



*copio ufficio*

# CITTA' DI VELLETRI

(Provincia di Roma)

## DELIBERAZIONE DEL CONSIGLIO COMUNALE

N. 46

OGGETTO: Approvazione piano generale degli impianti pubblicitari per l'installazione di mezzi pubblicitari sul territorio di Velletri.

Del 16/03/2009

L'anno duemilanove e questo giorno **SEDICI** del mese di **MARZO** alle ore **16.50** nella sede delle adunanze consiliari del Comune suddetto.

Alla \_\_\_\_\_ convocazione in sessione  ordinaria  straordinaria  straordinaria urgente, che è stata partecipata ai signori Consiglieri, risultano all'appello:

CONSIGLIERI		Presenti	Assenti	CONSIGLIERI		Presenti	Assenti
1) SERVADIO	FAUSTO Sindaco	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	17) CROCETTA	LUIGI	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2) CUGINI	GIULIANO	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	18) ANDREOZZI	SERGIO	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3) SERAFI	CARLO	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	19) MONACO	ELIS	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
4) TADDEI	FABIO	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	20) RIGHINI	GIANCARLO	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
5) CIAFREI	GIULIA	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	21) CERINI	GIANNI	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
6) CESTRILLI	GIANFRANCO	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	22) BORRI	GIANNI	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
7) BARRACCHIA	DANIELE	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	23) QUAGLIA	CARLO	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
8) PALLOCCA	MASSIMO	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	24) D'ANDREA	FABIO	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
9) TREGGIARI	EMANUELA	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	25) TRIVELLONI	GIAN LUCA	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
10) DE SANTIS	FRANCO	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	26) CIARCIA	MARILENA	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
11) CIARLA	MASSIMO	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	27) LADAGA	SALVATORE	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
12) D'ANDREA	PATRIZIO IVO	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	28) NARDINI	FRANCESCO	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
13) BAGAGLINI	VALTER	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	29) SORRENTINO	TULLIONICOLA	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
14) BAGAGLINI	VINCENZO	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	30) CUGINI	ROLANDO	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
15) TRENTA	ROMINA	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	31) ANDOLFI	MASSIMO	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16) ROSSI	DANILO	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				

Presenti n. 16

Assenti n. 15

Risultato che gli intervenuti sono in numero legale, assume la Presidenza il **Sig. GIULIANO CUGINI** nella sua qualità di **PRESIDENTE**;

- Assiste il Segretario Generale dell'Ente **Dott. MARIO SPANU** con le funzioni previste dall'art. 97 comma 4, lettera a) del Decreto Legislativo 18 agosto 2000 n. 267, il quale assume anche le funzioni di Segretario verbalizzante;

- Vengono dal Signor Presidente nominati scrutatori i Signori:

**VALTER BAGAGLINI – CARLO SERAFI**

La seduta è pubblica.

In prosecuzione di seduta il Presidente del Consiglio invita il Vice Sindaco Pontecorvi ad illustrare la proposta deliberativa posta al punto 10 all'o.d.g., avente ad oggetto "Approvazione piano generale degli impianti pubblicitari per l'installazione di mezzi pubblicitari sul territorio di Velletri", di seguito trascritta:

### **"IL CONSIGLIO COMUNALE**

PREMESSO che è volontà dell'Amministrazione Comunale, procedere a disciplinare l'installazione dei mezzi pubblicitari sul territorio del Comune di Velletri, in relazione alle esigenze di carattere economico, delle esigenze di tutela ambientale e paesaggistico, di equilibrio della localizzazione degli impianti e del rispetto delle norme di sicurezza della circolazione stradale, oltre che al rispetto delle previsioni e prescrizioni urbanistiche;

CHE a tal fine, è stato redatto da parte della Soc. IPAS – S.p.A. di San Mauro Torinese, in virtù del contratto stipulato con il Comune di Velletri rep. N. 1755 del giorno 02.08.2007, il piano generale degli impianti pubblicitari (di seguito denominato PGIP), allo scopo di disciplinare i criteri e le modalità per l'installazione di mezzi pubblicitari sul territorio comunale, al fine di contemperare la domanda del mercato con le esigenze di salvaguardia del decoro e della qualità estetica e funzionale dell'ambiente urbano.

CHE il PGIP redatto dalla società IPAS – S.p.A., si compone dei seguenti elaborati:

- a) – Piano generale degli impianti pubblicitari – norme tecniche di attuazione. Elaborato che si compone di n. 30 articoli,
- b) – Piano generale degli impianti pubblicitari – abaco per l'applicazione norme tecniche di attuazione.
- c) Piano generale degli impianti pubblicitari – tavola di zonizzazione.

CHE il piano generale degli impianti pubblicitari redatto, ha come riferimento la normativa nazionale e locale vigente in particolare:

- D. Lgsvo 30.04.1992 n. 285 "Nuovo codice della strada e successive modificazioni ed integrazioni".
- D.P.R. 16.12.1992 n. 495 "Regolamento di esecuzione ed attuazione del nuovo Codice della strada e successive modificazioni.
- D. Lgs 15.11.1993 n. 507 e successive modificazioni.
- Regolamento per l'installazione di elemento di arredo sul suolo pubblico o privato gravanti da servitù pubblica, approvato con deliberazione C.C. n. 44 del 26.07.2005.
- Regolamento comunale per l'applicazione dell'imposta comunale sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni.
- Regolamento comunale per la disciplina e la gestione delle sponsorizzazioni approvato con deliberazione C.C. n. 31 del 30.07.2008.

VALUTATO che tale piano generale, persegue gli obiettivi prefissati;

CHE per le eventuali osservazioni del caso, il piano generale degli impianti pubblicitari in questione, è stato inviato alla competente commissione consiliare la quale, lo ha successivamente licenziato con esito favorevole in data 24.02.2009.

RITENUTO procedere pertanto, all'approvazione del citato piano generale degli impianti pubblicitari;

VISTI il D. Lgs. n. 267/2000, e lo Statuto Comunale;

VISTI i pareri;

### **DELIBERA**

- Di approvare per le motivazioni espresse in premessa, l'allegato piano generale, degli impianti pubblicitari, redatto dalla Soc. IPAS – S.p.A. di San Mauro Torinese, in virtù del contratto stipulato con il Comune di Velletri rep. N. 1755 del giorno 02.08.2007, allo scopo di disciplinare l'installazione dei mezzi pubblicitari sul territorio del Comune di Velletri.

- Di prendere atto che il Piano generale degli impianti pubblicitari, che in copia si allega al presente provvedimento, è composto dai seguenti elaborati:
  - a) – Piano generale degli impianti pubblicitari – norme tecniche di attuazione. Elaborato che si compone di n. 30 articoli.
  - b) – Piano generale degli impianti pubblicitari – abaco per l'applicazione norme tecniche di attuazione.
  - c) Piano generale degli impianti pubblicitari – tavola di zonizzazione.

Inoltre

Su proposta del Presidente;

Ritenuto che sussistano particolari motivi di urgenza;

Visto l'art. 134 del D. L.svo n. 267/2000;

**DELIBERA**

Di dichiarare il presente atto immediatamente eseguibile.”

**ENTRA il Consigliere Cerini**

**PRESENTI N. 17**

Interviene, dunque, l'Assessore Pontecorvi.

Aperta la discussione, intervengono i Consiglieri Cerini e Crocetta.

**ENTRANO i Consiglieri Righini, Borri, Fabio D'Andrea, Ladaga, Quaglia, Nardini**

**PRESENTI N. 23**

**ESCE il Consigliere Cerini**

**PRESENTI N. 22**

Intervengono poi i Consiglieri Righini e l'Assessore Pontecorvi.

Intervengono i Consiglieri Rossi, Ladaga, Borri e Cestrilli.

Replica l'Assessore Pontecorvi.

Poi, per dichiarazione di voto, interviene il Consigliere Righini.

Interviene l'Assessore Pontecorvi. Continua nel proprio intervento il Consigliere Righini.

**ESCONO dall'Aula i Consiglieri Righini, Fabio D'Andrea, Ladaga, Quaglia, Nardini e Borri**

**PRESENTI N. 16**

Interviene il Consigliere Andreozzi.

All'esito, il Presidente pone in votazione la proposta deliberativa posta al punto 10) all'o.d.g., avente ad oggetto "Approvazione piano generale degli impianti pubblicitari per l'installazione di mezzi pubblicitari sul territorio di Velletri", sopra trascritta.

Procedutosi a votazione, per appello nominale la proposta deliberativa è APPROVATA all'UNANIMITA' dei presenti, con n. 16 VOTI FAVOREVOLI (Cugini Giuliano, Serafi, Taddei, Ciafrei, Cestrilli, Barracchia, Pallocca, De Santis, Ciarla, D'Andrea Patrizio Ivo, Bagaglini Valter, Bagaglini Vincenzo, Rossi, Crocetta, Andreozzi, Andolfi). PRESENTI E VOTANTI N. 16.

Poi il Presidente pone in votazione l'immediata eseguibilità della deliberazione.

Procedutosi a votazione, per alzata di mano, la immediata esecutività della deliberazione è APPROVATA all'UNANIMITA' dei presenti, con n. 16 VOTI FAVOREVOLI (Cugini Giuliano, Serafi, Taddei, Ciafrei, Cestrilli, Barracchia, Pallocca, De Santis, Ciarla, D'Andrea Patrizio Ivo, Bagaglini Valter, Bagaglini Vincenzo, Rossi, Crocetta, Andreozzi, Andolfi). PRESENTI E VOTANTI N. 16.

Alle h. 22.42 la seduta è tolta.

Tutti gli interventi sono riportati nel verbale estratto dalla registrazione della seduta.



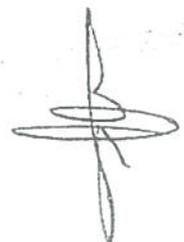
PROVINCIA DI ROMA

26 16 3.2009

# PIANO GENERALE DEGLI IMPIANTI PUBBLICITARI

## NORME TECNICHE DI ATTUAZIONE

EDIZIONE GENNAIO 2009



## TITOLO I GENERALITA'

### Art.1 Ambito di applicazione. Contenuti e finalità

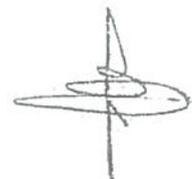
1. Il presente Piano Generale degli Impianti Pubblicitari (di seguito PGIP) disciplina l'installazione dei mezzi pubblicitari come di seguito definiti, determinandone la tipologia e la distribuzione sul territorio comunale in relazione alle esigenze di carattere economico, delle esigenze di tutela ambientale e paesaggistica, di equilibrio della localizzazione degli impianti e del rispetto delle norme di sicurezza della circolazione stradale, oltre al rispetto delle previsioni e prescrizioni urbanistiche.
2. La finalità del PGIP è quella di disciplinare i criteri e le modalità per l'installazione dei mezzi pubblicitari, al fine di contemperare la domanda del mercato con le esigenze di salvaguardia del decoro e della qualità estetica e funzionale dell'ambiente urbano.
3. La collocazione di cartelli e di altri mezzi pubblicitari è comunque subordinata ad autorizzazione amministrativa rilasciata dal Comune di Velletri ai sensi del D.lgs. n°285/92 e del relativo regolamento attuativo.

