



**Imprese  
Romane  
Pubblicitarie  
Associate**

Roma, 02/10/2020

Egr. Associato

*Trasmessa via fax e/o mail*

Oggetto: Copia Norme Tecniche degli Impianti Pubblicitari.

Con la presente, si rimette agli Associati, copia della bozza delle norme tecniche predisposte dal Dipartimento Attività Produttive, e presentata nell'incontro presso il Dipartimento Attività Produttive del 01/10/2020, cui ha partecipato la scrivente Associazione.

Le Associazioni di categoria presenti all'incontro sono state invitate a formulare correzioni e/o integrazioni alla proposta sotto forma di emendamenti e non pure e semplici osservazioni.

Il termine per la presentazione delle proposte è stato fissato per il giorno 20/10/2020, per cui si invitano gli Associati a formulare suggerimenti alla scrivente Associazione, entro e non oltre 10 giorni dalla presente.

Allo stato, si resta a disposizione degli Associati, per ogni chiarimento sugli ulteriori sviluppi, e si porgono cordiali saluti

Ass. Conf. I.R.P.A.  
Ufficio Legale  
Avv. Giuseppe Scavuzzo

# ROMA



Dipartimento Sviluppo Economico e Attività Produttive

prot: QH20200041301  
del: 01/10/2020

Alle Associazioni di categoria

IRPA – IMPRESE ROMANE PUBBLICITARIE  
ASSOCIATE  
[giuseppescavuzzo@ordineavvocatiroma.org](mailto:giuseppescavuzzo@ordineavvocatiroma.org)

AIPE – ASSOCIAZIONE ITALIANA PUBBLICITA'  
ESTERNA  
[aipe@pec.aipeitalia.it](mailto:aipe@pec.aipeitalia.it)

AAPI ASSOCIAZIONE AZIENDE PUBBLICITARIE  
ITALIANE  
[aapi@pec.it](mailto:aapi@pec.it)

**Oggetto:** Norme tecniche degli impianti pubblicitari.

Si fa seguito alla nota prot. QH/39023 del 23.09.2020 ed a quanto già rappresentato nell'incontro dell'01.10.2020 per trasmettere le bozze delle norme tecniche in oggetto con l'invito a formulare eventuali controproposte entro il termine del 20.10.2020.

Affinché il percorso di partecipazione possa essere il più fattivo possibile si prega di redigere eventuali controproposte in forma di articoli normativi (nuovo articolo/ nuovo comma/ revisione del testo già proposto). Si ringrazia anticipatamente per la collaborazione.

Il Direttore  
Francesco Paciello

Firmato digitalmente da

**FRANCESCO PACIELLO**

CN = PACIELLO FRANCESCO

# NORME TECNICHE DEGLI IMPIANTI PUBBLICITARI

## CAPO I - DISPOSIZIONI GENERALI

### Art. 1 - Ambito di applicazione

Il presente documento stabilisce le norme tecniche per l'installazione degli impianti e la collocazione dei mezzi pubblicitari, in attuazione di quanto previsto dall'art. 4 comma 3 della Deliberazione Assemblea Capitolina n. 50 del 30 luglio 2014 "Regolamento comunale in materia di pubblicità e pubbliche affissioni" (Regolamento).

Le seguenti norme si applicano anche all'esposizione della pubblicità su impianti e mezzi privati, anche del tipo di pubblica utilità e speciali.

## CAPO II - Classificazione dei mezzi pubblicitari

### Art. 2 - Definizioni e tipologia

#### 1. PREINSEGNA

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

#### 2. CARTELLO -

*Si definisce "cartello" un manufatto bidimensionale supportato da una idonea struttura di sostegno, con una sola o entrambe le facce finalizzate alla diffusione di messaggi pubblicitari o propagandistici sia direttamente, sia tramite sovrapposizione di altri elementi, quali manifesti, adesivi, ecc. Può essere luminoso sia per luce propria che per luce indiretta.*

#### 3. STRISCIONE, LOCANDINA E STENDARDO -

*Si definisce "striscione, locandina e stendardo" l'elemento bidimensionale realizzato in materiale di qualsiasi natura, privo di rigidità, mancante di una superficie di appoggio o comunque non aderente alla stessa. Può essere luminoso per luce indiretta. La locandina, se posizionata sul terreno, può essere anche in materiale rigido.*

