Storico)- E' formata dalle parti del territorio caratterizzate dalla diffusa presenza di valori storici, artistici o ambientali in coerenza con il PRG .

E' formata dalle parti del territorio comunale comprese nelle vie e piazze di cui all'allegato 2.

Nella **zona 1** ai fini del presente Piano sono ammesse le seguenti tipologie di impianti pubblicitari:

A. Impianto per affissioni di natura istituzionale

A1 Vetrina

A2 Stendardo porta manifesti

A2.1 - formato piccolo - cm 100x140, cm140x100 (2 fogli)

A2.2 - formato medio - cm. 140x200 200x140 (4 fogli) -

B4 Tabella a muro

B4.1 - formati piccoli - 140x100 -100x140 (2 fogli);

B4.2 - formati medi - 140x200 200x140 (4 fogli), 280x200 (8 fogli);

E Striscione e Stendardo

E1 Striscione

E2 Stendardo

F. Impianto su arredo urbano

F.1 Supporto informativo

F1.1 - manufatto bifacciale con superficie destinata a messaggi pubblicitari inferiore a mq. 3'

F.2 Totem

F.6 Orologio

F.7 Contenitore per la raccolta differenziata

F.8 Segnaparcheggio

F.11 Oggetti ed elementi di corredo

F11.1 Fioriere

F.11.2 Fontane ornamentali, monumenti, capitelli e sculture.

F.11.3 Paracarri e transenne.

F.11.4 Cestini gettacarte.

ZONA 2 - E' formata dalle parti del territorio comunale comprese nelle vie e piazze di categoria speciale di cui all'allegato 2.(6)

Nella **zona 2** ai fini del presente Piano sono ammesse tutte le tipologie di impianti pubblicitari così come elencati all'art. 1.

ZONA 3 - (FRAZIONI)

Nella **zona 3** ai fini del presente Piano sono ammesse le seguenti tipologie di impianti pubblicitari:

B. Impianto per affissioni

B1 Vetrina

B2 Stendardo porta manifesti

B2.1 - formato piccolo - cm 100x140, cm140x100 (2 fogli)

B2.2 - formato medio - cm. 140x200 200x140 (4 fogli) -

C. Opera di particolare pregio

C.1 Impianto pubblicitari su pareti cieche

C.2 Gigantografia su ponteggi

C2.1 artistica

C2.2 pubblicitaria

E. Striscione e Stendardo

E.1 striscione

E.2 stendardo

F. Impianto su arredo urbano

F.1 Supporto informativo

F1.1 - *manufatto bifacciale con superficie destinata a messaggi pubblicitari non superiore a mq. 3;*

F.2 Totem

F.3 Pensilina autobus

F.4 Palina di fermata

F.5 Bagno autopulente

F.6 Orologio

F.7 Contenitore per la raccolta differenziata

F.8 Segnaparcheggio

F.11 Oggetti ed elementi di corredo

F11.1 Fioriere

F.11.2 Fontane ornamentali, monumenti, capitelli e sculture.

F.11.3 Paracarri e transenne.

F.11.4 Cestini gettacarte.

Art. 7**AREE DI ADDENSAMENTO PUBBLICITARIO**

Nella zona 2 e 3 possono essere individuate delle AREE DI ADDENSAMENTO PUBBLICITARIO dove si potrà consentire la localizzazione di impianti pubblicitari anche in deroga alle distanze di cui all'allegato n.2.

Tali aree possono essere individuate nei pressi di impianti sportivi, a piazzali di parcheggio, vie e corsi principali della Città o delle marine, nonché aree per medie e grandi strutture artigianali/industriali/commerciali.

Sono considerate inoltre Aree di addensamento pubblicitario le aree per stazioni di servizio. In queste aree la superficie complessiva dei messaggi pubblicitari non può superare il 3% della superficie delle stesse aree con esclusione di messaggi attinenti ai servizi prestati presso la stazione.

Art. 8**CARATTERISTICHE GENERALI DEGLI IMPIANTI**

La qualità progettuale ed esecutiva degli impianti pubblicitari dovrà essere curata con particolare attenzione al fine di garantire l'integrazione di tali elementi nell'ambiente urbano e di migliorare l'immagine della città, tenendo, altresì, presente la solidità e la durevolezza nonché la facilità di pulizia e di manutenzione degli elementi stessi.

Gli impianti pubblicitari devono essere realizzati con materiali non deperibili e resistenti agli agenti atmosferici; devono avere sagoma regolare che non può essere quella di disco e triangolo ed in ogni caso non ingenerare confusione con la segnaletica stradale ed ostacolarne la visibilità entro lo spazio di avvistamento.

Le strutture di sostegno e di fondazione devono essere calcolate per resistere alla spinta del vento e degli altri agenti atmosferici, saldamente realizzate ed ancorate sia globalmente che nei singoli elementi. Devono essere comunque rispettate tutte le specifiche norme in materia.

Per tutti gli impianti pubblicitari non luminosi, né illuminati, il colore rosso deve essere limitato ad eventuali riproduzioni di marchi di fabbrica, senza comunque interessare oltre 1/5 della superficie totale del mezzo.

Tutti gli impianti pubblicitari luminosi o illuminati non possono avere luce intermittente, né di colore rosso, e devono essere di intensità tale da non procurare abbagliamento.

Il sistema di illuminazione deve essere conforme a tutte le specifiche norme in materia.

ILLUMINAZIONE PRIVATA A SERVIZIO DEI NEGOZI

L'apposizione di corpi illuminanti in facciata diversi da quelli della pubblica illuminazione è categoricamente vietata in tutte le vie del Centro storico, mentre sono oggetto di massima conservazione i diffusori illuminanti esistenti di valore storico-artistico e documentario. Si estende la possibilità della deroga nel caso in cui forme diverse dai corpi illuminanti pubblici siano proposte da associazioni o da gruppi di esercizi nell'ambito di un progetto unitario, che prenda in considerazione un intero comparto omogeneo.

In ogni caso, i diffusori illuminanti privati non dovranno mai essere surrogati di insegne pubblicitarie, ed i corpi dei diffusori illuminanti dovranno relazionarsi, per forma, materiale e cromia, all'ambiente architettonico-urbanistico in cui sono posti.
E' fatto divieto, sugli impianti pubblicitari di utilizzare lo stemma del Comune di Nardo', Non sono ammessi impianti su fioriere, panchine e cestini.

Gli impianti pubblicitari devono essere collocati in opera in conformità alla normativa vigente in materia di abbattimento barriere architettoniche Legge 13/89 e sue successive modificazioni e integrazioni.

Nell'allegato 1 "Requisiti tecnico-prestazionali" sono riportati i requisiti tecnici e le prestazioni da rispettare per ogni impianto pubblicitario

Il bordo inferiore degli impianti di tipo A. Cartelli deve essere, in ogni suo punto ad una quota non inferiore a 150 cm. rispetto a quella della banchina stradale misurata nella sezione stradale corrispondente.

Il bordo inferiore degli impianti di tipo B2 standardo portamanifesti deve essere, in ogni suo punto ad una quota non inferiore a 80 cm. rispetto al piano del marciapiede o della banchina.

Il bordo inferiore degli impianti di tipo E. Striscioni e stendardi, se posizionati al di sopra della carreggiata, sia sulle strade urbane che sulle strade extraurbane, deve essere, in ogni suo punto, ad una quota non inferiore a 510 cm. rispetto al piano della carreggiata.

Gli impianti di tipo F) Gonfaloni devono essere apposti in modo che la parte inferiore non sia a meno, di 300 cm. dal piano del marciapiede o della banchina o che non sia a meno di 510 cm. dalla carreggiata stradale.

Per gli impianti di tipo C2 Gigantografie su ponteggi l'impianto pubblicitario non deve pregiudicare la sicurezza della struttura alla quale è ancorato e più in generale la sicurezza del cantiere rispettando tutte le specifiche norme in materia.

Gli impianti di tipo B) Impianto per affissioni destinati alle Pubbliche affissioni, gestite dall'amministrazione comunale sono quelli recanti apposita targhetta con indicato Comune di Nardò e l'eventuale numero progressivo dell'impianto.

OGGETTISTICA LEGATA A FUNZIONI DI TIPO COMMERCIALE DI CORREDO DI FACCIATA
Poiché l'insieme degli elementi e degli oggetti, legati allo svolgimento delle attività commerciali, costituisce elemento fondamentale per la caratterizzazione o, al contrario, per lo svilimento dell'immagine urbana, ogni singolo posizionamento deve necessariamente rientrare nella logica di un progetto di restauro globale del fronte edilizio prospiciente la pubblica via.

Nel caso perciò che l'intervento contempra la sola sistemazione degli elementi relativi a :

- insegne
- targhe A
- tende parasole
- illuminazione privata a servizio dei negozi
- contenitori distributivi ed espositivi,

dovrà avere come quadro di riferimento l'assetto globale della facciata in cui si inseriscono, nel rispetto non solo delle caratteristiche architettoniche-decorative dell'edificio, ma anche del comparto urbano in cui l'edificio è posto.

Per ambiti urbani unitari, rappresentati da piazze, slarghi, porzioni di vie o comunque da parti urbanistiche morfologicamente omogenee, si tenderà a privilegiare interventi che affrontino in modo coordinato la progettazione e la sistemazione degli elementi di corredo di facciata, particolarmente connessi all'oggettistica legata a funzioni di tipo commerciale, come specificatamente sarà previsto nella terza parte relativa al piano dell'Arredo urbano.

ILLUMINAZIONE PRIVATA A SERVIZIO DEI NEGOZI

L'apposizione di corpi illuminanti in facciata diversi da quelli della pubblica illuminazione è categoricamente vietata in tutte le vie del Centro storico, mentre sono oggetto di massima conservazione i diffusori illuminanti esistenti di valore storico-artistico e documentario.

Si estende la possibilità della deroga nel caso in cui forme diverse dai corpi illuminanti pubblici siano proposte da associazioni o da gruppi di esercizi nell'ambito di un progetto unitario, che prenda in considerazione un intero comparto omogeneo.

In ogni caso, i diffusori illuminanti privati non dovranno mai essere surrogati di insegne pubblicitarie, ed i corpi dei diffusori illuminanti dovranno relazionarsi, per forma, materiale e cromia, all'ambiente architettonico-urbanistico in cui sono posti.

DIFFUSORI ILLUMINANTI PRIVATI

I criteri guida riguardanti l'illuminazione privata a servizio dei negozi sono già indicati al comma precedente. La presente norma ribadisce perciò quanto già espresso, prevedendo, in aggiunta, la possibilità che i commercianti di una stessa zona omogenea, possano presentare un progetto unitario di illuminazione in grado di caratterizzare, con l'omogeneità, l'intero ambito.

In questo caso sono tassativamente vietati diffusori illuminanti che si propongono come insegne commerciali di qualsiasi genere.

Il criterio guida del progetto di riordino dell'illuminazione di un comparto urbanistico omogeneo dovrà mirare alla complementarietà con l'illuminazione pubblica, e in tale ambito l'Amministrazione comunale dovrà stabilire la potenza di illuminamento impiegabile ed i tempi di impiego.

CONTENITORI ESPOSITIVI E DISTRIBUTIVI

Per contenitori espositivi s'intendono le bacheche informative e le vetrinette dei negozi applicate a rilievo sulla facciata, anche se mobili.

Per tali contenitori è vietata categoricamente l'installazione ex novo, ad eccezione di quelli informativi delle farmacie, che, comunque, devono uniformarsi tra loro.

Nel caso di restauro di facciata dovranno essere rimossi tutti i contenitori e le vetrinette esistenti, ad eccezione di quelli che rientrano nella composizione unitaria dell'arredo esterno dei negozi e siano riconducibili agli stili di un significativo periodo storico e perciò da conservare per l'alta valenza storico-artistica e documentaria.

Le bacheche informative di Enti, Società, Partiti, Sindacati, Servizi pubblici, ecc., non potranno trovare posizionamento in rilievo sulle facciate, dovranno sempre trovare alloggio all'interno della vetrina della sede.

L'Amministrazione, su sollecito di più Enti e Società, previa presentazione di un progetto unitario, potrà concedere l'installazione di bacheche informative da posizionarsi, convenientemente raggruppate, in particolari luoghi del Centro storico, secondo le indicazioni previste nella terza parte e relative al piano dell'Arredo urbano.

Per i contenitori distributivi, che si individuano in apparecchiature tipo bancomat e per la distribuzione di sigarette, caramelle, ecc., è vietata assolutamente l'installazione a rilievo sulla facciata.

Potranno essere installate, previa autorizzazione derivata da attenta valutazione, solamente se comprese in un progetto unitario, a filo vetrina di un negozio o di una banca. In questo caso i materiali e le cromie dovranno accordarsi al messaggio materico-cromatico della tradizione del luogo.

L'affissione di manifesti murali deve avere come quadro di riferimento il massimo rispetto dell'immagine della città storica. Pertanto, di norma, è vietato l'alloggiamento di manifesti murali direttamente in facciata, ad eccezione dei luoghi, ormai storicizzati, forniti di apposite bacheche che, per forma e materiale, si integrano col messaggio materico-cromatico della tradizione del luogo.

In questi casi è prevista la conservazione delle bacheche, mentre, di norma, è vietato l'alloggiamento di bacheche murali, costruite ex novo, con le eccezioni che sono previste nella terza parte relativa al piano dell'Arredo urbano.

TARGHE TOPONOMASTICHE

Le indicazioni toponomastiche, dovranno mantenere la prassi della tradizione, senza perciò introdurre l'uso di indicazioni a forma di cartelli, con fondo bianco e scritta nera, sostenute da pali e l'impiego di cartelli murali in materiale plastico.

Sarebbe auspicabile il ripristino dell'antica tradizione di dipingere, con caratteri romani di colore scuro, il nome della via su tavolette d'intonaco.

Il posizionamento prevede l'alloggiamento in facciata o sul muro di recinzione del primo edificio a destra imboccando una via.

OGGETTI ED ELEMENTI DI CORREDO

La forma, il materiale, la cromia ed il posizionamento di oggetti di corredo urbano devono avere come quadro di riferimento l'immagine complessiva dell'intero ambiente storico costruito, nonché il rispetto delle dimensioni minime per l'accessibilità alle persone disabili.

La loro organizzazione deve perciò rientrare in una globale progettazione di salvaguardia e valorizzazione di un intero comparto urbano, e, di norma, è di competenza esclusiva dell'Amministrazione Comunale.

Per ambiti unitari, rappresentanti da slarghi o porzioni di vie, o comunque da parti urbanistiche morfologicamente omogenee, potranno essere approntati progetti anche di iniziativa privata, solo però se promossi da associazioni di categoria o gruppi di esercenti. In questo caso il progetto dovrà affrontare in modo coordinato anche la progettazione e la sistemazione degli elementi connessi alle funzioni commerciali insistenti nel comparto urbanistico.

F 11.1 FIORIERE

Nel premettere che l'apposizione di fioriere deve saper rispondere ad esigenze di valorizzazioni di ambiti territoriali omogenei, rientrando quindi nella progettazione unitaria di iniziativa pubblica o comunque di gruppi di esercenti, è da sottolineare, in linea di principio, l'inopportunità dell'impiego di fioriere intese principalmente come dissuasori di traffico o di delimitazione continua di spazi pubblici o di spazi privati di godimento pubblico, usufruiti da esercizi pubblici, avulsi da un progetto organico di globale sistemazione urbana, tenendo conto del rispetto delle dimensioni minime per l'accessibilità alle persone disabili.

Pertanto la fioriera, le cui forme, materiali e cromatismi devono sapersi integrare al messaggio figurativo proprio del luogo, può essere installata solamente per nobilitare alcuni spazi.