### Art.2 Quadro normativo e di riferimento

1. Le norme contenute nel presente PGIP hanno come riferimento la normativa nazionale e locale vigente, in particolare:
  - D.Lgs. 30/04/92 n. 285 Nuovo Codice della Strada, e successive modificazioni.
  - D.P.R. 16/12/1992 n. 495 Regolamento di esecuzione e attuazione del nuovo Codice della Strada, e successive modificazioni.
  - D.Lgs. 15/11/1993 n. 507, e successive modificazioni.
  - Regolamento per l'installazione di elementi di arredo sul suolo pubblico o privato gravato da servitù pubblica, approvato con delibera C.C. n. 44 del 26/07/2005.
  - Regolamento Comunale per l'applicazione dell'imposta comunale sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni.
  - Regolamento Comunale per la disciplina e la gestione delle sponsorizzazioni" approvato con Delibera C.C. n. 31 del 30/07/2008.
2. È abrogata ogni altra norma incompatibile con il presente PGIP.

### Art. 3 Definizione dei centri abitati / Zonizzazione

1. Ai fini dell'applicazione del presente PGIP il territorio comunale viene suddiviso nelle seguenti zone:
  - **zona 1) ZONA DI PARTICOLARE ATTENZIONE.** Equivale al centro storico individuato nella variante generale al P.R.G. Z.T.O. "A", approvato con delibera C.C. n.185 del 29/12/2000. In questa zona per le installazioni pubblicitarie si opererà secondo criteri di salvaguardia e tutela del contesto storico-ambientale della zona.
  - **zona 2) ZONA CENTRALE A DESTINAZIONE MISTA.** Questa zona individua le aree adiacenti il centro storico, caratterizzate da una destinazione prevalentemente residenziale e da attività commerciali e di servizi locali. Tale caratteristica rende questa zona di rilevante valore sociale, commerciale e di aggregazione. In questa zona per le installazioni pubblicitarie si opererà secondo criteri di salvaguardia del decoro urbano nel contesto della zona.
  - **zona 3) RESTANTE PARTE DEL TERRITORIO COMUNALE.** Sono le aree ricomprese all'esterno delle zone 1 e 2. Nella restante parte del territorio comunale potranno essere autorizzati impianti o mezzi pubblicitari nei limiti fissati dal Nuovo Codice della Strada.



- 2 La suddivisione soprariportata è identificata nella cartografia di zonizzazione allegata al presente PGIP.

#### Art. 4 Classificazione dei mezzi e dei messaggi pubblicitari.

1. I mezzi pubblicitari considerati dal PGIP sono classificati in funzione della durata del periodo di collocazione ed in funzione del messaggio esposto.
2. *Mezzi pubblicitari a carattere permanente.* Appartengono a questa categoria i mezzi pubblicitari la cui collocazione ha durata superiore a 90 giorni consecutivi dal rilascio dell'autorizzazione.
3. *Mezzi pubblicitari a carattere temporaneo.* Appartengono a questa categoria i mezzi pubblicitari la cui esposizione è finalizzata a eventi di durata limitata, comunque non superiore a 90 giorni consecutivi dal rilascio dell'autorizzazione, quali manifestazioni, spettacoli, mostre, fiere, offerte promozionali, ecc. . L'effettuazione di questa forma di pubblicità è ammessa solo ed unicamente per il periodo di svolgimento della manifestazione o dell'evento a cui si riferiscono, oltre che alla settimana precedente ed alle 24 ore successive all'evento stesso.
4. *Affissione pubblica e diretta.* Appartiene a questa categoria l'affissione compiuta mediante la sovrapposizioni di manifesti su apposite strutture atte a contenerli, effettuata dal Comune o dal concessionario del pubblico servizio, oltre che da soggetti privati diversi dal concessionario per l'effettuazione di affissioni dirette .
5. *Mezzi pubblicitari soggetti a particolare regolamentazione.* Appartengono a questa categoria gli impianti di pubblicità e propaganda sia di prodotti che di attività e non individuabili come mezzi pubblicitari a carattere permanente o temporaneo, la cui esposizione è variabile nel tempo.
6. *Messaggi Istituzionali / Sociali o comunque privi di rilevanza economica.* Appartengono a questa categoria i messaggi di comunicazione, informazione e diffusione di iniziative di pubblico interesse, effettuate da Enti Pubblici o di diritto pubblico, associazioni – organizzazioni e circoli senza fine di lucro.
7. *Messaggi commerciali.* Appartengono a questa categoria i messaggi pubblicitari destinati alla promozione a carattere privato di beni e/o servizi.

#### Art. 5 caratteristiche dei mezzi pubblicitari

1. I mezzi pubblicitari di cui al presente PGIP sono definiti "luminosi", quando, sia per luce propria, sia per luce indiretta, il messaggio pubblicitario risulti visibile in forma illuminata. Le caratteristiche degli impianti luminosi sono determinate ai sensi dell'art. 50 del Regolamento di esecuzione del Codice della Strada.
2. I mezzi pubblicitari devono essere realizzati nelle loro parti strutturali con materiali non deperibili e resistenti agli agenti atmosferici.
3. Le strutture di sostegno e di fondazione devono essere calcolate per resistere alla spinta del vento, saldamente realizzate ed ancorate, sia globalmente che nei singoli elementi.
4. Qualora le suddette strutture costituiscono manufatti la cui realizzazione e posa in opera è regolamentata da specifiche norme, l'osservanza delle stesse e l'adempimento degli obblighi da queste previste deve essere documentato prima del ritiro dell'autorizzazione
5. I mezzi pubblicitari hanno sagoma regolare, che in ogni caso non deve generare confusione con la segnaletica stradale. Particolare cautela è adottata nell'uso dei colori, specialmente del rosso, e del loro abbinamento, al fine di non generare confusione con la segnaletica stradale, specialmente in corrispondenza e in prossimità delle intersezioni. Occorre altresì evitare che il colore rosso utilizzato nei cartelli, nelle insegne di esercizio e negli altri mezzi pubblicitari costituisca sfondo di segnali stradali di pericolo, di precedenza e d'obbligo, limitandone la percettibilità. L'uso del colore rosso, deve essere limitato esclusivamente alla riproduzione di marchi depositati e non può comunque superare 1/5 dell'intera superficie del



5. mezzo pubblicitario.
6. La collocazione dei mezzi pubblicitari deve rispettare i criteri di un corretto ed equilibrato inserimento, sia ambientale che architettonico, per tutte le tipologie previste dal Piano Generale degli Impianti.
7. I mezzi pubblicitari devono avere sagoma regolare, che in ogni caso non può essere quella di disco, di triangolo o di esagono.

**Art. 6 Ubicazione dei mezzi pubblicitari nelle stazioni di servizio e nelle aree di parcheggio.**

1. Nelle stazioni di servizio possono essere collocate insegne di esercizio e cartelli abbinati alla promozione dei servizi resi all'interno della stazione, la cui superficie complessiva non superi il 10% delle aree occupate.
2. Nelle aree di parcheggio possono essere collocate insegne di esercizio, cartelli ed impianti per l'affissione pubblica e diretta, la cui superficie non superi il 18% dell'area complessiva del parcheggio.

**Art. 7 Divieti**

1. E' vietato collocare o affiggere cartelli o altri mezzi di pubblicità sugli edifici e nelle aree tutelati come beni culturali. Si osservano le disposizioni di cui agli artt. 49, comma 1,2 e 3, e 153 del Codice dei beni culturali e del paesaggio di cui legge n. 42/04.
2. E' vietato utilizzare alberi, pali adibiti ad altri usi o strutture provvisorie per l'apposizione di striscioni, stendardi, gonfaloni e bandiere e qualsiasi altro mezzo pubblicitario.
3. E' vietato collocare impianti pubblicitari di qualsiasi genere o affiggere spazi pubblicitari su cabine di reti tecnologiche (es. cabine Enel, Telecom, cassoni R.S.U. etc.).
4. Non è consentito installare messaggi pubblicitari sui lati e sul retro di veicoli speciali, lasciati in sosta per più giorni sia su area pubblica che privata recante la messaggia pubblicitaria in vista di strada pubblica.

**Art. 8 Disciplina di installazione per zone omogenee**

1. Sulla base delle zone omogenee definite all'art. 3 del PGIP, è ammessa l'installazione di impianti di pubblicità esterna nel rispetto di quanto indicato nei titoli successivi e nell'abaco di applicazione della normativa che definiscono caratteristiche, posizionamento, limitazioni e divieti per ogni forma pubblicitaria riconosciuta dal presente PGIP.
2. Le rappresentazioni grafiche contenute nell'abaco costituiscono una traccia progettuale di puro riferimento con la quale il richiedente potrà ottenere l'autorizzazione alla posa, gestione e manutenzione di impianti pubblicitari, in un'ottica di decoro, equilibrio e di uniformità delle installazioni.
3. Nell'istanza il richiedente potrà proporre manufatti equivalenti o simili a quelli contenuti nell'abaco, purchè rispondenti a esigenze di salvaguardia e tutela del decoro e del contesto urbano di zona.

DIRIGENTE SETTORE  
Ing. Pierpaolo Quastella

## TITOLO II PUBBLICITA' ESTERNA

Art. 9 Definizione e prescrizioni dei mezzi pubblicitari a carattere permanente soggetti ad autorizzazione

1. *Insegna di esercizio*. Scritta in caratteri alfanumerici, completata eventualmente da simboli e da marchi, realizzata e supportata con materiali di qualsiasi natura, installata nella sede dell'attività cui si riferisce o nelle pertinenze accessorie alla stessa. Può essere luminosa sia per luce propria che per luce indiretta.

a. *Insegne di esercizio all'interno della zona 1*. Gli esercizi commerciali all'interno di questa zona sono divenuti, nel corso degli anni, beni da tutelare e testimonianze di civiltà che costituiscono parte integrante della storia Veliterna.

Al fine di salvaguardare una tradizione che rischia di scomparire, e per limitare il processo di radicale trasformazione che stanno subendo le strade del centro storico per l'avvento di varie attività commerciali che, con i propri elementi di arredo, si pongono spesso in contrasto con gli edifici e le strade in cui vanno ad inserirsi, vi sarà una maggiore discrezionalità da parte dell'Amministrazione Comunale circa la modifica e il rilascio di autorizzazioni.

Per quanto sopra indicato le insegne di esercizio devono rispettare l'architettura degli edifici ed essere congruenti con il resto del contesto urbano.