#### 4. SEGNO ORIZZONTALE RECLAMISTICO -

*Si definisce "segno orizzontale reclamistico" la riproduzione sulla superficie stradale, con pellicole adesive, di scritte in caratteri alfanumerici, di simboli e di marchi, finalizzata alla diffusione di messaggi pubblicitari o propagandistici.*

#### 5. IMPIANTO PUBBLICITARIO DI SERVIZIO -

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

#### **6. IMPIANTI DI PUBBLICITA' O PROPAGANDA -**

*Si definisce “impianto di pubblicità o propaganda” qualunque manufatto finalizzato alla pubblicità o alla propaganda sia di prodotti che di attività e non individuabile secondo definizioni precedenti, né come cartello, né come striscione, locandina o stendardo, né come segno orizzontale reclamistico, né come impianto pubblicitario di servizio. Può essere luminoso sia per luce propria che per luce indiretta*

7. Nei successivi articoli le preinsegne, gli striscioni, le locandine, gli stendardi, i segni orizzontali reclamistici, gli impianti pubblicitari di servizio e gli impianti di pubblicità o propaganda sono indicati per brevità, con il termine «altri mezzi pubblicitari».

Le tipologie ed i formati ammessi sono quelli indicati nelle Deliberazioni dell’Assemblea Capitolina n. 49/2014 e 50/2014.

### **Art. 3 - Classificazione per durata dell’esposizione del messaggio**

#### **3.1 - Mezzi di pubblicità temporanea**

Sono i mezzi relativi all’esposizione di pubblicità finalizzata a promuovere speciali eventi (manifestazioni, spettacoli, lancio di iniziative commerciali) di durata limitata (tre mesi al massimo).

L’esposizione dei messaggi su questi mezzi costituiti da manufatti che possono essere anche solidamente ancorati al suolo in maniera permanente o ad altre strutture in elevazione, è ammessa solo ed unicamente durante il periodo di svolgimento della manifestazione o evento a cui si riferiscono, oltre che durante i sette giorni precedenti e le 24 (ventiquattro) ore successive alla stessa.

#### **3.2 - Mezzi di pubblicità permanente**

Sono i mezzi pubblicitari costituiti da manufatti saldamente ancorati a terra o ad altre strutture in elevazione, destinati a costituire un supporto duraturo per l’esposizione di messaggi pubblicitari con durata in opera superiore ai tre mesi, con eccezione di quelli collocati in occasione di lavori su ponteggi o recinzioni di cantiere.

### **Art. 4 - Classificazione per finalità del messaggio**

In base alla finalità dei messaggi, gli impianti sono destinati a supportare comunicazioni di natura:

- a) **Istituzionale** - sono i mezzi preposti alla comunicazione, informazione e diffusione di messaggi o iniziative di pubblico interesse, privi di rilevanza economica; tali messaggi sono normalmente effettuati da Enti pubblici o di diritto pubblico o da altri soggetti comunque non perseguiti fini di lucro.
- b) **Commerciale** - sono tutti i mezzi pubblicitari adibiti all'esposizione di messaggi pubblicitari diffusi nell'esercizio di attività economiche, che sono finalizzati alla promozione della stesse, di un prodotto o un servizio, e che perseguono finalità di lucro.

### **CAPO III - Criteri generali per l'installazione di nuovi impianti**

#### **Art. 5 – caratteristiche estetiche e costruttive**

Tutti gli impianti pubblicitari da installare in modo permanente devono avere le caratteristiche specificate dagli art. 49 del D.P.R. n. 495/92 e art. 23 del D.Lgs. n. 285/92 e soddisfare i principi di sicurezza, decoro, funzionalità, rispetto della normativa, che tenga conto delle caratteristiche costruttive ed estetiche di cui agli articoli successivi.

Il bando di gara per l'assegnazione in concessione degli spazi pubblici ove installare gli impianti pubblicitari può fissare caratteristiche estetiche e costruttive ulteriori e/o specifiche rispetto a quelle di cui agli articoli successivi, quale elemento di valutazione tecnica dell'offerta.

