



Sede Municipale Via Roma n.25 - C.A.P. 20091 - Tel. 02/61455 - Telefax 02/6100886
Codice Fiscale e Partita I.V.A. 00935810150

Piano Generale degli Impianti Pubblicitari

Settore Pianificazione del Territorio

INDICE

CAPO I DISPOSIZIONI GENERALI	4
Art. 1 Pubblicità e Pubbliche Affissioni: definizioni	4
Art. 2 Pubblicità effettuata su spazi e aree comunali	4
Art. 3 Suddivisione del territorio comunale	4
Art. 4 Mezzi pubblicitari: definizioni.....	5
Art. 5 Piano delle pubbliche affissioni: criteri.....	6
CAPO II EFFETTUAZIONE DELLA PUBBLICITA'	7
Art. 6 Forme di pubblicità consentita.....	7
Art. 7 Domanda di autorizzazione.....	7
Art. 8 Allegati alla domanda di autorizzazione	8
Art. 9 Esame delle domande. Responsabile del procedimento	9
Art. 10 Rilascio dell'autorizzazione.....	10
Art. 11 Durata dell'autorizzazione.....	10
Art. 12 Targhetta di identificazione.....	10
Art.13 Esposizione di mezzi pubblicitari nelle aree soggette a vincolo di tutela paesistico ambientale	11
Art. 14 Esposizione di insegne ed altri mezzi pubblicitarie nelle pertinenze di esercizio	11
Art. 15 Esposizione di insegne e di mezzi pubblicitari su edifici	12
Art. 16 Pubblicità nelle vetrine e porte d'ingresso	13
Art. 17 Vetrinette e bacheche	14
Art. 18 Targhe professionali	14
Art. 19 Farmacie	14
Art. 20 Pubblicità nelle edicole	15
Art. 21 Distributori di carburanti	15
Art. 22 Volantinaggio e distribuzione di oggettistica	16
Art. 23 Pubblicità fonica.....	16
Art. 24 Pubblicità nei cantieri.....	16
Art. 25 Striscioni trasversali	17
Art. 26 Frecce, preinsegne e cartelli di avviamento	17
Art. 27 Segni orizzontali reclamistici e di direzione.....	18
Art. 28 Collocamento in via continuativa di cartelli, di impianti di pubblicità o propaganda e di altri mezzi pubblicitari	18
Art. 29 Impianti pubblicitari di servizio	19
Art. 30 Pubblicità temporanea lungo o in vista delle strade	19
Art. 31 Distanze entro i centri abitati	20
Art. 32 Installazioni pubblicitarie fuori dai centri abitati	20
Art. 33 Dimensioni degli impianti pubblicitari dentro il centro abitato.....	20
Art. 34 Pubblicità provvisoria con automezzi	21
Art. 35 Pubblicità con aeromobili, mongolfiere e palloni frenati	22
Art. 36 Oneri relativi all'esposizione della pubblicità	22
Art. 37 Manutenzione dei mezzi pubblicitari	22
Art. 38 Spostamento o rimozione per motivi di pubblico interesse.....	22
Art. 39 Rimozione della pubblicità alla scadenza dell'autorizzazione.....	23
Art. 40 Rimozione e sequestro dei mezzi pubblicitari abusivi o in cattivo stato di manutenzione	23
Art. 41 Conservazione del materiale rimosso o sequestrato dal Comune	24

CAPO III SANZIONI E RECLAMI	24
Art. 42 Sanzioni.....	24
Art. 43 Reclami.....	24
CAPO IV DISPOSIZIONI FINALI E TRANSITORIE.....	25
Art. 44 Adeguamento alle norme.....	25
Art. 45 Rinvio ad altre disposizioni.....	25
Art. 46 Entrata in vigore	25

CAPO I DISPOSIZIONI GENERALI

Art. 1

Pubblicità e Pubbliche Affissioni: definizioni

1. La pubblicità esterna e le pubbliche affissioni sono disciplinate dal decreto legislativo N. 285/92, dal D.P.R. N. 495/92 e successive modificazioni ed integrazioni e dal presente Piano Generale degli Impianti Pubblicitari, successivamente denominato per brevità PGIP.