La dimensione dell'insegna di esercizio dovrà essere opportunamente proporzionata alle misure della vetrina ed alle dimensioni della sede stradale nonché tenere conto del tipo di traffico prevalente.

I materiali impiegati dovranno essere coerenti con quelli dell'edificio sia dal punto di vista epocale che tecnologico, mai deperibili e resistenti agli agenti atmosferici.

Per la realizzazione di tali manufatti è preferito l'impiego di lastre di alluminio: bombato per le insegne monofacciali da applicare a muro, rollato per le insegne monofacciali da applicare sopravetrina, a mezzotondo per le insegne a bandiera.

Forma, decori, colori e caratteri devono rifarsi ai modelli del passato, in generale devono perseguire obiettivi di leggerezza e trasparenza che riducano invasività sulla facciata.

Le insegne a bandiera aggettanti su marciapiede (staffe di fissaggio comprese) non devono superare la larghezza di 0.8 mt, e poste ad una altezza non inferiore a 3,5 mt. da piano di calpestio, tale dimensione potrà essere ridotta solo in presenza di tende, portici e balconi.

Le insegne a bandiera aggettanti su strada (staffe di fissaggio comprese) non devono superare la larghezza di 0.8 mt, e poste ad una altezza non inferiore a 4,5 mt. Le insegne a bandiera non potranno superare la superficie di mq. 1 Le insegne sopravetrina non potranno superare la superficie di mq. 2 per ogni vetrina, le insegne a muro non potranno superare la superficie di mq.1

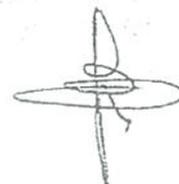
I sistemi di illuminazione delle insegne potranno essere solo di tipo indiretto mettendo in risalto i caratteri della decorazione dell'insegna e della facciata dell'edificio. E' vietato l'uso di illuminazione intermittente, di colore rosso e di intensità luminosa tale da procurare anche il minimo abbagliamento.

b. *Insegne di esercizio all'interno delle zone 2e3* Le insegne di esercizio all'interno delle zone 2e3 non presentando particolari esigenze di regolamentazione, saranno autorizzate nel rispetto dei limiti fissati dalle norme richiamate all'art. 2 del presente P.G.I.P.

2. *Preinsegna e segnaletica stradale pubblicitaria*. Scritta in caratteri alfanumerici, completata da frecce di orientamento, ed eventualmente da simboli e da marchi, realizzata su manufatto bifacciale e bidimensionale di dimensioni cm. 125 x 25, 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 stessa e comunque nel raggio di 5 km. Non può essere luminosa, né per luce propria, né per luce indiretta.
3. *Cartello*. Manufatto bidimensionale supportato da un'ideale 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.
4. *Impianto a messaggio variabile o a led luminosi*. Manufatto bidimensionale supportato da un'ideale struttura di sostegno, con una sola o entrambe le facce finalizzate alla diffusione di messaggi pubblicitari o propagandistici, caratterizzati dall'impiego di diodi luminosi o lampadine e similari, che mediante controllo elettromeccanico o elettronico, comunque programmato, permettano la diffusione di messaggi pubblicitari, anche in forma intermittente o variabile.
5. *Impianto pubblicitario di servizio*. Qualunque manufatto avente quale scopo primario un servizio di pubblica utilità nell'ambito dell'arredo urbano e stradale (pensiline e paline di fermata bus, transenne parapetonali, segnalatori di servizio, cestini getta carta, orologi, ecc.) recanti uno spazio pubblicitario che può anche essere luminoso sia per luce diretta che per luce indiretta.
6. *Targa*. Scritta in caratteri alfa numerici, completata eventualmente da un simbolo o da un marchio, utilizzabile solo su una facciata, integrata su supporto in metallo, pietra, legno, o materiali trasparenti, posta in opera esclusivamente in aderenza alla struttura muraria dell'ingresso della sede dell'attività svolta, avente dimensioni massime cm. 50 x 60. In caso di più attività presenti nella stessa struttura le targhe dovranno essere realizzate da elementi modulari del medesimo materiale e tipo di carattere. Non può essere luminosa né per luce propria, né per luce indiretta.
7. *Tenda solare o Ombrellone*. Qualunque manufatto mobile o semimobile in tessuto o in materiale assimilabile posto esternamente a protezione di vetrine o ingressi o in prossimità di esercizi commerciali. L'apposizione di tende solari e ombrelloni devono rispettare le prescrizioni stabilite nel regolamento comunale per l'installazione di arredo sul suolo pubblico o privato gravato da servitù pubblica, approvato con delibera C.C. n. 44 del 26/07/2005.
8. *Dehors stagionali e controventature*. Strutture composite smontabili e stagionali, chiuse lateralmente e frontalmente da superfici rigide e trasparenti e superiormente con elementi di copertura a telo, anche opachi. L'apposizione Dehors stagionali e controventature devono rispettare le prescrizioni stabilite nel regolamento comunale per l'installazione di arredo sul suolo pubblico o privato gravato da servitù pubblica, approvato con delibera C.C. n. 44 del 26/07/2005.
9. *Vetrinetta*. Manufatto, supportato da idonea struttura o applicato a muro, finalizzato alla esposizione di campioni di merce e messaggi pubblicitari. Può essere luminosa per luce propria.

**Art. 10 Definizione e prescrizioni dei mezzi pubblicitari a carattere temporaneo soggetti ad autorizzazione**

1. *Striscione*. Elemento bidimensionale realizzato in materiale di qualsiasi natura, privo di rigidità, mancante di superficie di appoggio o comunque non aderente alla stessa, esclusivamente finalizzato alla promozione di messaggi pubblicitari. Esso è caratterizzato dalla particolare lunghezza atta a permetterne il posizionamento a scavalco della sede



stradale; deve essere ancorato sia sul lato superiore che su quello inferiore.

I siti di posa ed installazione assentiabili sono quelli indicati nella cartografia di zonizzazione allegata al presente PGIP.

2. *Locandina*. Elemento bidimensionale realizzato in materiale di qualsiasi natura, privo di rigidità, mancante di superficie di appoggio o comunque non aderente alla stessa, esclusivamente finalizzato alla promozione di messaggi pubblicitari.  
Esso è caratterizzato dal particolare ancoraggio solo sul lato superiore e dalle limitate dimensioni rispetto allo striscione.  
Può essere luminoso per luce indiretta.
3. *Stendardo o Bandiera*. Elemento bidimensionale realizzato in materiale di qualsiasi natura, privo di rigidità, mancante di superficie di appoggio o comunque non aderente alla stessa, esclusivamente finalizzato alla promozione di messaggi pubblicitari.  
Esso è caratterizzato dal particolare fissaggio solo su di un lato o comunque sventolante tipo bandiera.  
Può essere luminoso per luce indiretta.
4. *Segno Orizzontale Reclamistico*. Consiste nella riproduzione sulla superficie stradale, o comunque calpestabile o transitabile, con pellicole adesive o altro metodo grafico, di scritte in caratteri alfanumerici, di simboli e di marchi, finalizzata alla diffusione di messaggi pubblicitari o propagandistici.
5. *Volantino*. Elemento bidimensionale realizzato in materiale di qualsiasi natura, di norma privo di rigidità, finalizzato alla diffusione di messaggi pubblicitari o propagandistici.  
L'attività di "Volantinaggio" consiste nella effettuazione di attività pubblicitaria e promozionale attraverso la distribuzione di Volantini.  
Equivalenza alla attività di volantinaggio l'effettuazione di pubblicità mediante persone circolanti con cartelli o altri mezzi, esclusi i mezzi sonori, comunque idonei alla diffusione di messaggi pubblicitari.  
L'effettuazione di attività di volantinaggio, mediante l'abbandono in luoghi all'aperto del volante in assenza di persona è vietata su tutto il territorio comunale.
6. *Pubblicità Fonica o Sonora*. Qualunque impianto tecnico idoneo ad effettuare la diffusione attraverso onde sonore di messaggi pubblicitari o propagandistici.  
Può essere effettuata in forma fissa o itinerante, con veicoli o senza.  
E' considerata pubblicità sonora anche quella effettuata a viva voce, quando per il particolare modo di effettuazione può essere assimilata alle forme di cui sopra, in tal caso con l'unica eccezione relativa alla assenza di attrezzature di amplificazione della voce.  
L'effettuazione di tale formula pubblicitaria può essere autorizzata e diffusa unicamente per manifestazioni di carattere commerciale, politico, sportivo, culturale, sociale, religioso, di ordine pubblico e simili, e sono stabiliti i seguenti limiti e divieti:
  - a) sulle strade, o comunque all'aperto, è consentita nei giorni feriali dalle ore 09,00 alle ore 13,00 e dalle ore 16,30 alle ore 19,30.
  - b) è vietato in modo permanente la pubblicità sonora nelle zone ospedaliere, case di riposo, nei pressi degli istituti scolastici limitatamente alle ore di lezione, cimiteri, luoghi di culto;
  - c) la pubblicità fonica o sonora dovrà essere effettuata nel rispetto dei limiti al rumore fissati dal Decreto del Presidente del Consiglio dei Ministri 1 marzo 1991;
  - d) la effettuazione di pubblicità fonica o sonora con veicoli deve obbligatoriamente svolgersi in forma itinerante, nel pieno rispetto delle norme del Codice della Strada, senza causare intralcio alla circolazione e con l'obbligo di sospendere la diffusione acustica nelle soste o altri casi di arresto della marcia del veicolo.



**Art. 11 Definizione e prescrizioni dei mezzi pubblicitari soggetti a particolare regolamentazione.**

1. *Vetrofania*. Consiste nella riproduzione, su superfici vetrate, con pellicole adesive, di scritte in caratteri alfanumerici, di simboli e di marchi, finalizzata alla diffusione di messaggi pubblicitari e/o propagandistici dell'attività svolta all'interno di un esercizio commerciale. Forma, decori, colori e caratteri delle riproduzioni grafiche sulle vetrine devono perseguire obiettivi di leggerezza, trasparenza e proporzione che riducano invasività sulla facciata dell'edificio ed il resto del contesto urbano.  
L'apposizione di pellicole adesive sulle superfici vetrate degli esercizi commerciali presenti all'interno della zona 1, dovranno rispettare i criteri salvaguardia ambientale indicati all'art. 9, comma 1, lettera a (insegne di esercizio) del presente P.G.I.P.
2. *Contenitore pubblicitario*. Manufatto supportato da idonea struttura, posato semplicemente al suolo, per la diffusione a mezzo raccolta di volantini e pubblicazioni periodiche per la promozione di beni e servizi, esposto esclusivamente in prossimità e nelle pertinenze di edicole o dove si svolge l'attività pubblicizzata.
3. *Mezzo pubblicitario pittorico*. Manufatto bidimensionale, monofacciale, finalizzato alla diffusione di messaggi pubblicitari o propagandistici, ancorato sulle strutture temporanee dei cantieri edili, quali ponteggi recinzioni o altre strutture di servizio alle costruzioni. Su tali manufatti è ammessa la riproduzione di messaggi pubblicitari diversi dalle affissioni dirette.  
La superficie del mezzo pubblicitario non può essere maggiore del 50% del ponteggio o della recinzione, tale limite non si applica nel caso in cui venga riprodotto il disegno della facciata oggetto dei lavori.
4. *Progetti particolareggiati*. Interventi finalizzati alla realizzazione di opere od attività di rilevante interesse per la collettività, che prevedono adeguata propaganda e diffusione pubblicitaria per l'attività svolta, da elaborare come disciplinato dal "Regolamento Comunale per la disciplina e la gestione delle sponsorizzazioni" approvato con Delibera C.C. n. 31 del 30/07/2008.