#### **Art. 6 - Forma e colore**

I cartelli, gli impianti pubblicitari di servizio e gli altri mezzi pubblicitari devono avere sagoma regolare, forma, uso e abbinamento dei colori negli spazi pubblicitari, del blu/ bianco e rosso/bianco in particolare, che non devono creare confusione con la segnaletica stradale limitandone la percettibilità.

La struttura deve essere di colore grigio RAL 7016 o verde PANTONE 3305 , oppure grigio RAL 7016 con la cornice verde PANTONE 3305. Non sono ammesse altre combinazioni di colori.

In ogni caso non possono essere a forma di cerchio o triangolo.

#### **Art. 7 - Materiali**

Le parti di impianto destinate ad accogliere le affissioni devono essere costituite di una plancia in lamiera zincata dotata di cornice metallica.

I materiali utilizzabili per le strutture di appoggio devono essere non deperibili e resistenti agli agenti atmosferici.

I manufatti destinati alla pubblicità temporanea devono essere realizzati in materiale resistente agli agenti atmosferici oltre che saldamente ancorati alle strutture escludendo lacci o corde informali.

Gli impianti devono rispondere, nella struttura e nel loro insieme, alla capacità di resistenza ai sovraccarichi, agli urti ed in generale ai fenomeni dinamici in tutte le prevedibili condizioni di esercizio, senza deformazioni incompatibili.

I cartelli e gli altri mezzi pubblicitari, devono essere realizzati in materiale avente le caratteristiche di consistenza, durezza, sicurezza e resistenza agli agenti atmosferici. I materiali degli elementi che lo compongono devono conservare le proprie caratteristiche chimico-fisiche sotto l'azione delle sollecitazioni termiche degli agenti fisici normalmente operanti e prevedibili nell'ambiente in cui si trovano, conservando inalterate le proprie caratteristiche.

Tale 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.

Tutti gli elementi che compongono l'impianto non devono presentare porosità o cavità superficiali che non siano facilmente pulibili ed ispezionabili, e devono evitare il ristagno di acqua e l'accumulo di sporco.

L'insieme degli elementi che compongono un manufatto deve avere caratteristiche atte a dissuadere, impedire e resistere agli atti di vandalismo, come pure consentire che vi si possa facilmente porre rimedio.

Tutti i manufatti devono possedere l'attitudine a non sporcarsi facilmente sotto l'azione di sostanze imbrattanti di uso corrente e permettere una facile operazione di pulizia senza deterioramenti permanenti; devono inoltre possedere l'attitudine a consentire, in modo agevole, il ripristino dell'integrità, della funzionalità e dell'efficienza costituenti l'impianto pubblicitario stesso mediante interventi di manutenzione sia ordinaria che straordinaria al fine di garantire la conservazione delle condizioni del manufatto al momento della sua installazione.

Sono vietati gli impianti in vetroresina.

## **Art. 8 – Struttura**

Tutte le strutture di sostegno e di fondazione devono essere calcolate per resistere alla spinta del vento; devono essere di materiale indeformabile, saldamente realizzate ed ancorate al terreno sia nel loro complesso sia nei singoli elementi.

Qualora le suddette strutture costituiscano manufatti la cui realizzazione e posa in opera sia regolamentata da specifiche norme (opere in ferro, in c.a. etc.), l'osservanza di dette norme e l'adempimento degli obblighi da queste previsti deve essere documentato nella richiesta di rilascio dell'autorizzazione.

La struttura e gli elementi che la costituiscono devono rispondere alle caratteristiche di resistenza al fuoco nel rispetto delle prescrizioni tecniche vigenti in materia.

## **Art. 9 – Illuminazione**

Gli impianti elettrici utilizzati devono essere concepiti e realizzati in modo tale da garantire il massimo grado di sicurezza per il rischio elettrico e per quello delle scariche accidentali, nonché rispondere alle norme CE in materia ed essere conformi alle disposizioni espresse della L. n. 46/1990, del DPR n. 447/1991 e successive modifiche ed integrazioni, per la realizzazione degli impianti e l'impiego dei materiali secondo regola d'arte.

Le apparecchiature elettriche che compongono l'impianto d'illuminazione devono essere il più possibile occultate alla vista.