Sono raccomandati i materiali della tradizione: pietra locale, nelle varie intonazioni cromatiche, ed il cotto, con la tassativa esclusione di materiali come la graniglia cementizia e la plastica. L'impiego del legno, da considerarsi un materiale consono all'ambiente storico costruito, non dovrà proporre forme proprie di altri ambiti geografici.

La Commissione preposta alla Scena urbana, darà indicazioni sulle forme, sui materiali e sulle cromie, che l'iniziativa privata potrà impiegare nei vari comparti unitari, congiuntamente all'indicazione del tipo di essenza arborea, che, comunque, dovrà rientrare nella categoria dei sempreverdi.

Fino a che l'Amministrazione non appronterà puntuali progetti di riordino delle zone omogenee, le autorizzazioni devono intendersi temporanee.

F. 11.2 FONTANE, SCULTURE, MONUMENTI E CAPITELLI DEVOZIALI

Le fontane, le statue devoziali e commemorative ed i capitelli fanno parte di quegli elementi capaci di caratterizzare l'intero ambiente storico costruito, permettendo, nel contempo, alla comunità, attraverso la venerazione di un santo, il ricordo di un concittadino, di un personaggio illustre o di un avvenimento del passato, di tramandare ai posteri le radici stesse del luogo.

Il carico significativo che questi elementi assumono nel tempo induce a prescrivere la massima conservazione di quelli esistenti. Conservazione che va intesa sia sotto il profilo formale sia posizionale; quest'ultimo profilo potrà essere messo in discussione solamente nel caso in cui ci si trovi in presenza di elementi di alta valenza artistica e documentaria. E' auspicabile che nei prossimi riordini dei comparti urbani di scarsa valenza storico-ambientale non sia tralasciato l'inserimento di nuovi elementi commemorativi o di fontane, capaci di riallacciarsi alle radici della Comunità.

L'iniziativa dovrà essere, di norma, dell'Amministrazione Comunale; E' previsto però che Associazioni Culturali, Commerciali, Enti pubblici ecc. possano predisporre progetti per la collocazione di fontane, sculture, monumenti e capitelli devoziali.

F. 11.4 PARACARRI E TRANSENNE

Il posizionamento di paracarri e transenne deve rientrare in un progetto globale di riordino di un intero comparto urbanistico omogeneo, mirante non solo alla protezione dal traffico veicolare e alla delimitazione dei parcheggi, per i quali è doveroso approntare specifiche pianificazioni, ma anche alla sua valorizzazione estetica, prevedendo l'assemblamento di più funzioni, come portabiciclette, segnali stradali, apparecchi telefonici ecc..

In quest'ottica, si deve considerare che il posizionamento, deve, in ogni caso, garantire il rispetto delle dimensioni minime per l'accessibilità alle persone disabili. Anche la forma, il materiale ed il cromatismo dei paracarri e delle transenne sono di basilare importanza.

E' consigliabile pertanto l'impiego di paracarri in pietra locale, in questo caso riproponenti le forme geometriche della tradizione, riconducibili a cilindri, prismi poligonali, tronchi di cono o piramidi poligonali sormontati da calotte sferiche.

E' altresì consentito, in alcuni comparti omogenei di non alta rilevanza storico-artistica, l'impiego di nuove forme purchè in pietra locale ed, in alternativa, in metalli propri della tradizione industriale, come la ghisa, il ferro naturale, l'ottone, ecc..

In ogni caso è tassativamente vietato l'impiego di paracarri in conglomerato cementizio, anche se colorati, ed il posizionamento di paracarri, anche se amovibili, di esclusiva, iniziativa privata.

E' altresì categoricamente vietato l'impiego di transenne in metallo zincato e anodizzato ed il posizionamento di transenne metalliche con colorazioni a strisce, bianche e rosse, o bianche e blu, per lo più collegate fra loro con catene.

F. 11.5 CESTINI GETTACARTE

La collocazione di cestini gettacarte, che, di norma, è di esclusiva competenza dell'Amministrazione Comunale, dovrà derivare non solo da un attento esame degli spazi più frequentati, ma anche dalla valenza formale dei luoghi in cui sono posti, nonché dal rispetto delle dimensioni minime per l'accessibilità alle persone disabili.

E' raccomandabile l'uniformità degli oggetti in tutti i comparti urbani omogenei.

Tali oggetti per forma, materiale e colore devono sapersi relazionare all'immagine materico-cromatica dell'ambiente storico costruito.

E' previsto perciò l'impiego di materiali della tradizione, come rame, bronzo, ottone, nonché ferro naturale, oppure colorato con intonazioni scure come nero. Verde e marrone, evitando colorazioni stridenti col contesto.

E' tassativamente vietata la collocazione, per iniziativa privata, di cestini gettacarte anche se amovibili, ad eccezione di quelli, debitamente autorizzati, che rientrano in una progettazione organica di un intero comparto urbanistico omogeneo, da parte di Associazioni o gruppo di esercenti.

OGGETTISTICA LEGATA A FUNZIONI DI TIPO COMMERCIALE

Premesso che l'insieme degli elementi e degli oggetti, legati allo svolgimento delle attività commerciali, costituisce elemento fondamentale per la riqualificazione dell'immagine urbana, la loro organizzazione dovrà rientrare, il più possibile, nelle metodologie proprie di un progetto di restauro, inteso in questo caso come riordino di un intero comparto urbano omogeneo.

Nel caso perciò che l'intervento contempra la sola sistemazione degli elementi relativi a insegne e Tende frangisole, esso dovrà avere come quadro di riferimento sia l'assetto globale della facciata a cui si inserisce, nel rispetto delle caratteristiche architettoniche-decorative dell'edificio sia dell'ambiente nel quale l'edificio insiste, facendone parte integrante.

Per ambiti unitari, rappresentati da slarghi o porzioni di vie o comunque da parti urbanistiche omogenee si devono privilegiare interventi che affrontino, in modo coordinato, la progettazione e la sistemazione anche degli elementi e degli oggetti descritti all'art 2, arredo urbano, voce F e particolarmente la sistemazione degli elementi connessi all'oggettistica legata a funzioni commerciali, che comunque dovranno rispettare le dimensioni minime per l'accessibilità alle persone disabili.

Questi progetti potranno essere di iniziativa pubblica o privata, in quest'ultimo caso solo se promossi da Associazioni o gruppi di esercenti.

INSEGNE POSTE IN FACCIATA

Le insegne di facciata sono già regolamentate dall'art.8 del regolamento per l'installazione delle insegne

SUGGERIMENTI COMMERCIALI POSTI SU OGGETTI DI CORREDO E SU OGGETTI TECNOLOGICI

Di norma, è vietata l'apposizione di qualsiasi tipo di pubblicità su oggetti di corredo e su oggetti tecnologici.

Previa attenta valutazione, potrà essere presa in considerazione tale prassi se ciò rientrasse in un progetto organico di riordino globale di comparti urbanistici omogenei, al

fine di eliminare elementi di pubblicità incongrui, e comunque in comparti urbani di non alta valenza storico-artistica.

In ogni caso, la pubblicità non potrà essere emergente, sia per dimensione e sia per peso cromatico, dall'oggetto di corredo o tecnologico in cui è posta.

RECLAMIZZAZIONI DI MOSTRE E AVVENIMENTI CULTURALI

La reclamizzazione di mostre o di avvenimenti culturali può essere attuata, a mezzo di supporti temporanei del tipo aereo o applicata a supporti che implicano un appoggio a terra, previa attenta valutazione dell'impatto che tali réclames hanno con l'ambiente storico costruito in generale e con le emergenze architettoniche in particolare.

I supporti dei messaggi, che dovranno relazionarsi al messaggio figurativo dell'ambiente storico, dovranno pertanto essere progettati in modo unitario al fine che la loro forma assuma il significato di segnale intelligibile da tutti e il loro posizionamento, che comunque dovrà sempre essere temporaneo, possa divenire luogo deputato per la reclamizzazione delle mostre e degli avvenimenti che si succedono nel tempo.

In ogni caso, i messaggi a forma di stendardo non possono essere assolutamente posizionati direttamente in facciata.

Il posizionamento dello stendardo in mezzera della strada, sostenuto da fili aerei, dovrà essere attentamente valutato e comunque non potrà prevedere forature o buchi nelle murature di facciata per l'applicazione di utensileria metallica di sostegno.

SUGGERIMENTI COMMERCIALI POSTI SULLE IMPALCATURE

I messaggi pubblicitari, previa autorizzazione, possono essere affissi sulle impalcature di facciata per i lavori edili, purchè gli spazi appositi siano delimitati da cornici derivate da una puntuale progettazione, meglio se unitaria.

Pertanto è fatto obbligo che le impalcature di facciata per i lavori edili debbano, non solo essere racchiuse da teli, la cui cromia deve essere comunque consona all'ambiente circostante, evitando perciò colorazioni stridenti, ma anche prevedere che la recinzione della parte bassa del ponteggio sia realizzata con pannelli rigidi sui quali l'Amministrazione Comunale potrà prevedere l'affissione di manifesti murali.

In ogni caso, è fatto obbligo che la proprietà dell'immobile, o comunque l'impresa o la direzione dei lavori, appronti un progetto per la realizzazione di una cornice da porre sui pannelli per delimitare l'affissione. Tale progetto dovrà essere approvato dalla Commissione preposta alla Scena urbana, la quale potrà, nel futuro, stabilire definitivamente forme, dimensioni, materiali e cromie di queste cornici, nel qual caso si annulla l'obbligo della presentazione del progetto.

E' inoltre fatto obbligo, se la durata della permanenza del ponteggio supera i sei mesi, che la delimitazione del ponteggio diventa supporto, nella sua completa estensione, di un apparato scenografico-pittorico di unico valore artistico temporaneo. Ciò vale se l'edificio su cui è posto il ponteggio non sia una riconosciuta emergenza architettonica. In questo caso, l'apparato pittorico può prevedere anche la reclamizzazione di un unico prodotto commerciale o di più prodotti. Tale possibilità dovrà, comunque, derivare da un preventivo progetto, capace di relazionare l'apparato scenografico-propagandistico all'ambiente circostante, che dovrà comunque essere, previa attenta valutazione, autorizzato dalla Commissione preposta alla Scena urbana.

Le impalcature di riconosciute emergenze architettoniche, o comunque di edifici ritenuti tali dalla Commissione preposta alla Scena urbana, dovranno, obbligatoriamente, essere delimitate da pannelli riproducenti, pittoricamente o fotograficamente, il prospetto sottostante.

PROPAGANDA ELETTORALE

I supporti per la propaganda elettorale, anche se temporanei, dovranno essere uniformati fra loro previa progettazione unitaria in grado di definire le forme, i materiali e le cromie più idonei e comunque capaci di relazionarsi all'ambiente storico costruito.

L'Amministrazione Comunale dovrà, pertanto, approntare un progetto per il posizionamento dei supporti, tenendo conto dell'assoluta necessità di salvaguardare particolari connotati ottici e del divieto del posizionamento, in contrapposizione visiva, di emergenze architettoniche di particolare pregio.

IL COORDINATORE
Dott. Nicola Mancini

SEGNALETICA ED INDICAZIONI STRADALI

Il concetto guida per la revisione della segnaletica e delle indicazioni stradali esistenti, dovrà essere mirato ad un impiego minimale, evitando doppioni e sovrapposizioni, pur nel rispetto di quanto previsto dal Codice della strada.

La segnaletica stradale, la cui forma e colorazione è regolamentata dal Codice della Strada, così come del resto le indicazioni stradali, dovrà essere il più possibile raggruppata sullo stesso palo, distinguendola per categorie, evitando, per quanto possibile, il posizionamento in facciata e attivandosi per ottenere dal Ministero dei Trasporti la deroga necessaria per l'impiego di segnali con dimensioni minimali.

Di norma, tali raggruppamenti dovranno essere realizzati per categorie, che sono già a loro volta diversificate a livello coloristico:

- fondo chiaro con sintetizzazione grafica dei segnali ed eventuali scritte nere per la segnaletica stradale,
- fondo verde con scritte bianche, per le indicazioni autostradali,
- fondo blu con scritte bianche, per le indicazioni delle strade extraurbane.
- Si ribadisce che le ultime due indicazioni sono vietate all'interno della perimetrazione del Centro storico di Nardò.

Le indicazioni di interesse locale devono essere limitate il più possibile e riguardare solo luoghi di interesse generale, come: ospedale, caserma dei Carabinieri, Vigili urbani, scuola, ecc.. Anche in questo caso è consigliabile impiegare cartelli segnaletici con più indicazioni raggruppate con scritte nere su fondo bianco e con eventuale sintetizzazione grafica, posizionata in una finestrella a lato della singola indicazione.

Tali segnali dovranno essere posizionati, di norma, solo su strade carreggiabili e mai in contrapposizione visiva a conclamate emergenze architettoniche.

Particolare attenzione dovrà essere rivolta al materiale costituente il palo di sostegno, con il tassativo divieto dell'impiego di metalli zincati o anodizzati. Si consiglia l'uso del ferro brunito o colorato con intonazioni scure.

INDICAZIONI TURISTICHE

Per le indicazioni turistiche valgono le stesse norme previste dal comma precedente per le indicazioni di interesse locale, e che vengono sintetizzate in un conveniente raggruppamento e in un dimensionamento identico a quello delle indicazioni stradali. In questi casi il Codice della strada prevede l'impiego di segnali con scritte bianche su fondo marrone ed eventuale sintetizzazione grafica, sempre di colore bianco, visualizzante se chiesa, palazzo, ecc..

In ogni caso, i cartelli indicatori dovranno proporre scritte bianche su fondo marrone, sostenuti da pali di ferro brunito o colorato con intonazioni scure, con tassativo divieto di pali anodizzati o zincati.

INDICAZIONI COMMERCIALI

Premesso che le indicazioni di tipo commerciale poste su pali sono vietate, ad eccezione di quelle previste esclusivamente per alberghi, per ristoranti e per strutture ricettive affini e farmacie,

Tali segnali indicativi devono saper rispondere alle prescrizioni del Codice della strada, che prevedono cartelli bianchi con scritte nere.

Per quanto concerne le forme si fa esplicito riferimento a quanto descritto per la segnaletica stradale sopra riportata e, anche in questo caso, si conferma l'obbligo di posizionare le segnalazioni in un unico cartello dalle dimensioni uniformate, distinguendole convenientemente per direzione.

Tali indicazioni vanno poste esclusivamente sulle strade di percorrenza veicolare e, comunque, non in prossimità delle emergenze architettoniche.

In nessun caso è permesso che l'indicazione di un esercizio si differenzi dall'uniformità generale e che l'apposizione sia eseguita direttamente dal privato. L'apposizione è di esclusiva competenza dell'Amministrazione comunale.

DIFFUSORI ILLUMINANTI PUBBLICI E PRIVATI

Per i criteri guida si farà riferimento ad apposite disposizioni vigenti presso i settori LL.PP. ed Urbanistica.