### TITOLO III

## AFFISSIONI PUBBLICHE E DIRETTE

#### Art. 12 Finalità

1. Finalità del presente titolo è quella di disciplinare i criteri e le modalità di suddivisione degli impianti destinati all'affissione pubblica, e quelli da destinare all'affissione diretta, al fine di contemperare la domanda del mercato con le esigenze di salvaguardia del decoro e della qualità estetica e funzionale dell'ambiente urbano.
2. Per impianti di pubbliche affissioni si intendono tutti gli impianti di proprietà del Comune, collocati esclusivamente su aree pubbliche o immobili privati sui quali il Comune esercita il diritto di affissione.
3. Per impianti di affissione diretta si intendono impianti da attribuire a soggetti privati diversi dal Comune di Velletri o dal concessionario del pubblico servizio, collocati esclusivamente su aree pubbliche, per affissioni di manifesti e simili.

#### Art. 13 Definizione dei mezzi pubblicitari destinati alle affissioni pubbliche e dirette

1. *Stendardo per Affissioni*. Manufatto bidimensionale supportato da un'ideale struttura di sostegno, con una sola o entrambe le facce finalizzato esclusivamente alla sovrapposizione di Manifesti.  
Può essere luminoso per luce indiretta.
2. *Tabella per affissioni*. Manufatto bidimensionale ancorato a muro, finalizzato esclusivamente alla sovrapposizione di Manifesti.  
Può essere luminoso per luce indiretta.
3. *Bacheca*. Manufatto supportato da idonea struttura di sostegno o applicato a muro, finalizzato alla esposizione, tramite applicazione per sovrapposizione all'interno della bacheca, di messaggi relativi all'attività sociale o propagandistici di attività.  
Non può essere luminosa né per luce propria, né per luce indiretta.
4. *Poster per affissioni*. Manufatto bidimensionale supportato da un'ideale struttura o applicato a muro, con una sola o entrambe le facce finalizzate esclusivamente alla sovrapposizione di manifesti di grande formato.  
Può essere luminoso per luce indiretta.
5. *Manifesto*. Elemento bidimensionale realizzato in materiale di qualsiasi natura, privo di rigidità, finalizzato alla diffusione di messaggi pubblicitari o propagandistici.  
Esso è posto in opera per sovrapposizione su idoneo impianto per affissioni,  
Non può essere luminoso né per luce propria né per luce indiretta.

#### Art. 14 Criteri di individuazione degli spazi e collocazione degli impianti di affissione.

1. Per ogni tipologia di impianto indicato all'art.13 sono stati previsti criteri di collocazione specifici per garantire una corretta ed efficace fruizione dei messaggi. Gli elaborati relativi a tali criteri sono contenuti nell'abaco distributivo del presente PGIP.
2. Le caratteristiche e le dimensioni dei manifesti determinano i criteri di massima da seguire per la collocazione degli stessi.
  - a) **Manifesti di formato inferiore a cm 70 x 100**  
Sono realizzati in questo formato locandine, manifesti funerari, avvisi di manifestazioni culturali e di offerte commerciali  
Il formato ed il contenuto determinano una fruizione molto ravvicinata e lenta.  
Gli spazi preferiti sono le zone 1 e 2 e le zone antistanti edifici pubblici, parchi e giardini, piazze.



Per i manifesti funebri, è previsto uno specifico supporto; gli ambiti preferibili, oltre a quelli precedentemente indicati, sono quelli vicini a chiese ed ospedali e cimiteri

**b) Manifesti cm 70 x 100**

Sono realizzati in questo formato la maggior parte dei manifesti culturali, istituzionali e commerciali di ambito locale.

Il formato ed il contenuto determinano una fruizione ravvicinata e lenta

Gli spazi preferiti sono le zone 1 e 2 e le zone antistanti edifici pubblici, parchi e giardini, piazze.

**c) Manifesti cm 100 x 140**

Sono in questo formato manifesti culturali di interesse regionale, manifesti cinematografici e commerciali.

L'affissione è preferibile su tabelle a muro o su standardi.

**d) Manifesti cm. 140 x 200, cm. 200 x 140.**

Formato quasi esclusivamente commerciale, anche quando utilizzato per pubblicizzare attività culturale; si tratta in genere di avvenimento di tale rilevanza da assumere comunque un preminente aspetto economico e quindi non assimilabile a comunicazione di pubblica utilità.

**e) Manifesti cm 600 x 300**

Formato prevalentemente destinato per messaggi commerciali in affissione diretta.

**Art. 15 Quantificazione degli impianti destinati all'affissione pubblica**

1. in conformità a quanto dispone il III comma del D.Lgs. 15.11.1993, n. 507 tenuto conto che, la popolazione del Comune di Velletri risulta essere all'ultimo censimento Istat dell'anno 2001 di 48.236 abitanti, la superficie degli impianti da adibire alle pubbliche affissioni è stabilita in complessivi mq 2.000, proporzionata al predetto numero di abitanti e, comunque, non inferiore a mq 18 per ogni 1.000 abitanti.
2. la superficie complessiva degli impianti per le pubbliche affissioni, sopra determinata, è così ripartita:

messaggi privi di rilevanza economica / istituzionale:	mq. 100
messaggi privi di rilevanza economica / culturale e sportiva:	mq. 180
messaggi privi di rilevanza economica / messaggistica politica e sindacale:	mq. 170
messaggi privi di rilevanza economica / messaggistica necrologica:	mq. 100
messaggi di rilevanza economica / messaggistica commerciale:	mq. 1400

**Art. 16 Quantificazione degli impianti destinati all'affissione diretta**

1. La superficie degli impianti da attribuire a soggetti privati, diversi dal concessionario del pubblico servizio viene determinata in mq. 400.

## TITOLO IV AUTORIZZAZIONI

### Art. 17 Autorizzazione Impianti pubblicitari

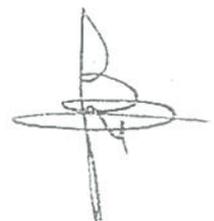
1. L'installazione e la diffusione di messaggistica pubblicitaria lungo le strade o in vista di esse, è soggetta ad autorizzazione ai sensi dell'art. 23, commi 4 e 5, del Codice della Strada.
2. Ai fini dell'applicazione delle norme si applicano le definizioni contenute nel presente PGIP
3. L'autorizzazione è rilasciata facendo salvi eventuali diritti di terzi, nonché qualsiasi nullasto o eventuale autorizzazione di competenza di altre autorità o enti (ANAS, Provincia, Regione, FF.SS., ecc.) che dovranno essere richiesti direttamente dagli interessati agli enti preposti.

### Art. 18 Domanda per Autorizzazione dei mezzi pubblicitari a carattere permanente

1. La domanda, indirizzata all'ufficio competente, deve essere presentata all'Ufficio Protocollo Generale del Comune di Velletri, compilata sui moduli preposti, e corredata dei seguenti documenti:
  - a) progetto quotato in scala adeguata dell'opera e relativa descrizione tecnica, dai quali siano individuabili gli elementi essenziali dell'opera e la sua collocazione, compreso il disegno del possibile supporto, debitamente firmato dal titolare dell'impresa esecutrice o dall'interessato.
  - b) bozzetto colorato, del messaggio pubblicitario da esporre.
  - c) documentazione fotografica che illustri il punto di collocazione e dell'ambiente circostante;
  - d) planimetria ove è riportata la posizione nella quale si chiede l'autorizzazione alla installazione.
  - e) autodichiarazione redatta ai sensi della Legge 445/2000, con la quale si attesta che l'impianto pubblicitario che si intende collocare è stato calcolato e realizzato e sarà posto in opera tenendo conto della natura del terreno e della spinta del vento, in modo da garantirne la stabilità. Inoltre che il manufatto è realizzato con materiale non deperibile e resistente agli agenti atmosferici.
  - f) copia dichiarazione di conformità di cui alla legge 37/08, per gli impianti pubblicitari luminosi o, in alternativa, dichiarazione di impegno della ditta costruttrice o installatrice l'impianto luminoso, accompagnata da certificato di iscrizione alla C.C.I.A.A., che produrrà la necessaria dichiarazione di conformità entro 30 gg. dall'installazione dell'impianto, come previsto dalla legge 37/08.
  - g) copia del nullasto tecnico dell'ente proprietario della strada, qualora richiesto;
  - h) parere della Soprintendenza ai Beni Ambientali ed Architettonici della Regione Lazio, qualora richiesto.
  - i) Nulla osta del proprietario o amministratore dell'immobile, o del fondo, per lo sfruttamento della superficie da adibirsi alla collocazione del mezzo pubblicitario, qualora necessario
2. Per il rilascio dell'autorizzazione alla collocazione di targhe indicanti professioni mediche, strutture sanitarie, farmaceutiche e veterinarie l'interessato dovrà produrre copia conforme dell'autorizzazione all'apposizione della targa rilasciata dall'Ordine di appartenenza.