Gli impianti pubblicitari dovranno rispettare le vigenti norme regionali finalizzate a ridurre fenomeni di inquinamento luminoso, ovvero ogni forma di irradiazione di luce artificiale al di fuori delle aree a cui essa è funzionalmente dedicata in particolare se rivolta verso il cielo, ed in generale fenomeni di disturbo ottico.

Gli impianti pubblicitari illuminati, in particolare le insegne luminose prive di illuminazione propria, dovranno essere dotati di sorgenti luminose che proiettano la luce dall'alto verso il basso.

Non è permesso proiettare immagini verso la volta celeste.

Non è consentito l'uso di globi luminosi, fasci luminosi roteanti o fissi rivolti verso la volta celeste.

Nel caso di illuminazione di ponteggi recanti pubblicità devono essere privilegiati sistemi di illuminazione ad emissione controllata e comunque sempre dall'alto verso il basso.

Non sono consentiti impianti pubblicitari, comprese le insegne, a luminosità intermittente.

Gli impianti pubblicitari luminosi o illuminati non dovranno causare effetti di abbagliamento.

I cartelli e gli altri mezzi pubblicitari luminosi, per luce propria o per luce indiretta, posti dentro e fuori dai centri abitati, lungo o in prossimità delle strade dove è consentita l'installazione, non possono avere luce né intermittente, né d'intensità luminosa che provochi abbagliamento.

## **Art. 10 – Impianti a led e tecnologicamente avanzati**

### **A) IMPIANTI DI TRASMISSIONE E/O RIPRODUZIONE DI IMMAGINI**

Monitor, schermi, video-wall ed altri impianti innovativi e tecnologicamente avanzati, ancor più se digitali, la cui trasmissione e/o riproduzione di immagini a messaggio variabile è governata "da remoto" mediante strumentazioni informatiche possono essere autorizzati a condizione che:

- garantiscano all'Amministrazione modalità di controllo delle trasmissioni e/o riproduzioni delle immagini variabili effettuate;
- venga acquisito parere della Polizia Locale al fine di valutare, ai sensi dell'art. 23 del Codice della Strada, che non interferiscano con la sicurezza e la circolazione stradale;
- non vi sia collegamento a canali televisivi nazionali o internazionali, pubblici o privati per la trasmissione in diretta o differita dei programmi stessi;
- sia redatto idoneo progetto illuminotecnico da professionista iscritto in apposito Albo che attesti, tra l'altro, il rispetto delle vigenti disposizioni regionali in tema di inquinamento

luminoso anche con riguardo alla presenza di sistemi automatici di regolazione della luminosità ed al rispetto dell'orario di spegnimento;

- sia redatto idoneo progetto tecnico relativo al montaggio delle strutture da professionista iscritto in apposito Albo, interessando il Genio Civile se necessario.

## **B) IMPIANTI FISSI E TRASFORMAZIONE DI IMPIANTI PUBBLICITARI**

E' consentita la trasformazione da pittorico in led solo per gli impianti bifacciali (con il retro dell'impianto che può rimanere pittorico) e per gli impianti monofacciali a condizione che siano posti in aderenza a pareti, recinzioni o che il retro non sia visibile al transito pedonale o veicolare.

Al fine di evitare sequenze di impianti a LED la distanza tra un impianto e l'altro di questa tipologia deve essere almeno di 100 metri.

## **C) IMPIANTI COLLOCATI SU STRUTTURE APPOSITAMENTE ALLESTITE IN OCCASIONE DELL'INSTALLAZIONE DI PONTEGGI E/O RECINZIONI DI CANTIERE.**

Nel caso di lavori edili per la ristrutturazione degli edifici (manutenzione ordinaria o straordinaria) su immobili di nuova o vecchia costruzione, o su parti di essi, in occasione dei quali è necessario coprire parzialmente o integralmente la facciata con ponteggi o realizzare una recinzione di cantiere, è consentita la realizzazione di idonee strutture volte a sostenere un impianto pubblicitario del dimensionamento massimo previsto dal combinato disposto delle Deliberazioni Consiglio Comunale n. 260/97, Assemblea Capitolina n. 49/14 e Assemblea Capitolina n. 50/14. L'autorizzazione verrà rilasciata con le modalità ed i criteri di cui alla deliberazione Giunta capitolina n. 37/03.