ART. 9**UBICAZIONE DEGLI IMPIANTI**

- 1 Nell'intero territorio cittadino, è vietata la collocazione in opera di qualsiasi impianto pubblicitario non conforme alle prescrizioni del presente Piano.
- 2 Le distanze da rispettare nella ubicazione degli impianti all'interno del centro abitato e nelle strade extraurbane, sono quelle riportate nella allegata tabella 2.
- 3 Il perimetro del centro abitato e la classificazione delle strade ai sensi dell'art 2 del D.L. 285/92 sono quelli individuati ed inseriti nell'allegato n° 5 del presente regolamento.
- 4 E' vietata qualsiasi forma pubblicitaria sul muro di cinta e nella zona di rispetto dei cimiteri, sugli edifici adibiti a sedi di ospedali e chiese, nonché edifici storici.
- 5 L'affissione di manifesti, lungo o in prossimità delle strade, fuori e dentro i centri abitati, è consentita esclusivamente sugli appositi supporti.
- 6 E' vietata la collocazione o l'ancoraggio di qualsiasi impianto pubblicitario su piante o sostanze arboree.
- La collocazione in opera degli impianti non deve pregiudicare anche parzialmente la visibilità di regolatori di traffico (cartelli indicatori, impianti semaforici, ...) o di altre indicazioni di interesse pubblico;
- In una stessa strada potranno essere posizionati cartelli e supporti informativi e standardi per le pubbliche affissioni con orientamento o solo orizzontali o solo verticali ed allineati con uguale altezza dal piano stradale.
- E' vietata l'installazione di gonfaloni e di striscioni trasversali alle strade adiacenti alle posizioni di telecamere delle istituzioni pubbliche (Forze dell'ordine ecc)

TITOLO II**ATTUAZIONE DEL PIANO****Art. 10****MODALITA' DI ATTUAZIONE DEL PIANO**

Il Piano si attua secondo le seguenti modalità di attuazione:

- Intervento diretto da parte dei privati
- Intervento diretto da parte del Servizio pubbliche affissioni
- Progetto degli ambiti di arredo urbano
- Progetti unitari delle aree di addensamento pubblicitario

Tali modalità di attuazione sono riferibili alle tipologie degli impianti pubblicitari come previsto dagli articoli seguenti.

Art. 11**INTERVENTO DIRETTO DA PARTE DEI PRIVATI****Tipologie ammesse**

L'intervento diretto da parte dei privati è ammesso soltanto per le seguenti tipologie di impianti.

C. Opera di particolare pregio

C.1 Impianti pubblicitari su pareti cieche

C1.2 Gigantografia

C.2 Gigantografia su ponteggi

C2.1 artistica

C2.2 pubblicitaria

E. Striscione e Stendardo

E.1 striscione

E.2 stendardo

E. Gonfalone**F. Impianto su arredo urbano**

F. 3 Pensilina autobus

F. 4 Palina di fermata

F. 8 Segnaparcheggio

F. 9 Parapedonale

Sono ammessi con intervento diretto i manufatti ed i cartelli con sponsor di cui all'art.5 previo parere favorevole del servizio Urbanistico e Polizia Urbana.

Procedura di presentazione dell'istanza di AUTORIZZAZIONE

L'istanza per il rilascio dell'autorizzazione diretta, deve contenere:

- a. Generalità, residenza o domicilio legale, e codice fiscale del richiedente;
- b. In caso di società, occorre specificare anche la ragione sociale, la sede legale, il codice fiscale o Partita IVA e il numero di iscrizione alla C.C.I.A.A.;
- c. Ubicazione esatta del luogo dove si intende installare l'impianto;
- d. Dichiarazione ai sensi della L. 4.01.68, n. 15 e successive modificazioni e integrazioni, di avere stipulato adeguata polizza assicurativa di responsabilità civile e di avere l'assenso del proprietario dell'edificio o dell'area interessata (in caso di condominio dell'Amministratore).

All'istanza deve essere allegata la seguente documentazione tecnica, a firma di tecnico abilitato:

- a. planimetria in scala 1:2000 con indicazione del luogo di installazione dell'impianto pubblicitario;
- b. documentazione fotografica dello stato dei luoghi ove il mezzo pubblicitario verrà collocato; le due fotografie, una panoramica e l'altra particolareggiata, dovranno avere formato minimo di cm 9X12;
- c. relazione tecnica descrittiva del mezzo pubblicitario e del luogo di inserimento dello stesso, comprensiva delle caratteristiche di realizzazione, dei materiali impiegati, dei supporti o sistemi di ancoraggio, e della qualità della luce emessa;
- d. disegni particolareggiati dell'impianto pubblicitario con precisione di quote, materiali, colori e caratteri grafici, in scala non inferiore a 1:50 ed inoltre:
 - per la collocazione su edificio, stato attuale e di progetto in scala non inferiore a 1:100 della facciata interessata;
 - per la collocazione su sedime, stato attuale e di progetto in scala non inferiore a 1:200 della porzione di area interessata con l'esatta posizione richiesta, riferita ad elementi certi quali marciapiedi, recinzioni, alberature, elementi di arredo, edifici, ecc.

Dagli elaborati di progetto si deve chiaramente evincere l'inserimento ambientale del manufatto ed il suo inserimento nel contesto urbano circostante.
- e. Relazione di asseveramento a firma di tecnico abilitato in cui si dichiara:
 - il rispetto delle norme P.G.I.P.;
 - la conformità del manufatto con i requisiti tecnico-prestazionali indicati nell'Allegato 1 al presente Regolamento;
 - idoneità statica attestando che il manufatto è stato calcolato, realizzato e verrà posto in opera tenendo conto della natura del terreno e della spinta del vento e delle caratteristiche del ponteggio, in modo da garantire la stabilità.

Ogni istanza dovrà riferirsi ad un'unica tipologia di impianto, anche se potrà comprendere più di un manufatto.

Fermo restando quanto previsto dall'ultimo comma dell'art. 21, entro 60 giorni dalla data di presentazione della domanda completa della documentazione allegata prevista, l'ufficio competente deve rilasciare la relativa autorizzazione o comunicare motivato diniego, così come previsto dal Regolamento comunale in materia di termine e di responsabile del Procedimento amministrativo

Nel caso in cui la domanda non sia corredata dalla documentazione prevista, ovvero nel caso in cui l'ufficio competente ritenga di dover acquisire ulteriore documentazione, il responsabile del procedimento ne fa richiesta entro 30 giorni dalla data di presentazione della domanda.

Qualora l'ulteriore documentazione richiesta non sia prodotta dall'interessato entro 30 giorni dalla richiesta, la domanda sarà archiviata.

Art. 12

INTERVENTO DIRETTO DA PARTE DEL SERVIZIO PUBBLICHE AFFISSIONI

Tipologie ammesse

Gli impianti per le pubbliche affissioni sono riservati di norma al Servizio pubbliche affissioni che, in tempi brevi ed in stretta collaborazione, predisporrà insieme al Settore Urbanistica e Polizia urbana un "PIANO DELLE UBICAZIONI" per le affissioni nonché il riordino di quello esistente.

IL COMMISSARIO SUPPLEMENTARE
Dott. Nicola BERTI

Le tipologie ammesse sono le seguenti:

B. Impianto per affissioni

B1 Vetrina

B2 Stendardo porta manifesti

B2.1 - formato piccolo - cm 100x140, cm 140x100 (2 fogli)

B2.2 - formato medio - cm. 140x200 200x140 (4 fogli) -

B2.3 - formato grande - cm. 280x200 (8 fogli) -

B3 Poster

B4 Tabella a muro

B4.1 - formati piccoli - 140x100 - 100x140 (2 fogli);

B4.2 - formati medi - 140x200 200x140 (4 fogli), 280x200 (8 fogli);

B4.3 - formati grandi - 400x280 (16 fogli), 420x200 (12 fogli).

Installazione di impianti per affissioni su suolo pubblico

L'affissione di manifesti murali deve avere come quadro di riferimento il massimo rispetto dell'immagine della città storica. Pertanto, di norma, è vietato l'alloggiamento di manifesti murali direttamente in facciata, ad eccezione dei luoghi, ormai storicizzati, forniti di apposite bacheche che, per forma e materiale, si integrano col messaggio materico-cromatico della tradizione del luogo.

In questi casi è prevista la conservazione delle bacheche, mentre, di norma, è vietato l'alloggiamento di bacheche murali, costruite ex novo.

Il Comune ha l'obbligo di provvedere alla manutenzione ordinaria e straordinaria degli impianti delle pubbliche affissioni, al loro adeguamento nel rispetto del presente Regolamento e relativo Piano generale degli Impianti, nonché al potenziamento degli impianti stessi, nei limiti previsti dalla normativa e nel quadro del Piano Generale degli Impianti.

ART. 13

PROGETTO DEGLI AMBITI DI ARREDO URBANO

Per la collocazione delle seguenti tipologie di impianti pubblicitari, l'Amministrazione Comunale procederà alla concessione sulla base della presentazione di un progetto di installazioni di arredo urbano.

F. Impianto su arredo urbano

F.1 Supporto informativo

G1.1 F1.1 - manufatto bifacciale con superficie destinata a messaggi pubblicitari fino a mq.2

F1.2 - manufatto bifacciale con superficie destinata a messaggi pubblicitari maggiore di mq. 1,50 e fino a mq.3

F1.3 - manufatto trifacciale con superficie destinata a messaggi pubblicitari inferiore a mq. 1,5

F.2 Totem

F.3 Pensilina autobus

F.4 Palina di fermata

F.5 Bagno autopulente

F. 6 Orologio

F. 7 Contenitore per la raccolta differenziata

F. 9 Parapedonale

F.11 OGGETTI ED ELEMENTI DI CORREDO

F11.1 Fioriere

F.11.2 Fontane ornamentali, monumenti, capitelli e sculture.

F.11.3 Paracarri e transenne.

F.11.4 Cestini gettacarte.

Nello stesso progetto possono essere ricomprese anche le seguenti tipologie di impianti pubblicitari

A. Cartello

A.1 - formato fino a mq. 12;

A.2 - formato compreso tra mq. 16 e mq. 18;

B. Impianto per affissioni

B1 Vetrina

B2 Stendardo porta manifesti

IL COMMISSARIO STRAORDINARIO
CAPI NICOLA PARETE

B2.1 - formato piccolo - cm 100x140, cm140x100 (2 fogli)

B2.2 - formato medio - cm. 140x200 200x140 (4 fogli) -

B2.3 - formato grande - cm.280x200 (8 fogli) -

B3 Poster

B4 Tabella a muro

B4.1 - formati piccoli - 140x100 -100x140 (2 fogli);

B4.2 - formati medi - 140x200 200x140 (4 fogli), 280x200 (8 fogli);

B4.3 - formati grandi - 400x280 (16 fogli).

Le concessioni potranno comprendere uno o più ambiti unitari di cui all'allegato 3 e 4.

ART. 14

PROGETTO UNITARIO DELLE AREE DI ADDENSAMENTO PUBBLICITARIO

Le AREE DI ADDENSAMENTO PUBBLICITARIO di cui all'art. 7 , -zona 2 e 3, sono attuate mediante Progetto unitario di iniziativa privata.

Tali Progetti dovranno localizzare compiutamente tutti gli impianti pubblicitari proposti e contenere:

1. analisi dello stato attuale degli spazi interessati dall'intervento evidenziando il degrado funzionale e visivo e gli elementi in contrasto con il presente Piano;
2. Proposta progettuale corrispondente alle prescrizioni del presente Piano che
 - evidenzi gli impianti previsti in deroga alla tabella B - Distanze
 - valuti il corretto inserimento ambientale dei nuovi impianti
 - tenga conto delle caratteristiche morfologiche, formali, compositive ed architettoniche dello spazio interessato dall'intervento e del suo intorno urbano
 - contribuisca a diminuire l'inquinamento visivo della scena urbana
 - risponda alle esigenze di circolazione e di traffico

In ogni Area di addensamento pubblicitario gli impianti pubblicitari dovranno appartenere ad una linea unitaria per l'uso di forme, colori e materiali e contribuire a costruire una specifica identità al luogo urbano oggetto dell'intervento

Gli impianti ammessi nei Progetti di addensamento pubblicitario sono:

A. Cartello

A.1 - formato fino a mq. 12;

A.2 - formato compreso tra mq. 16 e mq. 18;

B. Impianto per affissioni dirette dei privati in impianti di loro proprietà

B1 Vetrina

B2 Stendardo porta manifesti

B2.1 - formato piccolo - cm 100x140, cm140x100 (2 fogli)

B2.2 - formato medio - cm. 140x200 200x140 (4 fogli) -

B2.3 - formato grande - cm.280x200 (8 fogli) -

B3 Poster

B4 Tabella a muro

B4.1 - formati piccoli - 140x100 -100x140 (2 fogli);

B4.2 - formati medi - 140x200 200x140 (4 fogli), 280x200 (8 fogli);

B4.3 - formati grandi - 400x280 (16 fogli). 420x200 (12 fogli).

C. Opera di particolare pregio

C.1 Impianto pubblicitari su pareti cieche

C1.2 Gigantografia

F. Impianto su arredo urbano

F.1 Supporto informativo

F1.1 - manufatto bifacciale con superficie destinata a messaggi pubblicitari fino a mq.2;

F1.2 - manufatto bifacciale con superficie destinata a messaggi pubblicitari maggiore di mq.1,50 e fino a mq.3;

F1.3 - manufatto trifacciale con superficie destinata a messaggi pubblicitari inferiore a mq. 1,5

F.11.1 FIORIERE

F.11.2 FONTANE, SCULTURE, MONUMENTI E CAPITELLI DEVOZIALI

F.11.3 PARACARRI E TRANSENNE

F.11.4. CESTINI GETTACARTE

IL COMMISSARIO REGIONALE

Procedure di autorizzazione per installazione di impianti pubblicitari tramite progetti unitari

L'istanza per il rilascio dell'autorizzazione deve contenere:

- a. Generalità, residenza o domicilio legale, e codice fiscale del richiedente;
- b. In caso di società, occorre specificare anche la ragione sociale, la sede legale, il codice fiscale o Partita IVA e il numero di iscrizione alla C.C.I.A.A.;
- c. Dichiarazione ai sensi della legge 15/68 e successive modificazioni e integrazioni, di avere stipulato apposita polizza assicurativa di responsabilità civile.
- d. Dichiarazione ai sensi della L. 4.01.68, n. 15 e successive modificazioni e integrazioni, di avere stipulato adeguata polizza assicurativa di responsabilità civile e di avere l'assenso del proprietario dell'edificio o dell'area interessata (in caso di condominio dell'Amministratore).

I Progetti Unitari di iniziativa privata sono costituiti dai seguenti elaborati:

- a. planimetria di inquadramento dello stato di fatto in scala 1:2000;
- b. planimetria di inquadramento estratta dal PRG in scala 1.2000
- c. rilievo fotografico
- d. stato attuale e di progetto in scala 1:200 e comunque non inferiore alla scala 1:500, costituito da planimetria, sezioni, profili con indicazione degli allineamenti e di tutti gli impianti previsti, corredato dal computo delle superfici pubblicitarie per ciascun impianto e della superficie complessiva;
- e. progetti di ciascun manufatto, completo di sezione in scala non inferiore a 1:50 con particolari tecnologici inerenti le caratteristiche di realizzazione, i materiali impiegati, i supporti o sistemi di ancoraggio e la qualità della luce emessa;
- f. vedute prospettiche, simulazioni o eventuale ulteriore documentazione necessaria a descrivere l'inserimento ambientale dei manufatti e il loro inserimento organico alla scena urbana attuale, in relazione allo specifico intervento;
- g. relazione tecnica illustrativa;
- h. Norme Tecniche di Attuazione;
- i. Relazione di asseveramento a firma di tecnico abilitato in cui si dichiara:
 - il rispetto delle norme P.G.I.P.;
 - la conformità del manufatto con i requisiti tecnico-prestazionali indicati nell'Allegato 1 al presente Regolamento;
 - idoneità statica attestando che il manufatto è stato calcolato, realizzato e verrà posto in opera tenendo conto della natura del terreno e della spinta del vento e delle caratteristiche del ponteggio, in modo da garantire la stabilità.

Fermo restando quanto previsto dall'ultimo comma dell'art. 20, entro 90 giorni dal ricevimento della documentazione completa di cui al precedente comma l'ufficio sottopone il progetto unitario alla Giunta Municipale. In caso di esito favorevole seguirà senza ulteriori adempimenti da parte degli interessati, autorizzazione cumulativa all'installazione degli impianti oggetto del Progetto Unitario.