### Art. 19 Domanda per Autorizzazione dei mezzi pubblicitari a carattere temporaneo

1. Per l'effettuazione di pubblicità temporanea per striscioni, locandine, bandiere, e segni orizzontali reclamistici, la domanda deve essere presentata almeno 10 giorni prima del previsto posizionamento, indirizzata all'ufficio competente, deve essere presentata



all'Ufficio Protocollo Generale del Comune di Velletri, compilata sui moduli preposti, e corredata dei seguenti documenti in duplice:

- a) bozzetto colorato del messaggio pubblicitario da esporre.
  - b) documentazione fotografica che illustri il punto di collocazione e dell'ambiente circostante;
  - c) planimetria ove è riportata la posizione nella quale si chiede l'autorizzazione alla installazione.
  - d) autodichiarazione redatta ai sensi della Legge 445/2000, con la quale si attesta che il mezzo pubblicitario che si intende collocare è stato calcolato e realizzato e sarà posto in opera tenendo conto del punto di ancoraggio e della spinta del vento, in modo da garantirne la stabilità. Inoltre che il manufatto è realizzato con materiale non deperibile e resistente agli agenti atmosferici.
  - e) copia del nullaosta tecnico dell'ente proprietario della strada, qualora richiesto;
  - f) Nulla osta del proprietario o amministratore dell'immobile, o del fondo, per lo sfruttamento della superficie da adibirsi alla collocazione del mezzo pubblicitario, qualora necessario.
2. Per l'effettuazione dell'attività di volantinaggio, la domanda, indirizzata all'ufficio competente, deve essere presentata all'Ufficio Protocollo Generale del Comune di Velletri, compilata sui moduli preposti, e corredata dei seguenti documenti in duplice copia
- a) generalità complete e codice fiscale del richiedente;
  - b) periodo di effettuazione del volantinaggio;
  - c) vie o località interessate al volantinaggio;
  - d) numero dei volantini che si intende distribuire;
  - e) numero di persone che effettueranno la distribuzione.
- Alla domanda dovrà essere allegata copia del volantino.
3. Per l'effettuazione di pubblicità fonica o sonora, la domanda, indirizzata all'ufficio competente, deve essere presentata all'Ufficio Protocollo Generale del Comune di Velletri, compilata sui moduli preposti, e corredata dei seguenti documenti in duplice copia:
- a) generalità del richiedente, complete del codice fiscale;
  - b) indicazione della tipologia di pubblicità fonica o sonora, per la quale si richiede l'autorizzazione;
  - c) testo del messaggio pubblicitario che dovrà essere diffuso;
  - d) periodo di effettuazione della pubblicità;

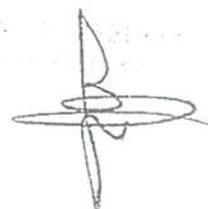
Nel caso di pubblicità effettuata mediante impianti di amplificazione, indicazione relativa al luogo in cui si richiede l'installazione dell'impianto, qualora non in luogo chiuso;

Nel caso di pubblicità effettuata mediante impianti di amplificazione installati su veicoli, estremi del veicolo con il quale sarà effettuata la pubblicità

Nel caso di pubblicità effettuata in forme diverse, descrizione delle modalità di effettuazione della pubblicità.

#### Art. 20 Domanda per Autorizzazione dei mezzi pubblicitari soggetti a particolare regolamentazione

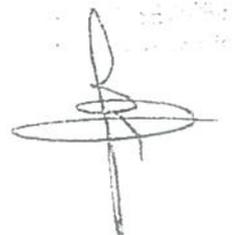
1. Per l'apposizione di vetrofanie, non è prevista una specifica autorizzazione deve essere fatta pervenire comunicazione scritta nella quale sono indicati:
  - a) Generalità del richiedente, complete di codice fiscale, con l'indicazione dell'attività oggetto di richiesta.
  - b) Disegno quotato, in scala adeguata, con l'indicazione della superficie occupata dalla vetrina
  - c) Bozzetto colorato, del messaggio pubblicitario da esporre
  - d) Documentazione fotografica che illustri il punto di collocazione e dell'ambiente circostante;



2. Per la posa di contenitori pubblicitari, la domanda, indirizzata all'ufficio competente, deve essere presentata all'Ufficio Protocollo Generale del Comune di Velletri, compilata sui moduli preposti, e corredata dei seguenti documenti:
  - a) Descrizione tecnica del manufatto che si intende collocare dove siano individuabili gli elementi essenziali dell'opera e la sua collocazione, compreso il disegno del possibile supporto,
  - b) planimetria ove è riportata la posizione nella quale si chiede l'autorizzazione alla installazione.
  - c) autodichiarazione redatta ai sensi della Legge 445/2000, con la quale si attesta che il mezzo pubblicitario che si intende collocare è stato calcolato e realizzato e sarà posto in opera tenendo conto della natura del terreno e della spinta del vento, in modo da garantirne la stabilità. Inoltre che il manufatto è realizzato con materiale non deperibile e resistente agli agenti atmosferici.
  - d) Nulla osta del proprietario o amministratore dell'immobile, o del fondo, per lo sfruttamento della superficie da adibirsi alla collocazione del mezzo pubblicitario, qualora necessario.
3. Per l'installazione di mezzo pubblicitario pittorico, la domanda, indirizzata all'ufficio competente, deve essere presentata all'Ufficio Protocollo Generale del Comune di Velletri, compilata sui moduli preposti, e corredata dei seguenti documenti:
  - a) progetto quotato in scala adeguata dell'opera e relativa descrizione tecnica, dai quali siano individuabili gli elementi essenziali dell'opera e la sua collocazione, compreso il disegno del possibile supporto, debitamente firmato dal titolare dell'impresa esecutrice o dall'interessato.
  - b) bozzetto colorato, del messaggio pubblicitario da esporre.
  - c) documentazione fotografica che illustri il punto di collocazione e dell'ambiente circostante;
  - d) planimetria ove è riportata la posizione nella quale si chiede l'autorizzazione alla installazione.
  - e) auto dichiarazione redatta ai sensi della Legge 445/2000, con la quale si attesta che il mezzo pittorico che si intende collocare è stato calcolato e realizzato e sarà posto in opera tenendo conto della natura della superficie di appoggio e della spinta del vento, in modo da garantirne la stabilità. Inoltre che il manufatto è realizzato con materiale non deperibile e resistente agli agenti atmosferici.
  - f) copia dichiarazione di conformità di cui alla legge 37/08, per gli impianti pubblicitari luminosi o, in alternativa, dichiarazione di impegno della ditta costruttrice o installatrice l'impianto luminoso, accompagnata da certificato di iscrizione alla C.C.I.A.A., che produrrà la necessaria dichiarazione di conformità entro 30 gg. dall'installazione dell'impianto, come previsto dalla legge 37/08.
  - g) copia del nullaosta tecnico dell'ente proprietario della strada, qualora richiesto;
  - g) parere della Soprintendenza ai Beni Ambientali ed Architettonici della Regione Lazio, qualora richiesto.
  - h) Nulla osta del proprietario o amministratore dell'immobile, o del fondo, per lo sfruttamento della superficie da adibirsi alla collocazione del mezzo pubblicitario, qualora necessario.

#### Art.21 Istruttoria e rilascio dell'autorizzazione

1. L'autorizzazione per l'effettuazione di pubblicità a carattere permanente e soggetta a particolare regolamentazione, è affidata al Settore Edilizia Privata.
2. L'autorizzazione per l'effettuazione di pubblicità a carattere temporaneo è affidata al Settore XI - Polizia Locale.

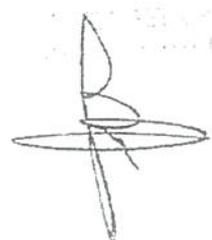


#### Art. 25 Obblighi del titolare dell'autorizzazione

1. È fatto obbligo al titolare dell'autorizzazione di:
  - a) verificare il buono stato di conservazione dei cartelli, delle insegne di esercizio e degli altri mezzi pubblicitari e delle loro strutture di sostegno;
  - b) effettuare tutti gli interventi necessari al loro buon mantenimento;
  - c) adempiere nei tempi richiesti a tutte le prescrizioni impartite dal Comune di Velletri al momento del rilascio dell'autorizzazione o anche successivamente per intervenute e motivate esigenze;
  - d) procedere alla rimozione nel caso di decadenza o revoca dell'autorizzazione o di insussistenza delle condizioni di sicurezza previste all'atto dell'installazione o di motivata richiesta da parte dell'ente competente al rilascio;
  - e) su ogni mezzo pubblicitario autorizzato dovrà essere saldamente fissata una targhetta non deteriorabile, posta in posizione facilmente accessibile, sulla quale sono riportati, con caratteri incisi, i seguenti dati:
    - amministrazione rilasciante;
    - soggetto titolare;
    - numero dell'autorizzazione;
    - progressiva chilometrica o sito di installazione
    - data di scadenza.
2. La targhetta di cui sopra deve essere sostituita ad ogni rinnovo dell'autorizzazione ed ogni qualvolta intervenga una variazione di uno dei dati su di essa riportati.
3. L'autorizzazione non esonera il titolare dall'obbligo di attenersi strettamente, sotto la propria responsabilità, alle leggi e ai regolamenti vigenti, nonché ad ogni eventuale diritto di terzi o a quanto prescritto dai regolamenti condominiali ove previsto.
4. È fatto obbligo al titolare dell'autorizzazione, rilasciata per la posa di pubblicità a carattere temporaneo, di provvedere alla rimozione degli stessi entro le 24 ore successive alla conclusione della manifestazione pubblicizzata, ripristinando il preesistente stato dei luoghi ed il preesistente grado di aderenza delle superfici stradali.

#### Art. 26 Decadenza dell'autorizzazione

1. Costituiscono cause di decadenza dell'autorizzazione per la collocazione qualsiasi mezzo pubblicitario:
  - a) la mancata osservanza delle condizioni alle quali fu subordinata l'autorizzazione;
  - b) la mancata realizzazione dell'opera entro 180 giorni dal rilascio dell'autorizzazione;
  - c) il mancato ritiro dell'autorizzazione entro 60 giorni dal decorso del termine di 30 giorni previsto per il rilascio di essa.
2. Costituiscono cause di decadenza dell'autorizzazione per la collocazione di targhe professionali, tende e insegne di esercizio, anche:
  - a) la cessazione o il trasferimento dell'attività,
  - b) l'annullamento o la revoca, l'inesistenza o l'irregolarità della autorizzazione all'esercizio dell'attività;
  - c) la non rispondenza del messaggio autorizzato alle attività cui esso si riferisce.



## TITOLO V DISPOSIZIONI COMUNI E FINALI

### Art. 27 Sanzioni Amministrative

1. Le violazioni alle norme del presente PGIP che costituiscono infrazione al Codice della Strada ed al relativo PGIP di esecuzione, sono punite con le sanzioni amministrative pecuniarie ed accessorie previste dall'art. 23 del Codice della Strada, secondo le modalità di cui al Titolo VI del Codice stesso.
2. Per tutte le altre violazioni alle norme del presente PGIP, come anche delle disposizioni legislative riguardanti la effettuazione della pubblicità e delle disposizioni contenute nei provvedimenti relativi alla installazioni degli impianti o alla effettuazione di particolari forme di pubblicità, si applicano le sanzioni di cui all'art. 24, del D.L.vo 507/93.
3. Dell'accertamento delle violazioni di cui ai precedenti commi 1 e 2, ne sarà data comunicazione all'Ufficio competente per le funzioni di cui all'art. 11 del D.L.vo 507/93.
4. Il termine per la rimozione di cui all'art. 24, comma 2, del D.L.vo 507/93, è fissato in 15 giorni, fatti salvi i casi di immediato pericolo per la sicurezza delle persone, per i quali il termine è stabilito dall'organo di vigilanza che accerta la violazione. L'interessato può in ogni caso, entro il termine previsto per l'esecuzione della rimozione, rivolgere istanza motivata all'Amministrazione Comunale per ottenere una proroga di tale termine: l'Amministrazione Comunale decide con apposita ordinanza.