L'eventuale compresenza fra impianti pittorici ed a Led sarà oggetto di valutazione da parte degli Enti di tutela in sede di rilascio del parere di competenza.

## **D) IMPIANTI INNOVATIVI E TECNOLOGICAMENTE AVANZATI**

Per promuovere progetti in grado di produrre benefici sia per il territorio che per la collettività sono autorizzabili impianti pubblicitari innovativi che devono rispettare, in via primaria, i canoni di innovazione tecnologica avanzata di cui all'art. 1.

## **Art. 11 – Posizionamento**

Gli impianti pubblicitari devono essere collocati in modo ordinato e devono rispettare le caratteristiche ambientali del paesaggio in cui si inseriscono nonché quelle monumentali ed architettoniche degli edifici e dei monumenti del contesto in cui si pongono, armonizzandosi nella forma, nelle dimensioni, nei colori, nelle scritte, nei materiali e nella luminosità.

Gli impianti pubblicitari devono inoltre essere localizzati in modo che siano tutelati il paesaggio e specificamente le scene stradali, le viste panoramiche, i profili urbani più qualificanti dell'immagine della città, evitando eccessi di vistosità e invadenza degli apparati pubblicitari



stessi. Devono, altresì, rispettare il cono visivo dei monumenti e degli edifici d'interesse storico artistico.

In tutto il territorio comunale l'installazione degli impianti pubblicitari è consentita esclusivamente nel rispetto delle norme del Piano Regolatore degli impianti pubblicitari e dei relativi Piani di localizzazione.

Il posizionamento dei mezzi pubblicitari in genere deve avvenire in modo tale da non pregiudicare la sicurezza della circolazione veicolare e deve essere garantita, rispetto al senso di marcia, la perfetta visibilità dei semafori e della segnaletica stradale con particolare riferimento a quella di pericolo, agli incroci ed agli attraversamenti pedonali.

Il posizionamento non deve in alcun caso costituire ostacolo al libero passaggio e deve essere conforme alle norme sull'abbattimento delle barriere architettoniche negli spazi pubblici - D.P.R. n°503 del 24/07/1996.

E' in ogni caso vietata l'installazione dei mezzi pubblicitari nei punti stabiliti dall'art. 51 comma 3 del D.P.R. 495/92 ossia: sulle pertinenze di esercizio delle strade, in corrispondenza delle intersezioni, lungo le curve nell'area della corda interna tracciata tra i due punti di tangenza, sulle scarpate stradali sovrastanti la carreggiata in terreni di qualsiasi natura e pendenza, in corrispondenza di cunette o dossi, sui cavalcavia e loro rampe, sui parapetti stradali, sui ponti e sottoponti non ferroviari, sui cavalcavia stradali e loro banchine, sulle banchine di sicurezza e sugli altri dispositivi laterali di protezione e di segnalamento o comunque in modo tale da pregiudicare la sicurezza della circolazione veicolare e pedonale.

E' inoltre vietata all'interno delle opere idrauliche (argini, scoline, fossi di guardia, fossi ai piedi delle scarpate, altro) e nelle scarpate stradali con pendenza superiore al 45%; in fregio ai corsi d'acqua è vietata l'installazione di insegne e cartelloni pubblicitari.

In sede di materiale posizionamento degli impianti pubblicitari, così come approvato dalla Deliberazione di Giunta Capitolina n. 243/2017, limitatamente agli impianti posizionati all'interno del centro abitato dove è imposto il limite di velocità non superiore a 50 km/h, ci si avvale della facoltà di deroga alle norme relative alle distanze minime per il posizionamento degli impianti stessi, prevista dall'art. 23 c. 6 del D. Lgs. n. 285/92 e dall'art. 51 c. 2 e c. 4 del D.P.R. n. 495/92. E', quindi, consentita la permanenza degli impianti pubblicitari sul territorio, così come indicato nella Deliberazione 243/2017, a condizione che risultino collocati nel rispetto delle esigenze di sicurezza della circolazione stradale e pedonale e nel rispetto dello spazio di avvistamento, di cui all'art. 79 del Regolamento di esecuzione del Codice della Strada. Fanno eccezione gli impianti installati sulle transenne parapetonali che, per la loro funzione di sicurezza per il pedone, sono ubicati nei pressi degli incroci.