TITOLO III

ALTRA PUBBLICITA' EFFETTUATA PER CONTO ALTRUI SU SUOLO PUBBLICO E PRIVATO

Art. 15

PUBBLICITÀ FONICA

Pubblicità fonica effettuata per conto altrui a mezzo di appositi apparecchi amplificatori e simili, è ammessa all'interno degli impianti sportivi e, su suolo pubblico, previa autorizzazione, solo se finalizzata alla promozione di manifestazioni sportive o di particolare rilevanza cittadina o nazionale, limitatamente alla durata della manifestazione stessa.

E' ammessa la pubblicità dei candidati a cariche pubbliche nel periodo della campagna elettorale, con le modalità e prescrizioni previste dalla legge.

La stessa comunque, non potrà superare i limiti massimi di esposizione al rumore, fissati dal D.P.C.M. del 1.03.1991 e successive modificazioni ed integrazioni.

Ai fini di cui all'art. 155 del Codice della Strada, con gli autoveicoli, motoveicoli, rimorchi e ciclomotori, non è consentito effettuare pubblicità fonica. Possono essere diffusi unicamente messaggi di pubblico interesse disposti dall'autorità di pubblica sicurezza o dal Sindaco.

IL COMMISSARIO STRADINARIO
Dott. Nicola...

Art. 16**PUBBLICITÀ A MEZZO AEROMOBILI E/O PALLONI FRENATI**

La pubblicità a mezzo aeromobili e/o palloni frenati è consentita esclusivamente in occasione di manifestazioni sportive o di particolare rilevanza cittadina e nazionale. Gli aeromobili potranno stazionare nei luoghi ove avviene la manifestazione o, se in volo, solo se regolarmente autorizzati dalla competente autorità ministeriale. La durata dell'autorizzazione è strettamente legata alla durata della manifestazione. E' vietata qualsiasi forma di pubblicità sui natanti.

Art. 17**PUBBLICITÀ PER CONTO TERZI SUI VEICOLI ADIBITI A TRASPORTO DI LINEA E NON, SUI VEICOLI ADIBITI A SERVIZIO TAXI E BUS-NAVETTA.**

Pubblicità per conto terzi effettuata su veicoli adibiti a trasporto di linea. Detta pubblicità non potrà essere luminosa o rifrangente ai sensi dell'art. 57 del regolamento di attuazione del Codice della Strada e successive modificazioni e integrazioni. Sui veicoli adibiti a trasporto di linea e non, la pubblicità è ammessa alle seguenti condizioni:

- a. che non sia realizzata mediante messaggi variabili;
- b. che non sia esposta nella parte anteriore del veicolo;
- c. che sulle altre parti del veicolo sia limitata alle superfici distanti dai dispositivi di segnalazione visiva e di illuminazione delle targhe in modo tale da non ridurre la visibilità e la percettibilità degli stessi.
- d. Che sia contenuta entro forme geometriche regolari;
- e. Che, se realizzate mediante pannelli aggiuntivi, gli stessi non sporgano oltre tre centimetri, rispetto alla superficie sulla quale sono applicati.

La pubblicità non luminosa per conto terzi è consentita sui veicoli adibiti al servizio taxi unicamente se effettuata mediante scritte con caratteri alfanumerici, abbinati a marchi e simboli, ed alle seguenti ulteriori condizioni:

- a. che sia realizzata con pannello rettangolare piano bifacciale, saldamente ancorato al di sopra dell'abitacolo del veicolo e posto in posizione parallela al senso di marcia. Il pannello deve avere dimensioni esterne di 75X35 cm e la pubblicità non deve essere realizzata con messaggi variabili;
- b. che sia realizzata tramite l'applicazione sul lunotto posteriore del veicolo di pellicola della misura di cm 100X12;
- c. che sia realizzata tramite l'applicazione di pellicola sulle superfici del veicolo ad esclusione di quelle vetrate.

Le esposizioni pubblicitarie di cui alle lettere a) e c) sono alternative tra loro.

La pubblicità per conto terzi sui veicoli utilizzati per bus-navetta, è ammessa alle seguenti condizioni:

- a. che l'automezzo sia nella piena disponibilità di colui che effettua la pubblicità;
- b. che sia realizzata con un massimo di due pannelli monofacciali rettangolari con dimensioni massime di cm 200X50 in relazione alle dimensioni del veicolo, con sporgenza massima non superiore a cm 3 rispetto alla superficie del veicolo, saldamente ancorati alle fiancate dell'automezzo.

L'apposizione di scritte e messaggi pubblicitari rifrangenti è ammessa sui veicoli, unicamente alle seguenti condizioni: :

- a. che la pellicola utilizzata abbia caratteristiche di rifrangenza non superiori a quelle di classe 1;
- b. che la superficie della parte rifrangente non occupi più di 2/3 della fiancata del veicolo e comunque non sia superiore a mq. 3;
- c. che il colore bianco sia contenuto nella misura non superiore a 1/6 della superficie;
- d. che sia esposta unicamente sui fianchi del veicolo a distanza non inferiore a cm 70 dai dispositivi di segnalazione visiva e che non interessi le superfici vetrate;
- e. che non sia realizzata mediante messaggi variabili.

In tutti i casi di cui ai commi precedenti, le scritte i simboli e le combinazioni di colori non devono ingenerare confusione con i segnali stradali e in particolare non devono avere forma di disco o triangolo, disegni confondibili con i simboli segnaletici regolamentari di pericolo, obbligo, prescrizione o indicazione.

E' vietata la pubblicità luminosa all'interno dei veicoli.

IL COMMISSARIO STRADALE
DOTT. MICHAEL PARETE

Le disposizioni di cui al presente articolo non si applicano ai veicoli al seguito delle competizioni sportive autorizzate ai sensi dell'art. 9 del Codice della Strada D.Lgs 30.04.1992, n. 285.

E' vietata la pubblicità effettuata mediante la sosta dei veicoli di cui all'art. 54, lett. g) del D.Lgs. 285/92 e art. 203, comma II, lettera q) del D.P.R. n. 495/92. Su detti veicoli in sosta la pubblicità dovrà essere rimossa ovvero coperta in modo tale che sia privata di efficacia.

Art. 18

PUBBLICITÀ COMMERCIALE IN LUOGHI PUBBLICI O APERTI AL PUBBLICO

All'interno di locali adibiti alla vendita di beni o alla prestazione di servizi, e nei locali di pubblico spettacolo, è consentita la presenza di materiale pubblicitario cartaceo o simili o con mezzi audiovisivi per pubblicità per conto altrui.

Detto materiale può essere contenuto anche in appositi contenitori. Il materiale non potrà avere dimensioni complessivamente superiori a mq 2.

All'interno degli ascensori, ai sensi della L. 14.07.93 n. 235 e del D.P.R. 16.01.95 n. 42, è ammessa l'esposizione di pubblicità, con superficie complessiva massima di 1 mq, con esclusione di proiezioni luminose sia a luce fissa che intermittente o variabile, ovvero a mezzo apparecchi sonori.

Pubblicità nelle apposite vetrinette murali espositive di proprietà comunale è ammessa l'esposizione di pubblicità, con superficie complessiva massima di 0.5 mq, con esclusione di proiezioni luminose sia a luce fissa che intermittente o variabile

Pubblicità commerciale e non, effettuata per conto altrui mediante distribuzione di manifestini o altro materiale pubblicitario e mediante persone circolanti con cartelli e altri mezzi pubblicitari è consentita sul territorio comunale.

Art. 19

PROCEDURA DI PRESENTAZIONE ISTANZA DI AUTORIZZAZIONE DIRETTA

L'installazione di pubblicità per conto altrui di cui al presente Titolo è soggetta a preventiva autorizzazione diretta rilasciata dal Comune.

L'istanza per il rilascio dell'autorizzazione diretta, deve contenere:

- a. Generalità, residenza o domicilio legale, e codice fiscale del richiedente;
- b. In caso di società, occorre specificare anche la ragione sociale, la sede legale, il codice fiscale o Partita IVA e il numero di iscrizione alla C.C.I.A.A.;
- c. Ubicazione esatta del luogo dove si intende installare la pubblicità per conto altrui;

All'istanza deve essere allegata la seguente documentazione:

- a. Bozzetti in triplice copia della pubblicità da esporre ovvero dell'intero manufatto se trattasi di esposizione in vetrinette, raccoglitori e simili;
- b. Una fotografia in formato minimo di cm 9X12 del luogo dove il mezzo pubblicitario sarà installato;
- c. Breve relazione descrittiva del mezzo pubblicitario e del luogo di inserimento dello stesso, comprensiva delle caratteristiche di realizzazione, dei materiali impiegati, dei supporti o sistemi di ancoraggio, e della qualità della luce emessa.
- d. Nel caso di impianti luminosi o illuminati, dichiarazione che gli impianti saranno installati nel rispetto delle normative vigenti in materia.

Nel caso della pubblicità fonica di cui all'art. 16 è sufficiente breve relazione contenente l'indicazione della durata della pubblicità e il numero delle fonti di diffusione.

Fermo restando quanto previsto dall'ultimo comma dell'art. 21, entro 30 giorni dalla data di presentazione della domanda completa della documentazione allegata prevista, l'Ufficio competente deve rilasciare la relativa autorizzazione o comunicare motivato diniego.

Nel caso in cui la domanda non sia corredata dalla documentazione prevista, ovvero nel caso in cui l'Ufficio competente ritenga di dover acquisire ulteriore documentazione, il responsabile del procedimento ne fa richiesta entro 10 giorni dalla data di presentazione della domanda.

Qualora l'ulteriore documentazione richiesta non sia prodotta dall'interessato entro 30 giorni dalla richiesta, la domanda sarà archiviata.

TITOLO IV

AUTORIZZAZIONE PER L'INSTALLAZIONE DI IMPIANTI PUBBLICITARI E PER EFFETTUARE PUBBLICITA' PER CONTO ALTRUI

Art. 20

RILASCIO DI AUTORIZZAZIONE

Tutte le domande e/o comunicazioni previste dal presente regolamento devono essere presentate o inviate esclusivamente al SETTORE ECONOMICO FINANZIARIO-SERVIZIO TRIBUTI DEL COMUNE DI NARDO' e devono essere compilate sui moduli predisposti e diffusi. Tutti i termini per la conclusione dei singoli procedimenti, o parti di essi, indicati nel presente Regolamento, decorrono dalla data di arrivo della domanda.

L'autorizzazione per installare e modificare impianti pubblicitari è rilasciata fatti salvi i diritti di terzi ed il Comune resta sollevato da qualsiasi responsabilità derivante dall'installazione e dalla presenza del mezzo pubblicitario.

L'Amministrazione comunale predisporrà e manterrà un registro informatizzato delle autorizzazioni rilasciate in ordine cronologico con l'indicazione dell'intestatario, di una sommaria descrizione dell'impianto, nonché degli estremi dell'autorizzazione.

Le posizioni di tutti i mezzi pubblicitari non temporanei su proprietà privata e su suolo pubblico, saranno riportate in un apposito registro e conservato presso l'Ufficio competente.

Quando gli impianti pubblicitari sono installati in strade ricadenti nel demanio provinciale o statale, gli stessi devono ottenere il preventivo nulla osta dell'ente proprietario della strada.

Quando i cartelli o altri mezzi pubblicitari collocati su una strada, siano visibili da un'altra strada appartenente ad ente diverso, l'autorizzazione è subordinata al preventivo nulla osta di quest'ultimo.

Per tutte le fattispecie di impianti pubblicitari contemplate nel presente Regolamento nonché per le tipologie di altra pubblicità per conto altrui, non trova applicazione l'istituto del silenzio-assenso né della denuncia di inizio attività di cui agli artt. 19 e 20 della Legge 7.08.90 n. 241, atteso che il rilascio dell'autorizzazione comunale alla collocazione di impianti pubblicitari comporta valutazioni tecniche e discrezionali nell'ambito di limiti di contingente complessivo.

Art. 21

VARIAZIONI DEL MESSAGGIO PUBBLICITARIO

E' consentita la variazione del messaggio sugli impianti pubblicitari a condizione che non sia alterata la struttura, né modificate le dimensioni, né il punto di collocazione, senza alcuna comunicazione all'ufficio, con esclusione della tipologia C2.1 gigantografia artistica su ponteggi.

Per gli impianti non aventi dimensioni standard, la variazione del messaggio pubblicitario è soggetta a nuova autorizzazione.

Art. 22

DURATA E RINNOVO DELL'AUTORIZZAZIONE

Salvo diversa indicazione, l'autorizzazione all'installazione dei mezzi pubblicitari permanenti ha validità per un periodo di 3 anni ai sensi dell'art. 53, comma 6 del D.P.R. 16/12/96 n°495. La stessa è rinnovabile per lo stesso periodo.

L'autorizzazione all'installazione di gigantografie pubblicitarie su ponteggi, tipologia C2 di cui all'art. 5, ha validità per il periodo indicato nella concessione di suolo pubblico per il ponteggio, ovvero, se il ponteggio è installato in proprietà privata, fino alla conclusione dei lavori.

L'autorizzazione all'installazione di mezzi pubblicitari provvisori in occasione di manifestazioni, mostre, spettacoli ha validità pari alla durata dell'evento con decorrenza 7 gg. antecedenti l'evento e 24 ore successive.

L'autorizzazione all'installazione di mezzi pubblicitari permanenti potrà essere rinnovata con provvedimento espresso dell'Amministrazione comunale da richiedersi almeno sei mesi prima della scadenza dell'autorizzazione originaria con richiesta semplice.

In mancanza del provvedimento espresso di rinnovo dell'autorizzazione, la stessa, decorsi i 3 anni, è scaduta senza necessità di disdetta.

IL COMMISSARIO P. MACCHIELLO
Dott. Nicola PIRATE

Art. 23**OBBLIGHI DELL'INTESTATARIO DELL'AUTORIZZAZIONE**

L'installazione degli impianti pubblicitari permanenti deve avvenire, a pena di decadenza entro un anno dalla data dell'autorizzazione, previa corresponsione dell'imposta e/o eventuale canone dovuto.

Entro un anno dalla data del provvedimento di autorizzazione il titolare ha l'obbligo di comunicare all'ufficio competente l'avvenuta installazione dell'impianto pubblicitario allegando una o più foto in formato digitale o stampate per ogni impianto pubblicitario installato.

Il titolare dell'autorizzazione ha l'obbligo di:

- a. Effettuare la dovuta manutenzione, verificando periodicamente il buono stato dell'impianto pubblicitario;
- b. Effettuare tutti gli interventi necessari per il mantenimento delle condizioni di sicurezza;
- c. Adempiere, nei termini prescritti, a tutte le disposizioni impartite dal Comune, sia al momento del rilascio della autorizzazione sia successivamente, a seguito di intervenute e motivate esigenze;
- d. Provvedere alla rimozione di quanto installato in caso di rinuncia, scadenza, decadenza oltreché in caso di revoca dell'autorizzazione a seguito di motivata richiesta da parte del Comune;
- e. Provvedere alla rimozione dei mezzi pubblicitari temporanei in genere compresi quelli autorizzati in occasioni di manifestazioni o spettacoli per il cui svolgimento sono stati autorizzati, entro le 12 ore successive alla data di scadenza indicata nell'autorizzazione, ripristinando il preesistente stato dei luoghi;
- f. Provvedere agli adempimenti derivanti dalla disciplina dell'imposta di cui al Titolo V del presente Regolamento.

Su ogni cartello o mezzo pubblicitario autorizzato dovrà essere saldamente fissata, a cura e spese del titolare dell'autorizzazione, una targhetta stampata, posta in posizione facilmente accessibile, sulla quale sono riportati i seguenti dati:

- a. Comune di Nardò;
- b. soggetto titolare;
- c. numero e data dell'autorizzazione e relativa data di scadenza.