2. Con pubblicità si intende la diffusione o esposizione di messaggi visivi o acustici, eseguita mediante insegne, iscrizioni, cartelli, targhe, volantini, automezzi, mezzi fonici, striscioni e di altri mezzi simili, effettuata in luoghi pubblici o aperti al pubblico o comunque da tali luoghi percepibili.

3. Sotto la denominazione di pubbliche affissioni è compresa l'esposizione nell'ambito del territorio comunale di manifesti di qualunque materia costituiti, esposti a cura del Comune o società concessionaria del servizio, negli appositi spazi ad essi riservati e disciplinati da apposito regolamento.

Art. 2

Pubblicità effettuata su spazi e aree comunali

1. La pubblicità e l'esposizione diretta di manifesti eseguite su spazi di proprietà comunale, o dati in godimento al Comune, ovvero su beni appartenenti al demanio o al patrimonio indisponibile del Comune e su suolo privato, devono essere preventivamente autorizzate e comportano, oltre al pagamento dell'imposta di pubblicità, anche il pagamento dell'eventuale canone per l'occupazione di spazi ed aree pubbliche.

2. Le società sportive titolari di concessione per la gestione degli impianti sportivi comunali sono esentate dall'obbligo di richiedere l'autorizzazione di cui al comma precedente qualora la pubblicità effettuata risulti indirizzata verso l'interno dell'impianto sportivo e non visibile dalla pubblica via.

Art. 3

Suddivisione del territorio comunale

1. Agli effetti del presente PGIP, per definire le aree di competenza comunale viene usata, per brevità, la dizione "territorio comunale", intendendo con ciò il centro abitato e le strade, di proprietà comunale, ubicate fuori dai centri abitati.

2. Il *centro abitato* è un insieme di edifici, delimitato lungo le vie d'accesso da appositi segnali di inizio e fine. Per insieme di edifici si intende un raggruppamento continuo, ancorché intervallato da strade, piazze, giardini o simili, costituito da non meno di venticinque fabbricati e da aree di uso pubblico con accessi veicolari o pedonali sulla strada.

Art. 4

Mezzi pubblicitari: definizioni

1) Insegne di esercizio

a. E' da considerarsi insegna di esercizio la scritta in caratteri alfanumerici, completata eventualmente da un simbolo o da un marchio, 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.

b. Per pertinenze accessorie s'intendono gli spazi e le aree limitrofe alla sede dell'attività, poste a servizio, anche non esclusivo, di essa. In caso di utilizzo delle pertinenze da parte di più attività, è necessario servirsi di un mezzo pubblicitario unitario.

c. Le insegne di esercizio si classificano secondo la loro collocazione in: bandiera orizzontale/ verticale - frontali- a tetto, su pensilina o sulle facciate di edifici destinati a funzioni industriali, commerciali e direzionali- su palina (insegna collocata su supporto proprio).

d. Sono equiparate alle insegne di esercizio, le iscrizioni che identificano l'attività cui si riferiscono, realizzate con tecniche pittoriche direttamente su muro.

2) Preinsegna

E' da considerarsi "preinsegna" la scritta in caratteri alfanumerici, completata da freccia di orientamento, ed eventualmente da un simbolo o da un marchio, realizzata su manufatto bifacciale e bidimensionale utilizzabile su una sola o su entrambe le facce, supportata da idonea struttura di sostegno, finalizzata alla pubblicizzazione direzionale della sede dove si esercita una determinata attività. Non può essere luminosa né per luce propria, né per luce indiretta.

3) Targa di esercizio

E' da considerarsi targa d'esercizio la scritta in caratteri alfanumerici completata eventualmente da un simbolo o marchio installata nella sede di esercizio dell'attività o nelle pertinenze accessorie nel caso in cui l'attività stessa sia priva di vetrine. Deve essere priva di luminosità propria.

4) Cartello

Si definisce cartello quel manufatto mono-bifacciale o trifacciale, supportato da un'ideale struttura di sostegno, finalizzato alla diffusione di messaggi pubblicitari o propagandistici sia direttamente, sia tramite sovrapposizione di altri elementi. Esso è utilizzabile in entrambe le facciate anche per immagini diverse. Può essere luminoso sia per luce propria che per luce indiretta. La collocazione del cartello può avvenire con struttura propria (cartello isolato), o sull'esistente (cartello a parete).