Le transenne parapetonali, in conseguenza della loro funzione di sicurezza per i pedoni, devono essere posizionati solo in prossimità degli incroci, nel rispetto della distanza di 1 metro l'uno dall'altro. Non è ammessa la collocazione senza soluzione di continuità né quella sullo spartitraffico.

Gli impianti monofacciali sono posizionati in modo che la faccia non destinata all'esposizione pubblicitaria non sia visibile dalla pubblica via, salvo non siano della tipologia prevista dalla

Deliberazione Giunta Capitolina n. 25/2010.

Gli impianti pubblicitari, se collocati sul marciapiede, devono assicurare uno spazio libero di almeno metri 1,5 per il passaggio delle persone con ridotte capacità motorie.

Il posizionamento dei cartelli pubblicitari deve comunque avvenire in modo da non occultare targhe toponomastiche e quant'altro destinato alla pubblica visibilità.

## **Art. 12 – Ricollocazione**

La ricollocazione di un impianto pubblicitario in altra ubicazione rispetto a quella originaria è consentita in via temporanea o definitiva alle seguenti condizioni:

- in via temporanea e fino a cessate esigenze, in conseguenza di lavori stradali temporanei, modifiche temporanee della circolazione o per altre esigenze momentanee di interesse pubblico, entro i 50 mt. dalla posizione originaria, se possibile, oppure nel medesimo Municipio o in quello confinante;
- in via definitiva, in conseguenza di lavori stradali definitivi, modifiche definitive della circolazione o per altre esigenze di interesse pubblico a carattere permanente, entro i 50 mt. dalla posizione originaria, se possibile, oppure in via graduale nel medesimo Municipio, nel Municipio confinante, nella medesima zonizzazione.

È sempre ammessa, indipendentemente da quanto sopra, la ricollocazione che comporta una delocalizzazione dal centro alla periferia.

La ricollocazione in via definitiva si applica anche nel caso in cui l'impianto venga a ricadere, per fatto sopravvenuto in area vincolata. In tal caso la ricollocazione avviene, di norma, sul lato della carreggiata opposto al confine con l'area vincolata.

Nel computo dei 50 mt. non si ricomprendono i tratti di aree vincolate (zone interdette e fasce di rispetto) e quelli occupati da cantieri stradali.

## **Art. 13 – Distanze**

Fuori dai centri abitati debbono essere rispettate le distanze minime fissate dall'art. 51, comma 2 del D.P.R. 495/1992

Entro il centro abitato debbono essere rispettate le distanze minime fissate dall'art. 51, comma 4 del D.P.R. 495/1992

Sulla base dei contenuti dell'art. 23 comma 6 del Nuovo Codice della Strada D.L. 285/1992, all'interno dei centri abitati e limitatamente per le strade di tipo E ed F, i comuni hanno la facoltà di concedere deroghe alle norme relative alle distanze minime per il posizionamento dei cartelli degli impianti pubblicitari di servizio e degli altri mezzi pubblicitari, così come definite nel

Regolamento di Attuazione art. 51 D.P.R. 495/1992, sempre nel rispetto delle esigenze di sicurezza della circolazione stradale. Le distanze si applicano nel senso delle singole direttrici di marcia.

Il posizionamento degli impianti di pubbliche affissioni viene definito anche in deroga alle distanze minime predette.

Inoltre la prescrizione di "distanza da altri impianti" non si applica nei confronti degli impianti per pubblica affissione.

Gli impianti pubblicitari, ad esclusione di quelli per pubbliche affissioni, sono installati con una distanza da terra di metri 2,5. Non sono ammesse altezze superiori, ad eccezione di quelli collocati su o in aderenza a muraglioni, ponti e sottoponti ferroviari, scarpate e recinzioni.

### **Art. 14 – Allineamenti**

In aderenza a quanto previsto dall'art. 51 comma 2 del D.P.R. 495/1992 che consente deroghe alle distanze minime previste di installazione di cartelli, insegne di esercizio o di altri mezzi pubblicitari, qualora già esistano a distanze inferiori costruzioni fisse, muri e filari di alberi di altezza non inferiore ai 3 m., è ammesso il posizionamento in allineamento con gli stessi sempre garantendo la visibilità dei segnali stradali entro lo spazio di avvistamento.