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

Art. 24**ANTICIPATA RIMOZIONE**

Nei casi di rimozione previsti dal precedente articolo, spetta all'interessato provvedere a rimuovere il manufatto pubblicitario, entro la data stabilita dall'Amministrazione, con conseguenti oneri a proprio carico.

In ogni caso la rimozione dovrà riguardare anche gli eventuali sostegni o supporti del messaggio pubblicitario, con ripristino dello stato dei luoghi preesistente.

Art. 25**VOLTURA DELL'AUTORIZZAZIONE**

La voltura dell'autorizzazione avviene mediante semplice comunicazione all'Ufficio Tributi del Comune di Nardò

Art. 26**CESSAZIONE DELL'AUTORIZZAZIONE**

L'autorizzazione può essere revocata prima dei tre anni per i seguenti motivi:

- a. motivi di interesse pubblico incompatibili con la permanenza dell'impianto;
- b. inadempimento degli obblighi da parte del titolare dell'autorizzazione;
- c. mancata pagamento dell'imposta dovuta al Comune;
- d. rinuncia espressa con documentazione dell'avvenuta rimozione dell'impianto e riconsegna del titolo originale.

TITOLO V
PAGAMENTO IMPOSTA COMUNALE

Art. 27**PAGAMENTO IMPOSTA**

Il rilascio dell'autorizzazione è subordinato al pagamento dell'imposta sulla pubblicità comunale ai sensi di cui al capo I del D.Lgs. 507/93 e successive modificazioni ed integrazioni.

E' soggetta al pagamento dell'imposta comunale sulla pubblicità la diffusione di ogni messaggio pubblicitario effettuata, anche senza titolo, in qualsiasi forma visiva o acustica - diversa da quella assoggettata al diritto sulle pubbliche affissioni - in luoghi pubblici o aperti al pubblico, o che sia percepibile da tali luoghi.

Si considerano rilevanti ai fini dell'assoggettamento all'imposta:

- a. i messaggi diffusi nell'esercizio di un'attività economica allo scopo di promuovere la domanda e la diffusione di beni e servizi di qualsiasi natura
- b. i messaggi finalizzati a migliorare l'immagine del soggetto pubblicizzato;
- c. i mezzi e le forme atte ad indicare o individuare il luogo nel quale viene esercitata un'attività.

Art. 28**SOGGETTI TENUTI AL PAGAMENTO DELL'IMPOSTA**

L'imposta di cui all'articolo precedente per l'installazione dei mezzi pubblicitari è dovuto dal titolare del relativo provvedimento di autorizzazione ovvero da colui che utilizza il mezzo pubblicitario, nel caso che l'installazione avvenga senza titolo.

E' obbligato in solido al pagamento dell'imposta colui che produce o vende la merce o fornisce i servizi oggetto della pubblicità.

L'imposta è dovuta anche nell'ipotesi in cui i soggetti di cui ai precedenti commi non usufruiscono in tutto o in parte del mezzo pubblicitario installato.

Art. 29**GESTIONE DELLA PROCEDURA AMMINISTRATIVA**

Il funzionario responsabile di tutta l'attività gestionale ed organizzativa dell'imposta è il Funzionario Responsabile preposto al servizio e di cui all'art. 11 del D.LGS. N.507/93.

La procedura amministrativa di contestazione dell'imposta, a seguito di verbale degli organi di vigilanza o su segnalazioni comunque pervenute all'ufficio, viene gestita direttamente dall'Ufficio Tributi, secondo le modalità e i termini previsti dal presente regolamento e dalle leggi in vigore.

Qualora l'Amministrazione Comunale lo ritenga più conveniente sotto il profilo economico o funzionale, può affidare in concessione totalmente o parzialmente il servizio gestione dell'imposta ad apposita azienda secondo le disposizioni previste in materia dalla normativa vigente.

Art. 30**DETERMINAZIONE DELLE TARIFFE.**

La determinazione delle tariffe per l'applicazione dell'imposta è stabilita sulla scorta delle norme contenute nel D.Lgs. n. 507/93 e successive modificazioni ed integrazioni.

Le tariffe relative alle singole tipologie di pubblicità sono determinate annualmente con provvedimento dell'Organo Comunale competente.

Le tariffe possono essere modificate annualmente entro il termine di approvazione del bilancio di previsione; in mancanza si intendono confermate quelle in vigore.

Art. 31**CLASSIFICAZIONE DEL TERRITORIO COMUNALE AI FINI DELL'APPLICAZIONE DELL'IMPOSTA**

In considerazione della loro ubicazione e della loro importanza, valutati anche in ordine al flusso turistico ed alle manifestazioni pubbliche, all'intensità demografica, agli insediamenti commerciali ed alla densità del traffico pedonale e veicolare, le aree di

IL COMMISSARIO REGIONALE
DOTT. ANTONIO...

circolazione comunali sono classificate, ai fini della graduazione dell'imposta, in due categorie, normale e speciale, salvo che per specifiche tipologie non sia disposto altrimenti. Per quanto riguarda le frazioni, tenuto conto che trattasi di località turistiche, la classificazione di tale territorio viene suddivisa in due periodi: dal 16 giugno al 30 settembre di ogni anno, è considerato categoria speciale; dal 1 ottobre al 15 giugno di ogni anno è considerata categoria normale.

Dette categorie sono individuate nell'allegato 5 del presente Regolamento. Quando il mezzo pubblicitario, che per la sua specifica caratteristica non possa essere frazionato, è installato sul territorio afferente due categorie, si applica il canone di maggiore entità.

Art. 32

MAGGIORAZIONI DELLE TARIFFE.

Le maggiorazioni delle tariffe, a qualunque titolo previste, sono cumulabili e devono essere applicate alle tariffe di base, salvo che per specifiche tipologie non sia disposto altrimenti. La tariffa di base è aumentata del 100% per le installazioni di mezzi pubblicitari luminosi od illuminati. Inoltre nel calcolo dell'imposta dovuta è necessario tenere conto delle maggiorazioni rivenienti dalle diverse classi di superficie. Le stesse sono così determinate:

- maggiorazione del 50% per superficie compresa tra mq. 5,5 e 8,5;
- maggiorazione del 100% per superficie superiore a mq. 8,5;

Art. 33

TARIFFE DI APPLICAZIONE DELL'IMPOSTA SECONDO LE TIPOLOGIE SPECIFICATE NEL REGOLAMENTO PER IL PIANO GENERALE DEGLI IMPIANTI E NEL REGOLAMENTO PER LE INSEGNE.

- Cartello - Gigantografia su parete cieca - Impianto pubblicitario speciale - Impianto su arredo urbano - Stendardo - Gonfalone - Tipologia pubblicitaria non prevista.

Per la pubblicità effettuata mediante cartelli, gigantografie su pareti cieche, impianti pubblicitari speciali, stendardi, gonfaloni, è stabilita una tariffa base per ogni mq alla quale sono applicabili le maggiorazioni di cui agli artt. 32 e 33 del presente Regolamento. La tariffa comporta, quanto a durata del mezzo pubblicitario risultante dall'autorizzazione, suddivisioni a seconda che si tratti di pubblicità permanente o temporanea. Si considera temporanea la pubblicità autorizzata per un periodo non superiore a tre mesi.

La tariffa per la pubblicità temporanea si applica per ogni metro quadrato e per ogni periodo espresso in mese o frazione di mese.

La tariffa per la pubblicità permanente si applica per ciascun metro quadrato e per ogni periodo dal 1° gennaio al 31 dicembre o frazione.

Per la pubblicità effettuata mediante affissioni dirette di manifesti e simili su apposite strutture adibite alla esposizione di tali mezzi, la tariffa si applica in base alla superficie complessiva degli impianti per ogni periodo dal 1° gennaio al 31 dicembre o frazione, indipendentemente dall'utilizzo degli impianti medesimi.

Le disposizioni di questo comma si applicano altresì alla pubblicità effettuata sul territorio, di tipologia non specificatamente prevista nei commi da 1 a 11 del presente articolo.

2. Pubblicità su ponteggio.

Per la pubblicità effettuata mediante teli di cotone o altri mezzi di qualunque materiale costituiti, escluse le tipologie di cui al comma 11 del presente articolo, collocati a copertura di ponteggi, in occasione di cantieri edili e simili, sono istituite due tariffe base per ciascun metro quadrato e per ogni periodo di 30 giorni o frazione.

Alle tariffe base sono applicabili le maggiorazioni di cui all'art. 33 del presente Regolamento, comprese quelle per classi di superficie, con le seguenti modalità:

1. gigantografia artistica

- maggiorazione 50% per superfici oltre 5,5 e fino a 8,5 mq.;
- maggiorazione 100% per superfici oltre 8,5 mq.

2. gigantografia pubblicitaria

- maggiorazione 50% per superfici oltre 5,5 e fino a 8,5 mq.;
- maggiorazione 100% per superfici oltre 8,5 mq.

3. Striscione.

Per la pubblicità effettuata con striscioni od altri mezzi similari attraverso strade o piazze è stabilita una tariffa base per ciascun metro quadrato e per ogni periodo di esposizione di 15 giorni o frazione.

Sono applicabili le maggiorazioni di cui all'art. 32 del presente Regolamento.

4. Fonica.

Per la pubblicità effettuata a mezzo di appositi apparecchi amplificatori e simili, è stabilita una tariffa per ogni giorno o frazione e per ciascuna fonte di diffusione della pubblicità.

Non sono applicabili maggiorazioni.

5. Aeromobile.

Per la pubblicità effettuata da aeromobili mediante scritte, striscioni, disegni fumogeni, e altre forme, è stabilita una tariffa per ogni giorno o frazione, indipendentemente dai soggetti pubblicizzati e dalle dimensioni e quantità del materiale distribuito o esposto. Non sono applicabili maggiorazioni.

6. Pallone frenato.

Per la pubblicità effettuata con palloni frenati e simili è stabilita una tariffa per ogni giorno o frazione.

Non sono applicabili maggiorazioni.

**7. Veicolo in genere, veicolo adibito a trasporto di linea - servizio taxi - bus-
navetta****a. Veicolo in genere.**

Per la pubblicità installata esternamente su veicoli in genere è stabilita una tariffa per ciascun periodo dal 1° gennaio al 31 dicembre o frazione, per ogni mq. Non sono applicabili maggiorazioni.

**b. Veicolo adibito a trasporto di linea - servizio taxi - bus-
navetta.**

Per la pubblicità effettuata per conto proprio o altrui, installata esternamente su veicoli adibiti al trasporto di linea, servizio taxi, bus-
navetta, è stabilita una tariffa per ciascun periodo dal 1° gennaio al 31 dicembre o frazione e per ogni metro quadrato. Non sono applicabili maggiorazioni.

Per i veicoli ad uso pubblico l'imposta è dovuta nei casi in cui la licenza di esercizio sia stata rilasciata dal Comune di Nardò e/o dalla Regione Puglia e riguardi la circolazione sul territorio comunale neretino; per i veicoli adibiti a servizio di linea interurbana l'imposta è dovuta nella misura della metà quando il territorio comunale di Nardò costituisce l'inizio o la fine della corsa.

8. Locandine.

Per la pubblicità effettuata mediante affissione autorizzata dal Servizio Tributi, di locandine, cartoncini, manifesti e simili, è stabilita una tariffa per ogni metro quadrato o frazione per ogni periodo di esposizione di 30 giorni o frazione. Non sono applicabili maggiorazioni.

Tale forma pubblicitaria è autorizzata mediante apposizione del timbro dell'ufficio recante la data di scadenza, previa dichiarazione da compilare da parte del richiedente su apposito stampato fornito dal competente ufficio. Quando l'affissione diretta ha carattere ricorrente e comporta aggiornamenti con più edizioni nel corso dei 30 giorni di validità, l'utente dovrà presentare anticipatamente apposita dichiarazione con allegato l'elenco dettagliato dei locali all'interno dei quali detti mezzi pubblicitari saranno collocati. In questa ipotesi si prescinde dalla timbratura sopraindicata a condizione che l'utente esponga le locandine esclusivamente nelle posizioni ricomprese nell'elenco allegato alla dichiarazione e consegna copia della locandina medesima al servizio affissioni ad ogni aggiornamento.

Per le locandine di superficie inferiore a 300 cmq non si applica il canone e non necessita né la dichiarazione, né il timbro di autorizzazione; in tale caso si applicano le disposizioni di cui al comma 5, dell'art. 35 del presente regolamento.

9. Volantinaggio - persona circolante.

Per la pubblicità effettuata mediante la distribuzione di volantini o di altro materiale pubblicitario, mediante persone circolanti con cartelli od altri mezzi pubblicitari, è stabilita una tariffa per persona e per giorno indipendentemente dal quantitativo e dalle dimensioni del materiale distribuito o esposto. Non sono applicabili maggiorazioni.

10. Proiezione.

Per la pubblicità realizzata in luoghi pubblici od aperti al pubblico attraverso diapositive, proiezioni luminose o cinematografiche effettuate su schermi o pareti riflettenti, indipendentemente dal numero dei messaggi e della superficie adibita alla proiezione, è stabilita una tariffa per ogni giorno o frazione. Non sono applicabili maggiorazioni.

11. Insegna d'esercizio - targa - vetrofania - veicolo di proprietà dell'Impresa.

a) Pubblicità effettuata mediante insegne d'esercizio, targhe, vetrofanie.

Per la pubblicità effettuata mediante insegne, targhe, vetrofanie e simili è stabilita una tariffa base alla quale sono applicabili le maggiorazioni di cui agli art. 32 e 33 del presente Regolamento, comprese quelle per classi di superficie, così determinate:

- maggiorazione 50% per superfici oltre 5,5 e fino a 8,5 mq.;
- maggiorazione 100% per superfici oltre 8,5 mq.

Si considera temporanea la pubblicità autorizzata per un periodo non superiore a 90 giorni.

La tariffa per la pubblicità temporanea si applica per ogni metro quadrato e per ogni periodo espresso in mese o frazione di mese.

La tariffa per la pubblicità permanente si applica per ogni metro quadrato e per ogni periodo dal 1° gennaio al 31 dicembre o frazione.

b) Pubblicità su veicoli di proprietà dell'Impresa.

Per la pubblicità effettuata per conto proprio su veicoli di proprietà dell'impresa o adibiti ai trasporti per suo conto, sono stabilite tariffe per ciascun periodo dal 1° gennaio al 31 dicembre o frazione differenziate secondo le seguenti tipologie:

- autoveicoli con portata superiore a 3.000 kg;
- autoveicoli con portata inferiore a 3.000 kg;
- motoveicoli e veicoli non compresi nelle due categorie precedenti;
- per i veicoli circolanti con rimorchio le tariffe di cui ai punti precedenti sono raddoppiate;

Non sono applicabili maggiorazioni.

Il canone è dovuto quando sul territorio del Comune vi sia la sede dell'impresa o qualsiasi altra sua dipendenza, ovvero, vi siano domiciliati i suoi agenti o mandatari che hanno in dotazione i veicoli.

Art. 34

APPLICAZIONE DELL'IMPOSTA

L'imposta è commisurata, in rapporto alla tariffa, alla superficie della minima figura piana geometrica in cui è circoscritto il mezzo pubblicitario, indipendentemente dal numero dei messaggi in esso contenuti.

Le superfici inferiori ad un metro quadrato si arrotondano per eccesso al metro quadrato, e le frazioni di esso, oltre il primo, a mezzo metro quadrato.

In caso di più installazioni, anche aventi la medesima natura, concesse con separati atti amministrativi, l'imposta si applica avendo riguardo ad ogni singola installazione.

Per i mezzi polifacciali, l'imposta è calcolata in base alla superficie complessiva adibita alla pubblicità.