### Art. 28 Norme Transitorie

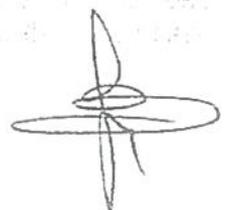
1. I mezzi pubblicitari installati sulla base di autorizzazioni in essere all'entrata in vigore del presente regolamento e non rispondenti alle disposizioni dello stesso, dovranno essere adeguati alla nuova normativa entro 12 mesi dalla sua entrata in vigore a cura e spese del titolare dell'autorizzazione.
2. Alla presenza di norme di legge che dispongono termini diversi devono essere applicati questi ultimi salvo che la normativa stessa non dispone deroghe al riguardo.

### Art. 29 Norme Finali

1. Per tutto quanto non previsto dal presente PGIP, si applicano le disposizioni delle normative richiamate all'art. 2 del presente PGIP.
2. Il presente PGIP è automaticamente modificato o integrato qualora le norme legislative di cui all'art. 2 sono modificate o integrate.
3. E' abrogata ogni altra norma regolamentare incompatibile con le disposizioni del presente PGIP.

### Art. 30 Entrata in Vigore

1. Il presente PGIP, entra in vigore decorsi 15 gg. dalla pubblicazione all'albo pretorio.

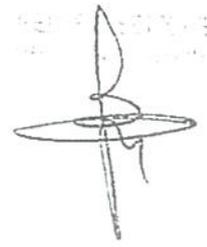




## PIANO GENERALE DEGLI IMPIANTI PUBBLICITARI

ABACO PER L'APPLICAZIONE DELLE  
NORME TECNICHE DI ATTUAZIONE

11/11/2011  
11/11/2011



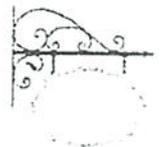
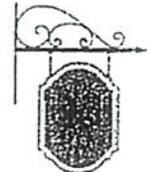
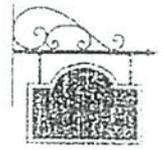
definizione P.G.I.P.

classifica P.G.I.P.

INSEGNA DI ESERCIZIO

Pubblicità esterna permanente

CARATTERISTICHE TECNICHE  
INSEGNE DI ESERCIZIO COLLOCATE ALL'INTERNO DELLA ZONA 1



INSEGNA A SOPRAVETRINA

INSEGNA A MURO

INSEGNA A BANDIERA

Caratteristica	Prescrizioni	Rif. Normativo
superficie massima ammessa	Insegna a bandiera: 1,0 mq. Insegna sopravetrina: mq. 2,0 Insegna a muro: mq. 1,0	art. 48 D.P.R. 495/92
caratteristiche strutturali	materiali non deperibili, resistenza alla spinta del vento e del carico della neve	art. 49 C.1e2 D.P.R. 495/92
presenza del colore rosso	non superiore a 1/5 della superficie	art. 49 C.4 D.P.R. 495/92
luminosità	illuminabile	art. 50 D.P.R. 495/92
variabilità del messaggio	non ammesso	art. 51 D.P.R. 495/92

NOTE

INSEGNE DI ESERCIZIO COLLOCATE ALL'INTERNO DELLA ZONA 1

La dimensione dell'insegna di esercizio dovrà essere opportunamente proporzionata alle misure della vetrina ed alle dimensioni della sede stradale nonché tenere conto del tipo di traffico prevalente.  
I materiali impiegati dovranno essere coerenti con quelli dell'edificio sia dal punto di vista epocale che tecnologico, mai deperibili e resistenti agli agenti atmosferici.

Per la realizzazione di tali manufatti è preferito l'impiego di lastre di alluminio: bombato per le insegne monofacciali da applicare a muro, rollato per le insegne monofacciali da applicare sopravetrina, a mezzotondo per le insegne a bandiera.  
Forma, decori, colori e caratteri devono rifarsi ai modelli del passato, in generale devono perseguire obiettivi di leggerezza e trasparenza che riducano invasività sulla facciata.

INSEGNE DI ESERCIZIO COLLOCATE ALL'INTERNO DELLE ZONE 2; 3

Le insegne di esercizio all'interno delle zone 3, non presentando particolari esigenze di regolamentazione, saranno autorizzate nel rispetto dei limiti fissati dalle norme richiamate all'art. 2 del P.G.I.P.

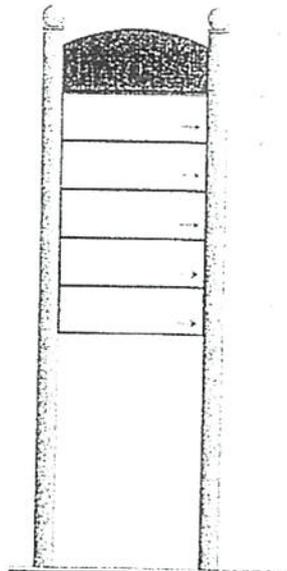
definizione P.G.I.P.

PREINSEGNA E SEGNALETICA STRADALE PUBBLICITARIA

classifica P.G.I.P.

Pubblicità esterna permanente

CARATTERISTICHE TECNICHE



SEGNALETICA DI INDICAZIONE PER ZONA 2,3

SEGNALETICA DI INDICAZIONE PER ZONA 1

Caratteristica	Prescrizioni	Rif. Normativo
superficie massima ammessa	Zona 1: 0,72 mq. Zona 2, 3: mq. 1,875	art.48 D.P.R. 495/92
dimensioni	Zona 1: 0,6 x 0,2 mt. Zona 2, 3: 1,25 x 0,25 mt	art.48 D.P.R. 495/92
caratteristiche strutturali	materiali non deperibili, resistenza alla spinta del vento e del carico della neve	art.49 C.1e2 D.P.R. 495/92
presenza del colore rosso	non superiore a 1/5 della superficie	art.49 C.4 D.P.R. 495/92
bordo inferiore da banchina	Zona 1: minimo mt. 0,50 dal marciapiede. Non deve essere collocato in elevazione sul marciapiede e non deve intralciare il passaggio pedonale. Zona 2, 3: se prospetta su passaggio pedonale min. mt. 2,2; se non prospetta su passaggio pedonale min. mt 1,5	art.49 C.5 D.P.R. 495/92
luminosità	Non ammessa	art.50 D.P.R. 495/92
variabilità del messaggio	non ammesso	art.51 D.P.R. 495/92

DISTANZE MINIME ESPRESSE IN METRI (art. 51 C.4 D.P.R. 495/92)

Zona Omogenea (n.a. = installazione non ammessa)	ZONA 1		ZONA 2		ZONA 3	
	PAR.	PERP.	PAR.	PERP.	PAR.	PERP.
Orientamento (parallelo-perpendicolare)						
dal limite della carreggiata	0,5	0,5	0,5	0,5	3	3
da altri cartelli e mezzi pubblicitari	5	10	5	10	25	25
prima dei segnali di pericolo e prescrizione	5	10	5	10	50	50
dopo i segnali di pericolo e prescrizione	5	10	5	10	25	25
prima dei segnali di indicazione	5	10	5	10	25	25
dopo i segnali di indicazione	5	10	5	10	25	25
dal punto di tangenza delle curve	5	5	5	5	100	100
prima delle intersezioni	1	1	1	1	30	30
dopo le intersezioni	1	1	1	1	50	100
dagli imbocchi delle gallerie	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	100	100
prima degli impianti semaforici	1	1	1	1	15	15
dopo gli impianti semaforici	1	1	1	1	10	10

note La distanza dal limite della carreggiata non è rispettata se in corrispondenza del luogo individuato per i posizionamenti esistono costruzioni fisse, muri, filari di alberi, con altezza superiore a mt. 3, purché i mezzi pubblicitari siano installati in allineamento alle strutture esistenti

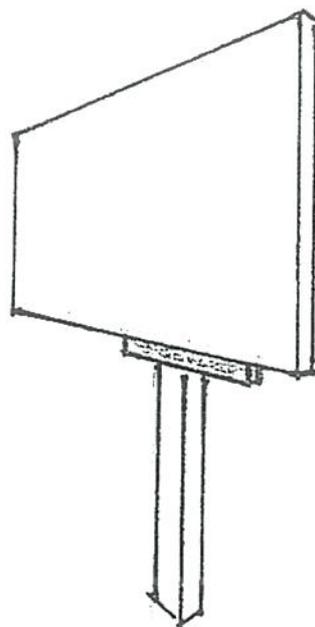
definizione P.G.I.P.

classifica P.G.I.P.

CARTELLI

Publicità esterna permanente

CARATTERISTICHE TECNICHE



Caratteristica	Prescrizioni	Rif. Normativo
superficie massima ammessa	Zona 3: massimo 6 mq. per facciata	art.48 D.P.R. 495/92
dimensioni	Zona 3: massimo mt. 2x3; oppure mt. 3x2 materiali non deperibili, resistenza alla spinta del vento e del carico della neve	art.48 D.P.R. 495/92
caratteristiche strutturali		art.49 C.1e2 D.P.R. 495/92
presenza del colore rosso	non superiore a 1/5 della superficie	art.49 C.4 D.P.R. 495/92
bordo inferiore da banchina	Zona 3: se prospetta su passaggio pedonale min. mt. 2,2; se non prospetta su passaggio pedonale min. mt.1,5	art.49 C.5 D.P.R. 495/92
luminosità	Solo se inferiore a 150 candele	art.50 D.P.R. 495/92
variabilità del messaggio	non ammesso	art.51 D.P.R. 495/92

DISTANZE MINIME ESPRESSE IN METRI (art. 51 C.4 D.P.R. 495/92)

Zona Omogenea (n.a. = installazione non ammessa)	ZONA 1		ZONA 2		ZONA 3	
	PAR.	PERP.	PAR.	PERP.	PAR.	PERP.
<i>Orientamento (parallelo-perpendicolare)</i>						
dal limite della carreggiata	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	3	3
da altri cartelli e mezzi pubblicitari	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	25	25
prima dei segnali di pericolo e prescrizione	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	50	50
dopo i segnali di pericolo e prescrizione	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	25	25
prima dei segnali di indicazione	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	25	25
dopo i segnali di indicazione	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	25	25
dal punto di tangenza delle curve	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	100	100
prima delle intersezioni	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	30	30
dopo le intersezioni	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	50	100
dagli imbocchi delle gallerie	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	100	100
prima degli impianti semaforici	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	15	15
dopo gli impianti semaforici	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	10	10

La distanza dal limite della carreggiata non è rispettata se in corrispondenza del luogo individuato per i posizionamenti esistono costruzioni fisse, muri, filari di alberi, con altezza superiore a mt. 3, purchè i mezzi pubblicitari siano installati in allineamento alle strutture esistenti

note



definizione P.G.I.P.

classifica P.G.I.P.