5) Manifesto

Si considera manifesto l'elemento bidimensionale realizzato in materiale di qualsiasi natura, ma prevalentemente cartaceo, privo di rigidità, finalizzato alla diffusione di messaggi pubblicitari o propagandistici, posto in opera su strutture murarie o su altri supporti comunque diversi dai cartelli e dagli altri mezzi pubblicitari.

6) Striscione, locandina, stendardo e bandiera

Si considerano striscione, locandina, stendardo e bandiera gli elementi bidimensionali realizzati in materiale di qualsiasi natura, privi di rigidità,

mancanti di una superficie di appoggio o comunque non aderenti alla stessa. Possono essere luminosi per luce indiretta.

7) Segno orizzontale reclamistico

E' da considerare 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.

8) Bacheche e vetrinette

Per bacheca s'intendono le vetrinette con frontale apribile, o a giorno, installate a muro o collocate a terra su supporto proprio, destinate alla esposizione di quotidiani, periodici o altri mezzi di stampa o alla diffusione di informazioni o propaganda dell'attività di enti pubblici, partiti politici e associazioni varie; nonché all'esposizione di menù, tariffe e prezzi di pubblici esercizi e alberghi.

9) Impianto di pubblicità o propaganda a messaggio variabile

a. Per Impianto di pubblicità o propaganda a messaggio variabile si intende qualunque manufatto finalizzato alla pubblicità e/o propaganda sia di prodotti che di attività, caratterizzato dalla variabilità del messaggio e/o delle immagini trasmesse. Può essere luminoso per luce diretta o per luce indiretta.

b. La collocazione di tali impianti può essere prevista mediante individuazione di appositi piani e studi coordinati di arredo urbano, approvati con specifici atti deliberativi dall'Amministrazione comunale, ovvero previa valutazione di progetti per la collocazione singola degli impianti.

10) Vetrofania

S'intende la riproduzione su superfici vetrate con pellicole adesive di scritte in caratteri alfanumerici di simboli e di marchi, finalizzata alla diffusione di messaggi pubblicitarie/o propagandistici.

11) Proiezioni Luminose

Si definiscono proiezioni luminose le immagini, le scritte, i simboli o comunque i fasci di luce creati da strumenti di proiezione e visibili in luoghi pubblici.

12) Impianto pubblicitario di servizio

Si definisce così qualsiasi manufatto avente scopo primario un servizio di pubblica utilità nell'ambito dell'arredo urbano e stradale (fermate bus – pensiline –paline –transenne parapetonali- cestini - panchine - orologi) recanti uno spazio pubblicitario.

13) Impianto di pubblicità o propaganda

S'intende qualunque manufatto comunque finalizzato alla pubblicità e/o propaganda di prodotti o attività non rientrante nelle fattispecie sopra disciplinate.

Art. 5

Piano delle pubbliche affissioni: criteri

1. Il piano individua le posizioni per il collocamento degli impianti destinati all'affissione di manifesti, sia quelli destinati al pubblico servizio che quelli da assegnare in concessione a soggetti privati.
2. a. Nel piano non sono compresi i mezzi pubblicitari collocati sulle sedi di esercizio o comunque nelle pertinenze delle attività cui si riferiscono. Sono altresì esclusi i cartelli e gli altri mezzi pubblicitari da esporre a tempo determinato e per brevi periodi nelle aree e con le modalità

- previste nei successivi articoli.
- b. In deroga al precedente comma 1, lettera b, il Comune si riserva la facoltà di autorizzare il collocamento di talune tipologie di impianti pubblicitari di servizio, qualora, nella sua discrezionalità, lo ritenesse utile e necessario sotto il profilo del pubblico interesse, nel rispetto di quanto previsto dal Codice della Strada, dal relativo regolamento di esecuzione e dal presente PGIP.
3. Il piano deve essere redatto nel rispetto dei vigenti strumenti urbanistici, dei limiti e divieti imposti da norme di carattere generale, delle disposizioni contenute nel Codice della Strada e nel relativo regolamento di esecuzione nonché delle norme previste nei successivi articoli.
 4. Il piano comprende
 - a. gli elaborati grafici, sui quali sono riportate le posizioni per l'installazione delle diverse tipologie dei mezzi per l'affissione di manifesti;
 - b. le norme tecniche di attuazione;
 - c. una relazione illustrativa ed esplicativa del piano.
 5. Il Piano dovrà essere adeguato o modificato per effetto delle variazioni intervenute nella consistenza demografica del Comune, dell'espansione dei centri abitati, dello sviluppo della viabilità e di ogni altra causa rilevante che viene illustrata nella motivazione del provvedimento di modifica.