Per i mezzi pubblicitari aventi dimensioni volumetriche, l'imposta è calcolata in base alla superficie complessiva risultante dallo sviluppo del minimo solido geometrico in cui può essere circoscritto il mezzo stesso.

I festoni di bandierine e simili, nonché i mezzi di identico contenuto ovvero riferibili al medesimo soggetto obbligato, collocati in connessione tra loro, si considerano, agli effetti del calcolo della superficie assoggettabile all'imposta, come unico mezzo pubblicitario. Non è assoggettabile all'imposta l'installazione di mezzi pubblicitari di superficie inferiore a 300 centimetri quadrati.

Per le tipologie pubblicitarie di cui ai commi 4, 5, 6, 9, 10, 11b) dell'articolo precedente in luogo del criterio della superficie si applicano i criteri rispettivamente previsti per ciascuna tipologia.

Art. 35

ESCLUSIONI

E' esclusa dall'imposta:

- a. la pubblicità editoriale, quella radiotelevisiva, e quella effettuata con altri mezzi telematici, purché non effettuata con mezzi collocati all'esterno con modalità che possano incidere sull'arredo urbano o sull'ambiente;
- b. la pubblicità effettuata su veicoli ferroviari.

Art. 36

ESENZIONI

Sono esenti dall'imposta:

- a. i mezzi pubblicitari realizzati per propri fini istituzionali e relativi ad iniziative svolte in via esclusiva dallo Stato, dalla Regione Puglia, dalla Provincia di Lecce, dal Comune di Nardo' nonché quelle effettuate da enti religiosi ammessi dallo Stato per l'esercizio del culto. La presenza di eventuali sponsor o altre diciture o logotipi a carattere commerciale, all'interno del mezzo pubblicitario, mantiene l'esenzione a condizione che la superficie utilizzata a tale scopo sia inferiore al 10% del totale con un limite massimo di 1 mq;
- b. i mezzi pubblicitari comunque realizzati all'interno dei locali adibiti alla vendita di beni o alla prestazione di servizi quando si riferiscono all'attività negli stessi esercitata;
- c. i mezzi pubblicitari, ad eccezione delle insegne, esposti nelle vetrine e sulle porte di ingresso dei locali di cui al punto b), 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;
- d. gli avvisi al pubblico esposti nelle vetrine o sulle porte di ingresso dei locali, o in mancanza di queste, nelle immediate adiacenze del punto vendita, relative all'attività svolta che non superino, nel loro insieme, la superficie complessiva di mezzo metro quadrato;
- e. gli avvisi al pubblico riguardanti la localizzazione e l'utilizzazione dei servizi di pubblica utilità, di superficie complessivamente non superiore a mezzo metro quadrato;
- f. gli avvisi al pubblico, riguardanti la locazione o la compravendita degli immobili sui quali sono affissi, di superficie non superiore a un quarto di metro quadrato;
- g. i mezzi pubblicitari comunque realizzati all'interno, sulle facciate esterne o sulle recinzioni dei locali di pubblico spettacolo qualora si riferiscano alle rappresentazioni in programmazione nel locale medesimo;
- h. i mezzi pubblicitari, escluse le insegne, relativi ai giornali ed alle pubblicazioni periodiche, se esposti sulle sole facciate esterne delle edicole o nelle vetrine o sulle porte di ingresso dei negozi ove si effettua la vendita;
- i. i mezzi pubblicitari esposti all'interno delle stazioni dei servizi di trasporto pubblico di ogni genere inerenti l'attività esercitata dall'impresa di trasporto;
- j. le insegne, le targhe e simili apposte per l'individuazione delle sedi di comitati, associazioni, fondazioni, onlus, ed ogni altro ente che non persegua scopo di lucro, limitatamente ad un mezzo pubblicitario per ogni sede. Quando i mezzi sono più di uno l'esenzione è concessa per quello che comporta il pagamento del canone più basso;

- k. le insegne, le targhe e simili la cui esposizione sia obbligatoria per disposizioni di legge o di regolamento, sempre che la superficie del mezzo usato, qualora non espressamente stabilita, non superi il mezzo metro quadrato di superficie;
- l. l'indicazione del marchio, della ragione sociale e dell'indirizzo e del numero telefonico dell'impresa sui veicoli di sua proprietà o adibiti ai trasporti per suo conto, purché sia apposta non più di due volte e ciascuna iscrizione non sia superiore a mezzo metro quadrato;
- m. l'indicazione della ragione sociale e del marchio sui veicoli adibiti al trasporto pubblico di linea.
- n. la pubblicità inerente la donazione del sangue e degli organi.

Art. 37

RIDUZIONI E AGEVOLAZIONI

Riduzioni

Per quanto riguarda eventuali riduzioni ed agevolazioni, si fa esplicito riferimento al regolamento esistente ed approvato con deliberazione di C.C. N. 105 DEL 21/12/98. Tuttavia, le riduzioni dell'imposta, a qualunque titolo previste, non sono cumulabili e si applicano alla tariffa finale di ciascuna tipologia pubblicitaria.

Qualora più di una delle riduzioni previste nel presente articolo siano riconducibili alla stessa fattispecie, si applica quella di maggiore entità;

La tariffa finale dei mezzi pubblicitari di cui ai commi 1, 2 ed 11 a) dell'art. 34, del presente Regolamento è ridotta del 35% per i mezzi pubblicitari installati su beni di proprietà di soggetti privati. Per le tipologie di cui al comma 2, art. 34, del presente Regolamento, si fa riferimento alla titolarità dell'immobile oggetto di intervento;

La tariffa finale è ridotta del 50% per la pubblicità effettuata da comitati, associazioni, fondazioni, onlus, ed ogni altro ente che non abbia scopo di lucro;

La tariffa finale è ridotta del 50% per la pubblicità relativa a manifestazioni politiche, sindacali e di categoria, culturali, sportive, filantropiche e religiose, da chiunque realizzate, con il patrocinio o la partecipazione del Comune di Nardò, della Provincia di Lecce, della Regione Puglia;

La tariffa finale è ridotta del 50% per la pubblicità relativa a festeggiamenti patriottici, religiosi, a spettacoli viaggianti e di beneficenza;

La presenza di eventuali sponsor o altre diciture o logotipi a carattere commerciale, relative alle fattispecie previste nei commi 4, 5 e 6 del presente articolo all'interno del mezzo pubblicitario, mantiene la riduzione a condizione che la superficie utilizzata a tale scopo sia inferiore al 10% del totale con un limite massimo di 1 mq.

Agevolazioni

I titolari di esercizi commerciali o artigianali ubicati in piazze, strade, od altre aree di circolazione, nonché in aree mercatali anche coperte che insistono su suolo pubblico, precluse al traffico veicolare o pedonale a causa dell'esecuzione di lavori pubblici di durata superiore a sei mesi, possono beneficiare di una agevolazione sull'imposta annuale dovuta per l'installazione dei mezzi pubblicitari.

L'agevolazione consiste in una riduzione pari al 50% dell'importo dell'imposta annuale dovuta per pubblicità permanente.

Nell'eventualità che il periodo di interruzione interessi due distinte annualità l'anno da considerare per l'agevolazione sarà quello nel quale l'interruzione avrà temporalmente la durata maggiore.

L'agevolazione è applicabile limitatamente ai luoghi ove i lavori sono stati effettivamente eseguiti.

I titolari interessati potranno avvalersi dell'agevolazione di cui al presente articolo previa presentazione di apposita domanda all'ufficio Tributi del Comune di Nardò volta ad ottenere il beneficio con una delle seguenti modalità:

- a. rimborso, senza interessi, dell'imposta, a condizione che sia già stato interamente versato;
- b. riduzione dell'imposta dovuta e non ancora versata, a condizione che il termine di pagamento non sia scaduto ed a condizione che l'annualità per la quale spetta l'agevolazione sia coincidente con quella sulla quale viene operata la riduzione.

La produzione della domanda è condizione indispensabile per poter fruire dell'agevolazione.

L'ufficio Tributi consentirà l'agevolazione previa comunicazione del Settore LL.PP. relativamente all'esatta indicazione delle strade o aree ove i lavori sono effettuati, natura pubblica degli stessi, loro effettiva o prevedibile durata nell'eventualità che gli stessi non siano ancora terminati.

Art. 38

MODALITÀ E TERMINI DI PAGAMENTO DELL'IMPOSTA COMUNALE SULLA PUBBLICITÀ

1. Le installazioni dei mezzi pubblicitari effettuate a seguito di autorizzazioni sono assoggettate all'imposta comunale sulla pubblicità e costituiscono una obbligazione autonoma riferita ad ogni periodo dal 1° gennaio al 31 dicembre.
2. Il pagamento dell'imposta relativa alla prima annualità deve essere eseguito in unica soluzione anticipata al momento del ritiro dell'autorizzazione, la cui validità è condizionata alla dimostrazione dell'avvenuto pagamento;
3. In caso di sostituzione di mezzi pubblicitari preesistenti si procederà al conguaglio fra l'imposta dovuta in seguito alla nuova autorizzazione e quella già corrisposta per lo stesso periodo.
4. Per le annualità successive a quella del rilascio dell'autorizzazione il pagamento dell'imposta deve essere effettuato entro il 30 aprile di ciascun anno. Qualora, in corso di validità dell'autorizzazione, l'intestatario della medesima intenda rinunciare alla pubblicità, deve presentare apposita denuncia di cessazione all'ufficio comunale che a suo tempo ha rilasciato l'autorizzazione medesima, entro il 31 gennaio di ciascun anno di riferimento.
5. Le nuove autorizzazioni per mezzi pubblicitari già installati rilasciate a seguito di successione ereditaria o modifica della ragione sociale della stessa ditta intestataria, non dà luogo a nuovo assoggettamento all'imposta;
6. Non si dà luogo a rimborso per le installazioni di mezzi pubblicitari non utilizzati totalmente o parzialmente, anche nel caso di revoca dell'autorizzazione da parte del comune;
7. Si dà luogo al rimborso del canone eventualmente versato solo nel caso in cui il titolare dell'atto di autorizzazione, prima di procedere all'installazione dei mezzi pubblicitari, rinuncia all'autorizzazione con apposita motivata comunicazione scritta diretta all'ufficio comunale che a suo tempo ha rilasciato il provvedimento;
8. Il pagamento dell'imposta deve essere effettuato mediante versamento sull'apposito conto corrente postale intestato al Comune con arrotondamento alle mille lire per difetto se la frazione non è superiore a lire cinquecento o per eccesso se è superiore. In alternativa è ammesso il versamento diretto alla Tesoreria Comunale. I pagamenti effettuati con mezzi elettronici sono ritenuti validi purché effettuati presso sportelli abilitati a riceverli.
9. Il modulo di versamento dovrà contenere cognome e nome o denominazione residenza o sede e codice fiscale del titolare dell'autorizzazione nonché gli estremi del provvedimento cui il versamento si riferisce. In caso di versamenti cumulativi riferiti allo stesso titolare, l'attestazione di pagamento dovrà essere accompagnata da apposita distinta riepilogativa.
10. L'imposta deve essere corrisposta in unica soluzione. Qualora l'importo dell'imposta sia superiore a L. 3 milioni, il pagamento può essere effettuato, per gli anni successivi alla prima annualità, in tre rate di pari importo, senza applicazione di interessi, entro le scadenze del 30 aprile, 31 luglio e 31 ottobre dell'anno di riferimento.
Nel caso in cui la scadenza del termine di pagamento coincida con un giorno festivo, il pagamento medesimo può essere validamente effettuato entro il primo giorno feriale successivo.

Art. 39

MODALITÀ E TERMINI DI PAGAMENTO PER MEZZI PUBBLICITARI TEMPORANEI

Per le installazioni autorizzate per un periodo non superiore a 90 giorni, il pagamento dell'imposta deve essere effettuato all'atto del rilascio dell'autorizzazione, in unica soluzione anticipata e per tutto il periodo dell'installazione. Non è ammesso il pagamento in forma rateale.

Le tariffe per mezzi pubblicitari autorizzati per una durata temporanea sono calcolate secondo i seguenti parametri:

- a. durata fino a 30 giorni: tariffa pari a 1/10 di quella annua;
- b. durata fra 31 e 60 giorni: tariffa pari a 2/10 di quella annua;
- c. durata fra 61 e 90 giorni: tariffa pari a 3/10 di quella annua;
- d. durata oltre 90 giorni: tariffa annua.

**TITOLO VI
PENALITA' E SANZIONI**

Art. 40

MEZZI PUBBLICITARI ABUSIVI O REALIZZATI IN DIFFORMITÀ DALLA AUTORIZZAZIONE.

Sono considerate abusive tutte le forme di pubblicità poste in opera senza la prescritta preventiva autorizzazione.

E' considerata altresì abusiva ogni variazione non autorizzata negli impianti.

Sono considerate difformi, tutte le forme di pubblicità poste in opera in modo difforme dalle condizioni e caratteristiche dell'autorizzazione, sia per la forma, per contenuto, dimensioni, colori, sistemazione e ubicazione del mezzo pubblicitario.

Art. 41

PENALITA', SANZIONI, INTERESSI, COPERTURA IMMEDIATA E RIMOZIONE, DECORRENZA DELLA PUBBLICITA' ABUSIVA.

1. Per omesso, parziale o tardivo versamento dell'imposta si applica una penalità pari al 30% dell'imposta dovuta o della maggiore imposta dovuta o dell'imposta tardivamente versata. Sull'ammontare dell'imposta dovuta e non pagata alle regolari scadenze, saranno applicati gli interessi legali da computarsi a giorno.

2. Le penalità per ritardato versamento dell'imposta e gli interessi legali maturati dalla data di scadenza a quella del pagamento possono essere applicate direttamente mediante iscrizione a ruolo coattivo.

3. Per le installazioni abusive di cui al precedente articolo, commi 1 e 2, si applica una sanzione amministrativa pecuniaria pari al 100% dell'imposta dovuta.

4. Per le installazioni difformi di cui al precedente articolo comma 3, si applica una sanzione amministrativa pecuniaria pari al 100% dell'imposta dovuta.

Resta ferma l'applicazione delle sanzioni di cui all'art. 23 del D.Lgs. 30.04.1992, n. 285, ovvero se non comminabili, di quelle stabilite dall'art. 24, comma 2, del D.Lgs. 15.11.1993, n. 507.

5. Il Comune, per i mezzi pubblicitari privi della prescritta autorizzazione o installati in difformità della stessa o per i quali non sia stato effettuato il pagamento della relativa imposta, può disporre la copertura della pubblicità effettuata in modo che sia privata di efficacia, con invito ai responsabili di provvedere direttamente entro 3 giorni dalla notifica dell'atto. Decorso il predetto termine il Comune provvede d'ufficio. Tale copertura potrà essere effettuata con le modalità ritenute più congrue ed opportune e delle operazioni compiute verrà redatto apposito processo verbale. L'impianto sarà privo di efficacia pubblicitaria fino a quando i responsabili della violazione non provvederanno a ripristinare lo status quo ante ovvero a ripristinare la pubblicità in modo conforme.

6. Indipendentemente dalla copertura, nei casi in cui gli impianti suddetti siano installati in difformità dal Piano Generale degli Impianti o in caso di pericolo per la sicurezza della circolazione stradale, il Comune provvede alla rimozione e alla custodia dell'impianto, previa diffida all'installatore e/o a colui che dispone materialmente o giuridicamente del mezzo pubblicitario, a provvedere direttamente e a proprie spese.

Sia in caso di copertura del messaggio che di rimozione di mezzi pubblicitari effettuate d'ufficio, le spese sostenute dall'Amministrazione sono poste a carico dei soggetti responsabili della violazione, procedendo alla notifica di apposito avviso per il recupero delle predette somme, comprese quelle di deposito del mezzo pubblicitario rimosso sia in caso di deposito presso terzi, sia in caso di custodia presso i locali dell'Amministrazione. L'impianto pubblicitario rimosso in deposito può essere riconsegnato solo previo pagamento dell'intero debito.