Gli impianti di sostegno alla pubblica illuminazione o altre linee aeree, non sono da considerarsi al fine delle presenti norme costruzioni fisse e pertanto riferimenti di allineamento.

### **Art. 15 – Trasformazioni**

Le trasformazioni di impianti pubblicitari da pittori a luminosi sono effettuate mediante comunicazione certificata assoggettata a successivo controllo.

La trasformazione predetta è consentita anche per impianti su ponteggi o recinzioni di cantiere.

E' consentita la trasformazione di impianti privati in impianti S.P.Q.R.

### **Art. 16– Accorpamenti**

L'accorpamento di superficie espositiva di due o più impianti pubblicitari è consentita se trattasi di impianti già autorizzati.

E' anche possibile utilizzare ai fini dell'accorpamento la superficie di impianti pubblicitari la cui istanza è ancora in corso di istruttoria alla data di approvazione della presente disciplina.

L'accorpamento non può dar luogo ad un aumento del numero degli impianti originariamente autorizzati.

Il posizionamento degli impianti derivanti dall'accorpamento coincide, di norma, con quello degli impianti originari. Se necessario, si applica la disciplina della ricollocazione.

## CAPO IV - Altre prescrizioni

### Art. 17 - Limitazioni e divieti

Nella collocazione di impianti pubblicitari in aree sottoposte a vincolo, indipendentemente dalla zonizzazione del territorio comunale di cui al precedente art. 10, trova comunque applicazione la disciplina del "Codice dei Beni culturali e del paesaggio" di cui al D. Lgs. 42/2004 e s.m.i., relativa sia ai "beni culturali" che ai "beni paesaggistici", con la conseguente necessità di preventiva acquisizione da parte degli interessati sia del nulla osta ai sensi dell'art. 49 che dell'autorizzazione paesaggistica ai sensi dell'art. 153 del D.Lgs. 42/2004

Nell'ambito dei coni visuali individuati dal PTPR (Piano Territoriale Paesistico Regionale), è vietata l'interposizione di impianti pubblicitari tra il punto di vista e/o i percorsi panoramici ed il quadro paesaggistico tutelato che ne alterino negativamente la percezione.

Non è consentito utilizzare impianti di segnaletica stradale, delle reti tecnologiche, o alberi come supporti pubblicitari. Gli impianti di illuminazione possono costituire supporto per standardi destinati esclusivamente alla comunicazione di messaggi a contenuto culturale, con esclusione di eventi con finalità prevalentemente commerciale. Il circuito degli standardi predetti deve essere specificatamente approvato dagli Enti di tutela.

Il messaggio pubblicitario di qualsiasi natura, istituzionale, culturale, sociale e commerciale, non deve ledere il comune buon gusto, deve garantire il rispetto della dignità umana e dell'integrità della persona, non deve comportare discriminazioni dirette o indirette, né contenere alcun incitamento all'odio basato su sesso, razza o origine etnica, religione o convinzioni personali, disabilità, età o orientamento sessuale.

Non è consentita l'installazione di impianti pubblicitari su supporti impropri, incongrui o comunque non specificamente destinati ad ospitarli.

Non è consentita l'apposizione di qualunque manifesto, foglio locandina ecc. al di fuori dei supporti appositamente previsti per tale uso.

E' fatto divieto di installare cartelli e altri mezzi pubblicitari nelle eventuali aree che il P.U.C.G. (Piano Urbanistico Comunale Generale) destina ad infrastrutture viabilistiche o al loro allargamento e nelle aree destinate a "Servizi di interesse collettivo", fatta salva specifica autorizzazione, a seguito di deposito di atto di impegno, registrato e trascritto a cura e spese del richiedente, a rimuovere l'impianto pubblicitario a semplice richiesta dell'Amministrazione, senza che sia dovuto alcun indennizzo a titolo risarcitorio.

Nell'installazione degli impianti pubblicitari si debbono rispettare gli alberi esistenti (considerati nel loro ingombro in età adulta) e le relative radici, è vietato l'abbattimento di alberi per dar luogo all'installazione di impianti pubblicitari.