IMPIANTO A MESSAGGIO VARIABILE O LED LUMINOSI

Publicità esterna permanente

CARATTERISTICHE TECNICHE

Caratteristica	Prescrizioni	Rif. Normativo
superficie massima ammessa	Zona 3: massimo mq 6 per facciata	art.48 D.P.R. 495/92
dimensioni	Zona 3: massimo mt. 2X3, oppure mt. 3x2	art.48 D.P.R. 495/92
caratteristiche strutturali	materiali non deperibili, resistenza alla spinta del vento e del carico della neve	art.49 C.1e2 D.P.R. 495/92
presenza del colore rosso	non superiore a 1/5 della superficie	art.49 C.4 D.P.R. 495/92
bordo inferiore da banchina	Zona 3: se prospetta su passaggio pedonale min. mt. 2,2; se non prospetta su passaggio pedonale min mt.1,5	art.49 C.5 D.P.R. 495/92
luminosità	Solo se inferiore a 150 candele	art.50 D.P.R. 495/92
variabilità del messaggio	ammesso	art.51 D.P.R. 495/92

DISTANZE MINIME ESPRESSE IN METRI (art. 51 C.4 D.P.R. 495/92)

Zona Omogenea (n.a.= installazione non ammessa)	ZONA 1		ZONA 2		ZONA 3	
	PAR.	PERP.	PAR.	PERP.	PAR.	PERP.
<i>Orientamento (parallelo-perpendicolare)</i>						
dal limite della carreggiata	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	3	3
da altri cartelli e mezzi pubblicitari	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	25	25
prima dei segnali di pericolo e prescrizione	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	50	50
dopo i segnali di pericolo e prescrizione	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	25	25
prima dei segnali di indicazione	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	25	25
dopo i segnali di indicazione	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	25	25
dal punto di tangenza delle curve	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	100	100
prima delle intersezioni	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	30	30
dopo le intersezioni	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	50	100
dagli imbocchi delle gallerie	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	100	100
prima degli impianti semaforici	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	15	15
dopo gli impianti semaforici	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	10	10

La distanza dal limite della carreggiata non è rispettata se in corrispondenza del luogo individuato per i posizionamenti esistono costruzioni fisse, muri, filari di alberi, con altezza superiore a mt. 3, purchè i mezzi pubblicitari siano installati in allineamento alle strutture esistenti

note

L. Spina - C. 11/07  
 Direzione Provinciale  
 di Pistoia

definizione P.G.I.P.  
 classifica P.G.I.P.

IMPIANTO PUBBLICITARIO DI SERVIZIO  
 (transenna parapetonale, segnalatore di servizio, cestino getta carta, orologio)

Publicità esterna permanente

CARATTERISTICHE TECNICHE



Caratteristica	Prescrizioni	Rif. Normativo
superficie massima ammessa	Transenna parapetonale, cestino, orologio: mq. 0,7	art.48 D.P.R. 495/92
dimensioni	Transenna parapetonale, cestino, orologio: mt.1x0,7	art.48 D.P.R. 495/92
caratteristiche strutturali	materiali non deperibili, resistenza alla spinta del vento e del carico della neve	art.49 C.1e2 D.P.R. 495/92
presenza del colore rosso	non superiore a 1/5 della superficie	art.49 C.4 D.P.R. 495/92
bordo inferiore da banchina	minimo mt. 0,15	art.49 C.5 D.P.R. 495/92
luminosità	solo se inferiore a 150 candele / mq	art.50 D.P.R. 495/92
variabilità del messaggio	non ammesso	art.51 D.P.R. 495/92

DISTANZE MINIME ESPRESSE IN METRI (art. 51 C.4 D.P.R. 495/92)

Zona Omogenea (n.a.= installazione non ammessa)	ZONA 1		ZONA 2		ZONA 3	
	PAR.	PERP.	PAR.	PERP.	PAR.	PERP.
Orientamento (parallelo-perpendicolare)						
dal limite della carreggiata						
da altri cartelli e mezzi pubblicitari						
prima dei segnali di pericolo e prescrizione						
dopo i segnali di pericolo e prescrizione						
prima dei segnali di indicazione						
dopo i segnali di indicazione						
dal punto di tangenza delle curve						
prima delle intersezioni						
dopo le intersezioni						
dagli imbocchi delle gallerie						
prima degli impianti semaforici						
dopo gli impianti semaforici						

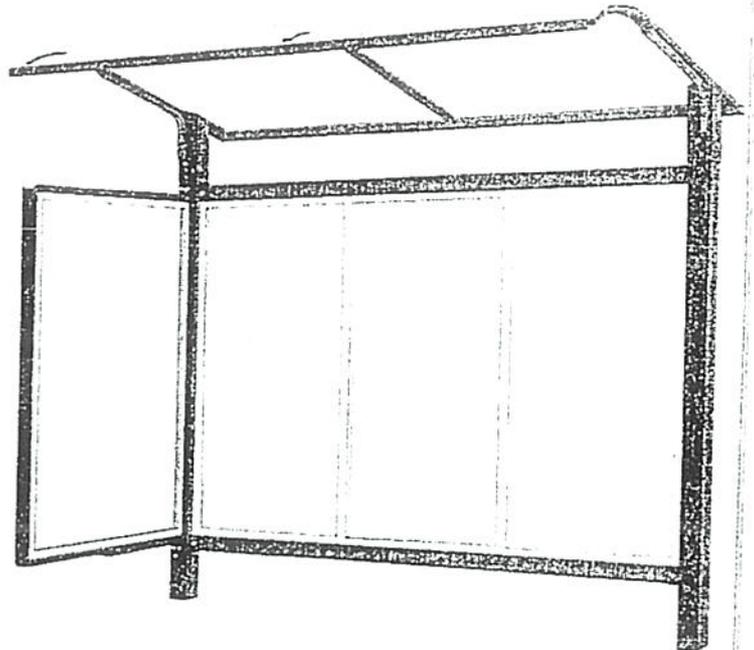
definizione P.G.I.P.

IMPIANTO PUBBLICITARIO DI SERVIZIO  
(palina e pensilina fermata bus)

classifica P.G.I.P.

Pubblicità esterna permanente

CARATTERISTICHE TECNICHE



PALINA PER ZONA 1

PALINA PER ZONE 2,3

PENSILINA DI FERMATA BUS

Caratteristica	Prescrizioni	Rif. Normativo
superficie massima ammessa	Palina fermata bus: mq. 1,4 Pensilina bus: mq. 3 mt.	art.48 D.P.R. 495/92
dimensioni	Palina fermata bus: mt. 1x1,4 Pensilina bus: mt. 1,5x2	art.48 D.P.R. 495/92
caratteristiche strutturali	materiali non deperibili, resistenza alla spinta del vento e del carico della neve	art.49 C.1e2 D.P.R. 495/92
presenza del colore rosso	non superiore a 1/5 della superficie	art.49 C.4 D.P.R. 495/92
bordo inferiore da banchina	minimo mt. 0,15	art.49 C.5 D.P.R. 495/92
luminosità	solo se inferiore a 150 candele / mq	art.50 D.P.R. 495/92
variabilità del messaggio	non ammesso	art.51 D.P.R. 495/92

DISTANZE MINIME ESPRESSE IN METRI (art. 51 C.4 D.P.R. 495/92)

Zona Omogenea (n.a.= installazione non ammessa)	ZONA 1		ZONA 2		ZONA 3	
	PAR.	PERP.	PAR.	PERP.	PAR.	PERP.
Orientamento (parallelo-perpendicolare)						
dal limite della carreggiata						
da altri cartelli e mezzi pubblicitari						
prima dei segnali di pericolo e prescrizione						
dopo i segnali di pericolo e prescrizione						
prima dei segnali di indicazione						
dopo i segnali di indicazione						
dal punto di tangenza delle curve						
prima delle intersezioni						
dopo le intersezioni						
dagli imbocchi delle gallerie						
prima degli impianti semaforici						
dopo gli impianti semaforici						



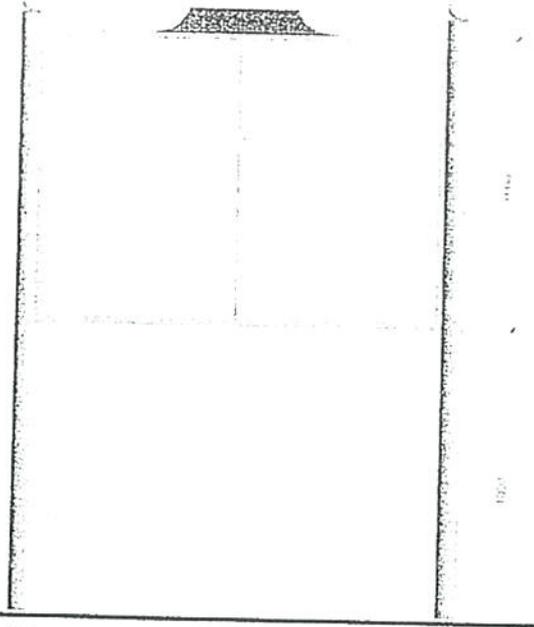
definizione P.G.I.P.

classifica P.G.I.P.

VETRINETTA

Publicità esterna permanente

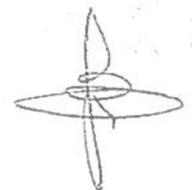
CARATTERISTICHE TECNICHE



Caratteristica	Prescrizioni	Rif. Normativo
superficie massima ammessa	Zona 1: 0.7 mq. Zona 2; 3: mq. 1,4	art.48 D.P.R. 495/92
dimensioni	Zona 1: 0.7 x 1 mt. Zona 2; 3: 1x1,4 mt. Oppure 1,4 x 1	art.48 D.P.R. 495/92
caratteristiche strutturali	materiali non deperibili, resistenza alla spinta del vento e del carico della neve	art.49 C.1e2 D.P.R. 495/92
presenza del colore rosso	non superiore a 1/5 della superficie	art.49 C.4 D.P.R. 495/92
bordo inferiore da banchina	se non prospetta su passaggio pedonale min. mt. 1.5	art.49 C.5 D.P.R. 495/92
luminosità	solo se inferiore a 150 candele / mq	art.50 D.P.R. 495/92
variabilità del messaggio	non ammesso	art.51 D.P.R. 495/92

DISTANZE MINIME ESPRESSE IN METRI (art. 51 C.4 D.P.R. 495/92)

Zona Omogenea (n.a = installazione non ammessa)	ZONA 1		ZONA 2		ZONA 3	
	PAR.	PERP.	PAR.	PERP.	PAR.	PERP.
Orientamento (parallelo-perpendicolare)						
dal limite della carreggiata						
da altri cartelli e mezzi pubblicitari						
prima dei segnali di pericolo e prescrizione						
dopo i segnali di pericolo e prescrizione						
prima dei segnali di indicazione						
dopo i segnali di indicazione						
dal punto di tangenza delle curve						
prima delle intersezioni						
dopo le intersezioni						
dagli imbocchi delle gallerie						
prima degli impianti semaforici						
dopo gli impianti semaforici						



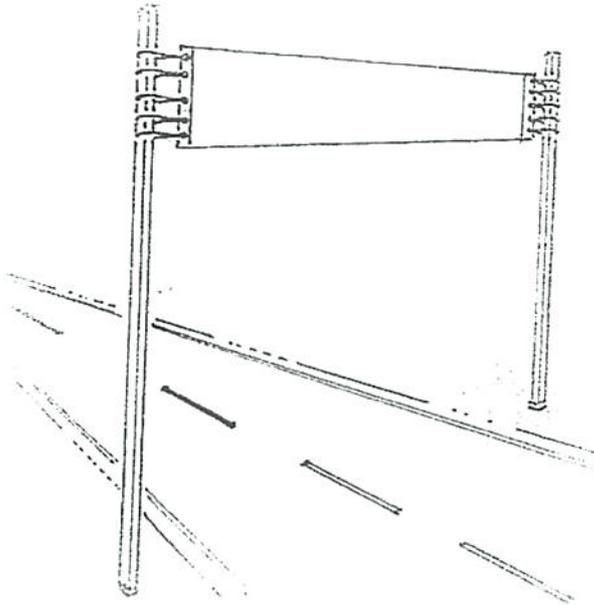
definizione P.G.I.P.

classifica P.G.I.P.