Trascorso il termine di centottanta giorni dalla rimozione, senza che vi sia richiesta di restituzione e pagamento dell'intero debito, il Comune procede alla distruzione dell'impianto. Le spese per la distruzione sono a totale ed esclusivo carico dei responsabili. La pubblicità effettuata senza la prescritta autorizzazione si presume effettuata in ogni caso con decorrenza dal primo gennaio dell'anno in cui è stata accertata, per le tipologie previste ai commi 1, 7, 11 lett. a) e lett. b), dell'art. 34 del presente regolamento. Si presume effettuata in ogni caso con decorrenza dal primo giorno del mese in cui è stata accertata, per le tipologie previste ai commi 2 lett. a) e lett. b), 3, 4, 5, 6, 8, 9, 10 del medesimo art. 34.

Quanto previsto dai precedenti commi del presente articolo vale ai soli fini dell'applicazione dell'imposta; il pagamento della sanzione non può essere invocato od inteso in alcun caso quale sanatoria parziale o totale

dell'abuso ovvero dell'illecito commesso, poiché non corregge le irregolarità dell'installazione.

Art. 42

DEFINIZIONE AGEVOLATA DELLE SANZIONI

La sanzione per omesso o parziale o tardivo versamento dell'imposta può essere ridotta, sempre che non sia già stata contestata e comunque non siano iniziati accessi, ispezioni, verifiche o altre attività amministrative di accertamento da parte degli agenti preposti al controllo o da parte del Servizio Tributi del Comune e delle quali il soggetto tenuto al pagamento abbia avuto formale conoscenza:

- a. al 4% (comprensivo di interessi) nei casi di omesso, parziale, tardivo versamento dell'imposta o di una parte di essa, se il versamento viene eseguito entro 30 giorni dalla data di scadenza prevista;
- b. all'8% (comprensivo di interessi) nei casi di omesso, parziale, tardivo versamento dell'imposta o di una parte di essa, se il versamento viene eseguito oltre 30 giorni, e comunque non oltre un anno, dalla data di scadenza.

Il versamento della sanzione ridotta deve essere eseguito contestualmente alla regolarizzazione del versamento dell'imposta dovuta.

Art. 43

DIFFIDA AD ADEMPIERE ED ATTIVITÀ DI CONTROLLO

1. Il Servizio Tributi effettua le opportune verifiche sui versamenti e nel caso di omesso, tardivo o parziale pagamento dell'imposta, notifica al titolare del provvedimento oppure trasmette a mezzo di raccomandata con ricevuta di ritorno, apposita diffida ad adempiere, assegnando il termine di 30 giorni per provvedere al versamento di quanto dovuto a titolo di imposta, penalità ed interessi. Identica procedura viene seguita per comminare le sanzioni amministrative stabilite all'art. 42 per quanto riguarda le installazioni abusive di mezzi pubblicitari.
2. Decorso infruttuosamente il termine di cui al precedente comma, si procederà alla riscossione coattiva con le modalità di cui al successivo art. 45.
3. Ai sensi dell'art. 2948, comma 1, n. 4) del Codice Civile il termine di prescrizione per gli adempimenti di cui al comma 1 è fissato in cinque anni.
4. Per le installazioni abusive, il verbale di contestazione redatto da competente pubblico ufficiale costituisce titolo per i provvedimenti di cui ai commi 1 e 2.
5. I controlli sulla pubblicità, sulle insegne di esercizio e sulle affissioni, sull'assolvimento dei relativi obblighi derivanti dall'imposta per l'installazione dei mezzi pubblicitari e dal diritto sulle pubbliche affissioni, sono svolti dai soggetti di cui all'art. 12 del decreto legislativo 285/92. E' altresì conferita al personale del Servizio Tributi del Comune di Nardò la potestà di effettuare sopralluoghi o accessi ed eseguire accertamenti tecnici e non, richiedendo anche l'esibizione delle autorizzazioni per l'installazione dei mezzi pubblicitari e i bollettini di versamento della relativa imposta, previa esibizione dell'apposito tesserino di identificazione. Il verbale di accertamento redatto dai suddetti funzionari costituisce titolo per l'azione di cui al comma 1 del presente articolo. Nell'esercizio di tali funzioni ispettive, al personale sopra indicato, sono attribuite le stesse qualifiche e prerogative della Polizia Municipale.

Art. 44

RISCOSSIONE COATTIVA

La riscossione coattiva dell'imposta è effettuata a mezzo del concessionario della riscossione di cui al D.P.R. 28 gennaio 1988, n. 43 con la procedura di cui al D.P.R. 29 settembre 1973, n. 602 e successive modifiche ed integrazioni;

Sull'ammontare dell'imposta sono dovuti gli interessi legali nelle forme e nei modi previsti dalla normativa vigente;

Le spese di notifica sostenute per l'espletamento della procedura coattiva vengono addebitate all'utente e sono recuperate con il procedimento di cui al comma 1 del presente articolo.

Con le medesime modalità sono recuperate le spese sostenute dal Comune per la messa in pristino dell'area ovvero per la copertura della pubblicità, la rimozione di manufatti o materiali nei casi di installazioni abusive o di inottemperanza alle disposizioni previste dall'atto autorizzatorio.

In caso di esito negativo ovvero in caso di mancata istanza di adeguamento, l'Amministrazione indicherà all'interessato la data entro cui l'impianto dovrà essere rimosso. Tale data non potrà comunque superare il 31/12/2003.
Il presente articolo si applica a tutti i provvedimenti di concessione e autorizzazione per l'installazione di impianti pubblicitari su suolo pubblico e privato.

Art. 50

CONCESSIONE IMPIANTI PUBBLICITARI

L'amministrazione comunale potrà dare in concessione a terzi in possesso dei requisiti specifici (iscrizione alla C.C.I.A.A. per la gestione di impianti pubblicitari; - titolare di agenzia pubblicitaria con esercizio da almeno tre anni -) gli impianti di cui alla lettera F dell'art. 2 del presente Regolamento (impianto su arredo urbano).

Art. 51

DECADENZE DI CONCESSIONI SU SUOLO PUBBLICO

Tutte le eventuali precedenti concessioni per impianti pubblicitari rilasciate su suolo pubblico non potranno essere rinnovabili alla data di scadenza indicata nel provvedimento e decadono automaticamente.

I suddetti impianti pertanto, se non rimossi, sono soggetti alle disposizioni di cui all'art. 41 e seguenti, del presente Regolamento.

Art. 52

INSEGNE

Le insegne, la cui installazione è stata regolamentata con apposito e separato atto, sono soggette alla disciplina di cui ai Titoli V E VI del presente Regolamento

Art. 53

NORME ABROGATE E NORME DI RINVIO.

Con l'entrata in vigore del presente Regolamento, è abrogato quello precedente relativo all'applicazione dell'imposta sulla pubblicità, adottato con deliberazione del commissario Prefettizio n. 717 del 16/06/1994

Per tutto quanto non espressamente previsto nel presente Regolamento si rinvia alle seguenti norme:

1. D.Lgs. 30.04.1992 n. 285 Nuovo Codice della Strada e successive modificazioni ed integrazioni;
2. *D.P.R. 16.12.1992 n. 495 Regolamento di attuazione del Nuovo Codice della Strada e successive modificazioni ed integrazioni.; Per quanto non espressamente previsto nel presente articolo si rimanda ai contenuti degli art. 49, 50 e 55 del decreto legge 16.12.1992 n. 495 "Regolamento di esecuzione e attuazione del nuovo Codice della Strada" e successive modificazioni ed integrazioni.*
3. D.Lgs. 15.11.1993 n. 507 Revisione ed armonizzazione dell'imposta comunale sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni e successive modificazioni ed integrazioni
4. D.Lgs. 15.12.1997 n. 446 Istituzione dell'imposta regionale sulle attività produttive, revisione degli scaglioni, delle aliquote e delle detrazioni dell'Irpef e istituzione di una addizionale regionale a tale imposta, nonché riordino della disciplina dei tributi locali e successive modificazioni ed integrazioni

Con l'entrata in vigore del presente regolamento sono abrogate tutte le norme regolamentari con esso contrastanti

Art. 54

COMPOSIZIONE PRESENTE ATTO

Il Regolamento è costituito da 54 articolo, compreso il presente.

Per tutto quanto non espressamente contemplato nel presente Regolamento si applicano le disposizioni del D.Lgs. 507/93 e successive modificazioni e integrazioni, nonché le altre norme di legge e di regolamento applicabili alla materia.

ALLEGATO 1

REQUISITI TECNICO-PRESTAZIONALI DEGLI IMPIANTI PUBBLICITARI

RESISTENZA E STABILITA' MECCANICA: capacità degli impianti pubblicitari di resistere ai sovraccarichi, agli urti, alle percussioni, alle vibrazioni, ed in generale ai fenomeni dinamici, in tutte le prevedibili condizioni di esercizio, nel rispetto del coefficiente di sicurezza, senza deformazioni incompatibili; e ciò sia per le singole parti, sia per la struttura nel suo insieme.

Rispetto di tutta la specifica normativa vigente in materia di progettazione, esecuzione e collaudo delle strutture, per il tipo di struttura ed i materiali utilizzati.

RESISTENZA E REAZIONE AL FUOCO: caratteristica dei materiali e degli elementi che costituiscono gli impianti pubblicitari, di resistere al fuoco per un tempo determinato senza subire deformazioni incompatibili con la loro fruizione, e di non aggravare il rischio di incendio con la loro infiammabilità.

Rispetto delle prescrizioni tecniche e procedurali vigenti in materia.

SICUREZZA DALLE CADUTE E DAGLI URTI ACCIDENTALI: caratteristica dell'impianto pubblicitario di non presentare ostacoli che possano comportare il rischio di urti accidentali.

SICUREZZA ELETTRICA ED EQUIPOTENZIALE: la caratteristica degli impianti elettrici di essere concepiti e realizzati in modo tale da garantire agli utenti il massimo grado di sicurezza per il rischio elettrico e per quello delle scariche accidentali.

Impianti elettrici conformi alle norme CEI per la sicurezza elettrica ed equipotenziale. Conformità alle disposizioni della legge n. 46/1990, del dpr n. 447/1991 e successive modifiche e integrazioni, per la realizzazione degli impianti e l'impiego dei materiali secondo la regola dell'arte.

CONTROLLO DELL'ABBAGLIAMENTO: condizione che le sorgenti luminose ove previste, comunque e dovunque collocate ed in qualsiasi campo visivo possibile, non producano per gli utenti una sensazione di fastidio a causa dell'abbagliamento ed in particolare non producano abbagliamento agli automobilisti.

Rispetto della normativa specifica; Norme CEI; Istruzioni E.N.E.L.; Raccomandazioni Federelettrica.

CONTROLLO DELLA TEMPERATURA SUPERFICIALE: condizione che le superfici con cui l'utente dell'impianto pubblicitario può normalmente 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 la temperatura: $t < 60^{\circ}\text{C}$.

RESISTENZA AGLI AGENTI FISICI, CHIMICI E BIOLOGICI: la durevolezza è l'attitudine dei singoli materiali ed elementi, che compongono l'impianto pubblicitario, a 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.

Materiali ed elementi devono conservare inalterate le proprie caratteristiche sotto l'azione degli agenti fisici normalmente operanti e prevedibili nell'ambiente in cui si trovano. Particolare attenzione va riservata alla prestazione di non gelività dei materiali. Per i singoli materiali le prestazioni richieste sono conformi alle norme: UNI 8942/1; UNI 8942/2; UNI 8942/3; UNI 8942/4; UNI En 202; . Il requisito deve essere soddisfatto sotto l'azione degli agenti chimici e biologici presenti normalmente nell'ambiente (aria, acqua, ecc.), nonché sotto l'azione degli usuali prodotti per la pulizia delle superfici. Gli elementi non devono presentare porosità o cavità superficiali che non siano facilmente pulibili o ispezionabili evitando il ristagno di acqua e l'accumulo di sporco o di residui di vario genere.

RESISTENZA AGLI ATTI DI VANDALISMO: la caratteristica dei singoli elementi e del loro sistema d'insieme (impianto pubblicitario) di 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 materiche, 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.

AFFIDABILITA': l'affidabilità è l'attitudine dell'impianto pubblicitario a garantire nel tempo la continuità del funzionamento dei diversi componenti e delle loro reciproche interrelazioni.

Il minimo livello di affidabilità richiesto all'intero sistema deve essere almeno raggiunto da ogni singolo componente. Tutti gli elementi componenti l'impianto debbono garantire il livello di affidabilità inizialmente dichiarato dal tecnico asseverante.

CONTROLLABILITA' E ISPEZIONABILITA': l'attitudine a consentire in modo sicuro ed agevole controlli ed ispezioni sullo stato dei materiali e dei componenti, per facilitare i necessari interventi di manutenzione, sia occasionale che programmata.

Gli elementi ed i loro sistemi d'insieme costituenti gli impianti pubblicitari, 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.

Il manufatto pubblicitario ed ogni suo componente deve possedere l'attitudine a non sporcarsi troppo facilmente sotto l'azione di sostanze imbrattanti di uso corrente e di permettere una facile operazione di pulizia senza deterioramenti permanenti (pulibilità); deve possedere l'attitudine a consentire in modo agevole, nel caso di guasti, il ripristino dell'integrità, della funzionalità e dell'efficienza di elementi e sistemi costituenti l'impianto pubblicitario, o di parti di essi (riparabilità e integrabilità); infine deve possedere l'attitudine a consentire in modo agevole, in caso di guasto grave o di obsolescenza funzionale e/o tecnologica, la sostituzione di elementi tecnici costitutivi o di parti di essi. E' l'attitudine dei materiali e degli elementi tecnici, in seguito alla loro rimozione o demolizione, di poter essere convenientemente riutilizzati o riciclati, anche con finalità di salvaguardia ecologica e di risparmio energetico (sostituibilità e recuperabilità).

Per i manufatti pubblicitari di maggiore importanza è necessario che il progetto sia integrato dal "manuale di manutenzione" che preveda le modalità dei controlli, delle ispezioni e di ogni altra operazione necessaria a garantire la presenza contemporanea di ogni attitudine descritta nel presente punto.

ALLEGATO 2 DISTANZE

Tipologie Impianti	Margine carreggiata		Altri impianti		Segnali stradali di pericolo e prescrizioni		Curve - Gallerie - Cunette e Dossi		Edifici - Recinzioni		Edifici (P.R.G.): classi di intervento 0,1,2-ant. al 1942 ricadenti nelle zone agricole (sott. E1-E2)	
	parall.	perpend.	parall.	perpend.	parall.	perpend.	parall.	perpend.	parall.	perpend.	parall.	perpend.
A Cartello												
A,1 formato fino a 12 mq.	2		20	25	15	30	10	30	6	2	30	
A,2 formato tra 16 e 18 mq.	2	3	30	50	15	30	10	30	8	3	30	
B Impianto per Affissioni												
B1 VETRINA 70x100	-		-		-		-		-		-	
B2 STENDARDO												
B2,1 formato piccolo (100x140, 140x100)	0,5		20 (1)	30	15	30	10	30	3 (2)	2	20	
B2,2 formato medio (140x200, 200x140)	0,5		20 (1)	30	15	30	10	30	3 (2)	2	20	
B2,3 formato grande (280x200)	2		20	30	15	30	10	30	6	2	30	
B3 POSTER (600x300)	2		10	50	2/3 L (3)	30	10	30	8 (2)	3	30	
B4 TABELLA A MURO												
B4.1 formato piccolo (100x140, 140x100)	-	n.a.	10 (1)	n.a.	2/3 L (3)	n.a.	10	30	-	n.a.	20	n.a.
B4.2 formato medio (140x200, 200x140, 280x200)	-	n.a.	10 (1)	n.a.	2/3 L (3)	n.a.	10	30	-	n.a.	20	n.a.