Non è ammesso il posizionamento degli impianti pubblicitari sulle "isole salvagente" intese come parte della strada, rialzata o opportunamente delimitata o protetta, destinata al riparo o alla sosta dei pedoni, in corrispondenza di attraversamenti pedonali o fermate del trasporto pubblico.

### **Art. 18 - Modalità di installazione di mezzi posti lungo le aree ferroviarie o in area privata**

I cartelli e gli altri mezzi pubblicitari posti lungo le sedi ferroviarie, quando visibili dalla strada, sono soggetti alle disposizioni dell'art. 23 del D.L.vo 285/1992, comma 5, della Deliberazione Assemblea Capitolina n. 50/2014 e alle presenti norme. La loro collocazione viene autorizzata dalle Ferrovie dello Stato, previo nulla osta dell'Ente proprietario della strada.

L'autorizzazione per l'installazione di impianti pubblicitari su suolo privato necessita di autorizzazione preventiva del proprietario del suolo o del bene immobile su cui sarà collocato il mezzo.

L'autorizzazione viene rilasciata fatti salvi i diritti di terzi, l'amministrazione comunale sarà considerata estranea ai rapporti tra le parti e nessuna responsabilità potrà essere posta a carico della medesima a seguito dell'installazione del mezzo pubblicitario.

### **Art. 19 – Equiparazione agli impianti su pareti cieche**

Gli impianti collocati su o in aderenza a muraglioni, ponti e sottoponti ferroviari, scarpate, recinzioni in muratura e metalliche sono equiparati a quelli su pareti cieche.

### **Art. 20 - Segni Orizzontali Reclamistici**

Sono ammessi unicamente nelle aree previste dall'art. 51 comma 9 del D.P.R. n. 495 del 16.12.92 e nel rispetto di quanto previsto dalla Deliberazione Assemblea capitolina n. 50/2014.

Le aree delimitate destinate allo svolgimento di manifestazioni di vario genere, di cui all'art. 51 comma 9 del D.P.R. n. 495 del 16.12.92, sono da intendersi quelle circoscritte entro i 200 metri dal luogo di svolgimento della manifestazione non itinerante.

In caso di area vincolata si procede all'acquisizione dei pareri degli Enti di tutela.

Inoltre, tale tipologia di pubblicità deve essere:

1. certificata antisdrucchiolo;
2. idonea a non ingenerare confusione con la segnaletica stradale;
3. idonea a non danneggiare la pavimentazione sottostante;
4. mantenuta perfettamente pulita e ordinata a cura del soggetto autorizzato, pena

l'immediata ed insindacabile rimozione a cura del medesimo.

In ogni caso i materiali impiegati dovranno sempre garantire il mantenimento delle caratteristiche di aderenza del manto stradale, al fine di evitare slittamenti ed incidenti.

## **CAPO V – Norme transitorie e finali**

### **Art. 21 – Entrata in vigore**

Il presente documento entra in vigore dalla data della sua adozione.

### **Art. 22 – Disposizioni transitorie**

Gli impianti già autorizzati ed inseriti nella Nuova Banca Dati si adeguano alle presenti disposizioni entro dodici mesi dall'entrata in vigore.

### **Art. 23 – Piani di Localizzazione**

Con l'approvazione dei Piani di Localizzazione di cui alla Deliberazione Giunta Capitolina n. 243 del 13.11.2017 si intende superata ogni localizzazione riferita a precedenti perimetrazioni di cui all'art. 20 comma 1 lett. F) della Deliberazione Assemblea Capitolina n. 50/2014 e all'art. 35 punto 5 della Deliberazione Assemblea Capitolina n. 49/2014.

In sede di prima applicazione dei Piani di Localizzazione si procede nei confronti degli impianti già inseriti nella Nuova Banca Dati ad un'applicazione in via sperimentale circoscritta, inizialmente, ad un solo Municipio da individuarsi con successivo atto dirigenziale, al fine di valutare in concreto l'impatto sul contesto urbano, sul decoro e sulla sostenibilità anche finanziaria del processo di riqualificazione dell'impiantistica pubblicitaria.