STRISCIONE

Pubblicità esterna temporanea

CARATTERISTICHE TECNICHE



Caratteristica	Prescrizioni	Rif. Normativo
superficie massima ammessa	Massimo mq. 4 per facciata	art.48 D.P.R. 495/92
dimensioni	Base di qualsiasi dimensione per altezza max mt. 1	art.48 D.P.R. 495/92
caratteristiche strutturali	materiali non deperibili, resistenza alla spinta del vento	art.49 C.1e2 D.P.R. 495/92
presenza del colore rosso	non superiore a 1/5 della superficie	art.49 C.4 D.P.R. 495/92
bordo inferiore da banchina	Minimo mt. 5,1	art.49 C.5 D.P.R. 495/92
luminosità	Ammessa solo se indiretta	art.50 D.P.R. 495/92
variabilità del messaggio	non ammesso	art.51 D.P.R. 495/92
note	Posizionamento previsto solo nelle posizioni stabilite dal Comune di Velletri	

CAPIFUM  
S.p.A. - Via Salaria 1000 - 00198 Roma  
Tel. 06/4941111 - Telex 320321 - Fax 06/4941112

definizione P.G.I.P.

classifica P.G.I.P.

LOCANDINA / BANDIERA  
Pubblicità esterna temporanea

CARATTERISTICHE TECNICHE

Caratteristica	Prescrizioni	Rif. Normativo
superficie massima ammessa	Locandina: max 1 mq. per facciata Bandiera: max 3 mq. per facciata	art.48 D.P.R. 495/92
dimensioni	Locandina: max 1,2 mt. di base Bandiera: forma rettangolare	art.48 D.P.R. 495/92
caratteristiche strutturali	materiali non deperibili, resistenza alla spinta del vento e del carico della neve	art.49 C.1e2 D.P.R. 495/92
presenza del colore rosso	non superiore a 1/5 della superficie	art.49 C.4 D.P.R. 495/92
bordo inferiore da banchina	Locandina min. 0,8 mt; bandiera min. 2,2 mt.	art.49 C.5 D.P.R. 495/92
luminosità	Ammessa solo indiretta	art.50 D.P.R. 495/92
variabilità del messaggio	non ammesso	art.51 D.P.R. 495/92

DISTANZE MINIME ESPRESSE IN METRI (art. 51 C.4 D.P.R. 495/92)

Zona Omogenea (n.a.= installazione non ammessa)	ZONA 1		ZONA 2		ZONA 3	
	PAR.	PERP.	PAR.	PERP.	PAR.	PERP.
Orientamento (parallelo-perpendicolare)	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.
dal limite della carreggiata	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	3	3
da altri cartelli e mezzi pubblicitari	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	25	25
prima dei segnali di pericolo e prescrizione	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	50	50
dopo i segnali di pericolo e prescrizione	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	25	25
prima dei segnali di indicazione	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	25	25
dopo i segnali di indicazione	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	25	25
dal punto di tangenza delle curve	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	100	100
prima delle intersezioni	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	30	30
dopo le intersezioni	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	50	100
dagli imbocchi delle gallerie	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	100	100
prima degli impianti semaforici	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	15	15
dopo gli impianti semaforici	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	10	10

La distanza dal limite della carreggiata non è rispettata se in corrispondenza del luogo individuato per i posizionamenti esistono costruzioni fisse, muri, filari di alberi, con altezza superiore a mt. 3, purchè i mezzi pubblicitari siano installati in allineamento alle strutture esistenti

note

definizione P.G.I.P.

classifica P.G.I.P.

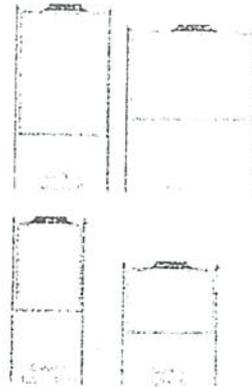
STENDARDO POSTER

Affissioni pubbliche e dirette

CARATTERISTICHE TECNICHE



STENDARDO PER ZONA 1



STENDARDO PER ZONE 2,3

Caratteristica	Prescrizioni	Rif. Normativo
superficie massima ammessa	Zona 1: massimo mq. 1,5 per facciata Zona 2: massimo mq. 18 per facciata Zona 3: massimo mq. 6 per facciata	art.48 D.P.R. 495/92
dimensioni	Multiple del foglio mt. 0,7 x 1	art.48 D.P.R. 495/92
caratteristiche strutturali	materiali non deperibili, resistenza alla spinta del vento e del carico della neve	art.49 C.1e2 D.P.R. 495/92
presenza del colore rosso	Nessuna prescrizione	art.49 C.4 D.P.R. 495/92
bordo inferiore da banchina	se prospetta su pubblico passaggio pedonale min. mt. 2,2; se non prospetta su pubblico passaggio pedonale min. mt.0,6	art.49 C.5 D.P.R. 495/92
luminosità	Solo se inferiore a 150 candele	art.50 D.P.R. 495/92
variabilità del messaggio	ammesso	art.51 D.P.R. 495/92

DISTANZE MINIME ESPRESSE IN METRI (art. 51 C.4 D.P.R. 495/92)

Zona Omogenea (n.a. = installazione non ammessa)	ZONA 1		ZONA 2		ZONA 3	
	PAR.	PERP.	PAR.	PERP.	PAR.	PERP.
Orientamento (parallelo-perpendicolare)						
dal limite della carreggiata	0,5	0,5	0,5	0,5	3	3
da altri cartelli e mezzi pubblicitari	5	10	5	10	25	25
prima dei segnali di pericolo e prescrizione	5	10	5	10	50	50
dopo i segnali di pericolo e prescrizione	5	10	5	10	25	25
prima dei segnali di indicazione	5	10	5	10	25	25
dopo i segnali di indicazione	5	10	5	10	25	25
dal punto di tangenza delle curve	5	5	5	5	100	100
prima delle intersezioni	1	1	1	1	30	30
dopo le intersezioni	1	1	1	1	50	100
dagli imbocchi delle gallerie	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	100	100
prima degli impianti semaforici	1	1	1	1	15	15
dopo gli impianti semaforici	1	1	1	1	10	10

note  
La distanza dal limite della carreggiata non è rispettata se in corrispondenza del luogo individuato per i posizionamenti esistono costruzioni fisse, muri, filari di alberi, con altezza superiore a mt. 3, purché i mezzi pubblicitari siano installati in allineamento alle strutture esistenti



definizione P.G.I.P.

classifica P.G.I.P.

TABELLA POSTER

Affissioni pubbliche e dirette

CARATTERISTICHE TECNICHE



TABELLA PER ZONA 1



Cartello  
1400 x 2000



Cartello  
2000 x 1400



Cartello  
1100 x 1400



Cartello  
1400 x 1000



TABELLA PER ZONA 2,3

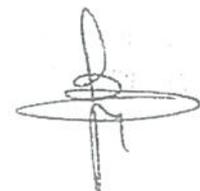
Caratteristica	Prescrizioni	Rif. Normativo
superficie massima ammessa	Zona 1: massimo mq. 1,5 per facciata Zona 2: massimo mq. 18 per facciata Zona 3: massimo mq. 6 per facciata	art.48 D.P.R. 495/92
dimensioni	Multiple del foglio mt. 0,7 x 1	art.48 D.P.R. 495/92
caratteristiche strutturali	materiali non deperibili, resistenza alla spinta del vento e del carico della neve	art.49 C.1e2 D.P.R. 495/92
presenza del colore rosso	Nessuna prescrizione	art.49 C.4 D.P.R. 495/92
bordo inferiore da banchina	Minimo mt. 0,8	art.49 C.5 D.P.R. 495/92
luminosità	Solo se inferiore a 150 candele	art.50 D.P.R. 495/92
variabilità del messaggio	ammesso	art.51 D.P.R. 495/92

DISTANZE MINIME ESPRESSE IN METRI (art. 51 C.4 D.P.R. 495/92)

Zona Omogenea (n.a.= installazione non ammessa) Orientamento (parallelo-perpendicolare)	ZONA 1		ZONA 2		ZONA 3	
	PAR.	PERP.	PAR.	PERP.	PAR.	PERP.
dal limite della carreggiata	0,5	0,5	0,5	0,5	3	3
da altri cartelli e mezzi pubblicitari	-	10	-	10	-	25
prima dei segnali di pericolo e prescrizione	-	10	-	10	-	50
dopo i segnali di pericolo e prescrizione	-	10	-	10	-	25
prima dei segnali di indicazione	-	10	-	10	-	25
dopo i segnali di indicazione	-	10	-	10	-	25
dal punto di tangenza delle curve	-	10	-	10	-	25
prima delle intersezioni	-	5	-	5	-	100
dopo le intersezioni	-	1	-	1	-	30
dagli imbocchi delle gallerie	-	1	-	1	-	100
prima degli impianti semaforici	-	1	-	1	-	100
dopo gli impianti semaforici	-	1	-	1	-	15
	-	1	-	1	-	10

La distanza dal limite della carreggiata non è rispettata se in corrispondenza del luogo individuato per i posizionamenti esistono costruzioni fisse, muri, filari di alberi, con altezza superiore a mt. 3, purché i mezzi pubblicitari siano installati in allineamento alle strutture esistenti

note





Comune di VELLETRI

Piano Generale degli Impianti Pubblicitari  
TAVOLA DI ZONIZZAZIONE

- Zona 1. Zona di particolare attenzione
- Zona 2. Zona periferica a prevalente destinazione residenziale e artigianale di alta densità abitativa nel centro urbano
- Zona 3. Esterno-polo di territorio comunale