B4.3	formato grande (400x280)	-	n.a.	10	n.a.	2/3 L (3)	n.a.	10	30	-	n.a.	30	n.a.
C	Opere di part. pregio artist.												
C1	IMP. PUBBL. SU PARETI CIECHE												
C1,1	trompe d'oeil	-		-		-		-		-		-	
C1,2	Gigantografia pubbl.	-		-		-		-		-		-	
C2	GIGANTOGRAFIA SU PONTEGGI												
C2,1	artistica	-		-		-		-		-		-	
C2,2	pubblicitaria	-		-		-		-		-		-	
D	Impianto speciale												
D	impianto speciale	2	3	50		15	30	10	30	-		30	
E	Striscione e standardo												
E1	striscione	-	-	n.a.	10/50 (4)	50	50	10	30	-	-	30	
E2	standardo												
F	Gonfalone												
F	gonfalone	0,5		25		30		10	30	3	2	30	
G	Impianto su arredo urbano												
G1	supporto informativo												
G1,1	inferiore a 3mq.	1	0,5	20	30	15	30	10	30	3	2	20	
G1,2	compreso tra 3 e 6mq.	1	0,5	20	30	15	30	10	30	3	2	30	
G1,3	trifacciale	0,5		30		30		20		3		30	
G2	totem	2		30		3		20		3		20	
G3	pensilina autobus	1		30		30		20		2		20	
G4	palina di fermata	0,5		20		30		20		2		20	
G5	bagno autopulente	2		30		3		20		3		30	
G6	orologio	0,5		30		20		20		2		20	
G7	contenitore per raccolta differenziata	0,5		30		20		20		3		30	

A. Campese
 11/11/2011

G8	segnaparcheggio (5)	0,5		20		20		20		2		20	
G9	parapedonali (6)	0,25		20		-		-		2		30	

- (1) Si considera impianto pubblicitario anche la serie di n. 2 impianti consequenziali posti ad una distanza compresa tra 2 e 4 mt.
- (2) In alternativa sono ammessi in aderenza, per tutta la loro superficie, a fabbricati o recinzioni
- (3) Per "L" si intende la lunghezza dell'impianto
- (4) Distanza di mt 10 da altra tipologia di impianto e di mt 50 da impianto della stessa tipologia
- (5) Fino ad un massimo di n. 2 segnaparcheggi per ogni 1000 mq di superficie con un minimo di n. 2 segnaparcheggi ogni area
- (6) Solo paralleli all'asse stradale

ALLEGATO 3 (INDICAZIONI DI MASSIMA)

NUOVI AMBITI DI INTERVENTO PREFERIBILMENTE CON CARTELLONISTICA

ALLEGATO 3		
PROPOSTE PER L'INSTALLAZIONE DI IMPIANTI PER LA PUBBLICITA'		
VIA DUE GIUGNO	N°5CARTELLI MONOFACCIALE FORMATO 2 X1,50	15
PIAZZA CADUTI VIA FANI	N° 3 CARTELLI BIFACCIALE FORMATO 2 X1,50	18
CAMPO SPORTIVO PROLUNG.VIA ARDIGÒ	N° 2 CARTELLI MONOFACCIALE 2 X1,50	6
CAMPO SPORTIVO PROLUNG.VIA ARDIGÒ	N° 1 CARTELLO BIFACCIALE 2 X 1,50	3
VIA INCORONATA	N° 3 CARTELLI BIFACCIALE FORMATO 2 X1,50	18
VIA XXV LUGLIO (CAMPETTI)	N° 10 STRISCIONI FORMATO 70 X 4,00/6,00	30
VIA XXV LUGLIO MARCIAPIEDE ALTEZZA OSPEDALE	N°5 CARTELLI MONOFACCIALE FORMATO 2 X 1,50	15
VIA BONFANTE ALTEZZA IST.PROFESS.	N° 2 E/O 3 CARTELLI MONOFACCIALE FORMATO 2 X1,50	18
INTORNO AL CAMPO SPORTIVO	N: 10CARTELLI MONOFACCIALE FORMATO 2 X 1,50	30
INTORNO PARCO RAHO	N: 10CARTELLI MONOFACCIALE FORMATO 2 X 1,50	30
VIA LEVERANO	N° 5 CAPTELLI BIFACCIALE FORMATO 2 X1,50	30
VIA AVETRANA	N° 5 CARTELLI BIFACCIALE FORMATO 2 X1,50	30
SANTA MARIA AL BAGNO ZONA 4 COLONNE	N° 5 CARTELLI BIFACCIALE FORMATO 2 X1,50	30
BENZINA SANTA MARIA AL BAGNO	N° 5 CARTELLI BIFACCIALE FORMATO 2 X1,50	30
CANALONE SANTA CATERINA	N: 5 CARTELLI MONOFACCIALE FORMATO 2 X 1,50	15
SANT' ISIDORO	N° 7 CARTELLI BIFACCIALE FORMATO 2 X1,50	42
CENATE/POSTO DI BLOCCO	N: 7CARTELLI MONOFACCIALE FORMATO 2 X 1,50	21
BONCORE	N: 5 CARTELLI MONOFACCIALE FORMATO 2 X 1,50	15
	Totale mq.	396
<p>Se si derogasse dal divieto locale di ancorare sui pali della pubblica illuminazione i gonfaloni, la superficie disponibile aumenterebbe almeno di altri 1000 mq. (in tutte le migliori città d'Italia quali Roma- Firenze - Venezia- Bologna- Lecce, questo è consentito, da noi ,no.)</p>		
		1000

IL COMITATO ORDINARIO
 Dott. Nipota
 RETE

ALLEGATO 4 (INDICAZIONI DI MASSIMA)
NUOVI AMBITI DI INTERVENTO UNITARIO .-IMPIANTI SU ARREDO URBANO -TIPOLOGIA F
PREFERENZA CON PARAPEDONI)

PARAPEDONI		SUPERFICIE PREVISTA
DA VIA DUE GIUGNO ALL'INCROCIO CON VIA G.LEONE	PARAPEDONI	100
ZONA 167- CORSO ITALIA	PARAPEDONI	150
DA VIA D.D.ABRUZZI A P.OSANNA	PARAPEDONI	200
VIA XXV LUGLIO LATO VIA KENNEDY	PARAPEDONI	70
VIA ROMA	PARAPEDONI	200
VIA XX SETTEMBRE	PARAPEDONI	120
CORSO GALLIANO	PARAPEDONI	150
VIA PILANUOVA	PARAPEDONI	80
SANTA MARIA AL BAGNO DA ZONA 4 COLONNE ALLA BENZINA	PARAPEDONI	80
SANTA MARIA AL BAGNO TUTTA VIA FILIBERTO LATO SX PER S.CATERINAS	PARAPEDONI	350
	TOTALE SUPERFICIE PARAPEDONI MQ.	1500

IL COMMISSARIO STRAORDINARIO
 Dott. Nicola PRETTI

ALLEGATO 5 ELENCO DELLE AREE DI CIRCOLAZIONE

CLASSIFICAZIONE DELLE AREE

ZONA 1 CATEGORIA NORMALE

TUTTO IL TERRITORIO E TUTTE LE VIE E PIAZZE DEL CENTRO STORICO, AD ECCEZIONE DI PIAZZA C. BATTISTI, COMPRESI DENTRO IL PERIMETRO IDEALE COSTITUITO DA VIA GRASSI, VIA DUCA DEGLI ABRUZZI, VIA REGINA ELENA, VIA ROMA E CORSO GALLIANO.

ZONA 2 : CATEGORIA SPECIALE

VIA L. ARIOSTO
 PIAZZA C. BATTISTI
 VIA BONFANTE
 VIA G. CANTORE
 VIA CAVOUR
 P.ZZA A. DIAZ
 VIA DUCA DEGLI ABRUZZI
 VIA DUE AIE
 VIA 2 GIUGNO
 VIA FOGGIA
 PIAZZA RENATA FONTE
 C.SO GALLIANO
 VIA M. GABALLO
 C.SO GARIBALDI
 VIA GIANNONE
 VIA GIOVANNI XXIII°
 VIA GRASSI
 VIA KENNEDY
 V.LE DELLA LIBERTA'
 VIA MADONNA DI COSTANTINOPOLI
 P.ZZA MAZZINI
 VIA NAPOLI
 VIA NAZIONI UNITE
 VIA PILANUOVA
 VIA P.PI DI SAVOIA
 VIA RAHO
 VIA REDIPUGLIA
 VIA ROMA
 VIA NINO ROTA
 P.ZZA UMBERTO I°
 VIA XX SETTEMBRE
 VIA XXV. LUGLIO (ALT. VIA 2 GIUGNO) /
 VIA VITT. EMANUELE III°
 VIA A. VOLTA
 VIA C. ABBA
 VIA ABBRUZZO
 VIA B. ACQUAVIVA
 VIA ADIGE
 VIA ADUA
 VIA F. ALBANO
 VIA ALESSANDRO VII°
 VIA D. ALIGHIERI
 VIA SCIPIONE AMMIRATO
 VIA ANTONACI
 VIA ARNO
 VIA DEGLI ASTRONAUTI
 VIA AVETRANA

VIA BALILLA
 VIA F. BARACCA
 VIA BASILICATA
 VIA BATTELLI
 VIA BELLINI
 VIA BERTACCHI
 VIA N. BIXIO
 VIA BOCCACCIO
 VIA BOITO
 VIA BOLOGNA
 VIA BONIFACIO VII°
 VIA BOSELLI
 VIA BOTTAZZI
 VIA BOTTEGO
 VIA BOVIO
 VIA BRINDISI
 VIA BRUNETTI
 VIA BRUNO
 VIA BUCCARI
 VIA BUOZZI
 VIA CADORNA
 P.ZZA E VIA CADUTI DI VIA FANI
 VIA CALABRIA
 VIA CAMPANIA
 VIA G. CANONICA
 VICO CAPITINI
 VIA CAPUZZELLO
 VIA CARDUCCI
 VIA C. ALBERTIO
 VIA CAVALLOTTI
 VIA CECCHI
 VIA CELSO
 VIA F.LLI CERVI
 VIA E. CHIESA
 VIA CHIODO
 VIA CIMITERO
 VIA CIRILLO
 VIA CONCORDATO
 VIA CONTE DI TORINO
 VIA CONTE GOFFREDO
 VIA CONTE VERDE
 VIA CRISPI
 VIA B. CROCE
 VIA DA BORMIDA
 VIA G. D'ANNUNZIO
 VIA L. DA VINCI
 VICO M. D'AZEGLIO
 VIA DE BENEDITTIS
 V.LE A. DE GASPERI
 VIA DE PACE
 VIA DE PINEDO
 VIA A. DE PRETIS
 VIA DEVITI DE MARCO
 VIA DI VAGNO
 VIA DUCA D'AOSTA
 VIA EINAUDI
 V.LE EUROPA
 VIA FERMI
 VIA FERRI
 VIA FERRINI
 VIA E. FIERAMOSCA

IL COMMISSARIO STRAORDINARIO
 Dott. M. A. W.

VIA FIRENZE
 VIA FIUME
 VIA FLEMING
 VIA FRA GIULIO DA NARDO'
 VIA A. GABELLI
 VIA GALATEO
 VIA GALATONE
 STR. GALLIPOLI
 VIA GENOVA
 VIA GENOVESI
 VIA GENTILE
 VIA GIANTURCO
 VIA F. GIOIA
 VIA F. GIOLITTI
 VIA HESSEN
 VIA IMBRIANI
 VIA G. LEONE
 VIA LUZZATTI
 VIA U. MADDALENA
 VIA MALPIGHI
 VICO MAMELI
 VIA MANARA
 VAI MARCONI
 VIA MARZANO
 VIA MAUTONE
 VIA MELLONE
 VIA MENOTTI
 VIA MESSINA
 VIA DEI MILLE
 VICO MONTEGRAPPA
 VICO MORANDI
 VIA NICOTERA
 PIAZZ.TTA GEN. NOBILE
 VIA OLIVIERI
 VIA ORIANI
 VIA G. ORLANDO
 VIA OVIDIO
 VIA PALERMIO
 VIA PASCOLI
 VIA PASTRENGO
 VIA R. PAZIENZA
 VIA PIAVE
 VIA PICCIONE CANONICO
 VIA N. PIGNATELLI
 VIA C. PISACANE
 VIA PISANELLI
 VIA PITAGORA
 VIA PO
 VIA C. POERIO
 VIA P. PE AMEDEO
 VIA O. QUARTA
 VIA IV NOVEMBRE
 VIA REGINA ELENA
 VIA RISMONDO
 VIA RISORGIMENTO
 VIA SANTO ROMANO
 VIA C. ROSSELLI
 VIA RUBICHI
 VIA SAN BERNARDINO DA SIENA
 VIA SAN F. D'ASSISI
 VIA SAN GIOVANNI BOSCO

IL COMISSARIO MACCHINARIO
 Dott. NICOLO' ARETE

VIA G. SERIO
VIA S.A. MANIERI
VIA TARANTO
VIA TASSO
VIA M. TOLLEMETO
VIA TOMMASEO
VIA TORINO
VIA P. TOSELLI
VIA E.TOTI
VIA F. TURATI
VIA VENEZIA
VIA XXV MAGGIO
VIA VERDI
VIA B. VETERE
VICO DI TULLO
VIA VITTORIA
VIA VITT. VENETO
ZONA 167
VIA ZUCCALA'
VIA BELOTTO
VIA BERNARDINI
VIA BERNINI
VIA BETTI
VIA BRAMANTE
VIA CARACCIO
VIA CASTRIGNANO'
VIA CATTANEO
VIA CAV. VITT. VENETO
VIA DE PIETRO
VIA DI PAOLO
VIA FALLOPPIO
VIA F. FILZI
VIA FLASCASSOVITTI
VIA FORTUNATO
VIA GALLUPPI
VIA GIANNATTASIO
VIA LAZIO
VIA LETTIERI
VIA LIGURIA
VIA LILLA
VIA LINCOLN
VIA LINNEO
VIA LOMBARDIA
VIA LOMBROSO
VICO MANIN
VIA MARCHE
VIA MARTI
VIA MAZZARELLA ..
VIA MEUCCI
VIA MOLISE
VIA G. MUCI
VIA MURAT
VIA NEGRELLI
VICO I. NIEVO
VIA NITTI
VIA DELLA PACE
VIA PACELLI
VIA PACINOTTI
VIA PADRE GEMELLI
VIA PAGANO
VIA PALUMBO

VIA PESTALOZZI
VIA PIEMONTE
VIA PAMPONAZZI
VIA PUGLIA
VIA RAPISARDI
VIA A. REALE
VIA ROMAGNA
VIA ROSSEAU
VIA RUFFINI
VIA RUSSEL
VIA SALVEMINI
VIA SANSEVERINO
VIA SCHUMAN
VIA SECCHI
VIA SICILIA
VIA SONNINO
VIA SPALLANZANI
VIA STAMPACCHIA
VIA DON STURZO
VIA TAGLIAMENTO
VIA TANZA
VIA TEVERE
VIA TORRICELLI
VIA TOSCANA
VIA C. TROTTA
VIA UMBRIA
VIA U. D'ITALIA
VIA URETA
VIA ZANARDELLI
VIA ZARA

ZONA N° 3 (FRAZIONI)

TUTTE LE VIE E PIAZZE DELLE FRAZIONI DI S. MARIA AL BAGNO, S. CATERINA, S. ISIDORO E BONCORE LE CUI TARIFFE VANNO APPLICATE SECONDO L'ART. 31 DEL PRESENTE REGOLAMENTO.