CAPO II EFFETTUAZIONE DELLA PUBBLICITA'

Art. 6 Forme di pubblicità consentita

1. Nell'ambito del territorio comunale la pubblicità può essere attuata con l'esposizione dei mezzi pubblicitari di cui all'art. 4, nei limiti consentiti dal presente PGIP e in osservanza delle disposizioni contenute nel Codice della Strada e nel relativo Regolamento di esecuzione e successive modificazioni ed integrazioni e secondo le eventuali indicazioni /prescrizioni di altri enti competenti

Art. 7 Domanda di autorizzazione

1. La domanda di autorizzazione deve essere presentata per l'effettuazione e l'esposizione dei mezzi pubblicitari di cui all'art. 4 collocati in luoghi pubblici o visibili da tali luoghi, ed in aree private soggette a servitù di pubblico transito.
2. L'istanza in bollo deve indicare il tipo e le dimensioni della pubblicità, il testo del messaggio pubblicitario, l'ubicazione e il periodo di esposizione.
3. La domanda di autorizzazione deve essere presentata anche per i cartelli, le insegne di esercizio e gli altri mezzi pubblicitari che ricadono sia nel

regime esonerativo d'imposta che nell'obbligatorietà dell'esposizione in forza di leggi e regolamenti. Le modalità sono quelle previste dal presente PGIP.

4. L'autorizzazione è nominativa. Può essere volturata ai successori aventi causa ed è sufficiente la presentazione della sola istanza in bollo recante gli estremi dell'atto in corso di validità, da produrre entro 60 giorni dall'acquisto del titolo. Tale istanza legittima il richiedente ad utilizzare il mezzo pubblicitario esistente fino al rilascio od al diniego del documento autorizzativo a suo nome.

5. Per la variazione o la sostituzione dei mezzi pubblicitari, o il rinnovo dell'autorizzazione che non comporta modifiche all'impianto o al messaggio pubblicitario, deve essere presentata apposita istanza in bollo con esclusione della documentazione già in atti alla precedente domanda di autorizzazione.

6. Lo spostamento di mezzi pubblicitari già autorizzati, deve essere richiesto con apposita istanza in bollo, con esclusione dei bozzetti e dell'autodichiarazione se figurano già in atti alla precedente domanda di autorizzazione.

7. Gli spostamenti di cui all'art. 58, comma 2, primo capoverso, del D.P.R. n. 495/92, saranno disposti d'ufficio, a cura e spese del titolare dell'autorizzazione; in tal caso, il riposizionamento sarà subordinato a preventiva annotazione sul titolo autorizzativo già in possesso. Sono fatti salvi i diritti di terzi, da far valere nelle sedi previste.

Art. 8

Allegati alla domanda di autorizzazione

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

a. documentazione fotografica, comprendente due o più foto a colori di formato minimo cm 15x10, che illustrino dettagliatamente il punto d'installazione, la facciata dell'intero edificio e l'ambiente circostante;

b. N. 1 progetto o disegno in scala adeguata e quotata (1:50 o 1:100) della facciata dell'edificio, riportante l'esatto inserimento figurativo del mezzo pubblicitario, sia esso posto in aderenza al fabbricato che collocato, con staffe, in modo ortogonale alla strada. Il disegno del prospetto non va presentato per la pubblicità da collocare all'interno delle vetrine o porte d'ingresso, fatto salvo quanto eventualmente previsto negli specifici articoli, e per le targhe professionali di cui all'art. 18, ad eccezione di quelle da esporre su edifici vincolati ai sensi delle disposizioni legislative in materia di tutela dei beni culturali e paesaggistici;

c. N. 1 disegno quotato della struttura di sostegno dei mezzi ortogonali alla strada, sia che essa venga ancorata a parete sia che venga fissata al suolo, indicando anche la distanza da terra del bordo inferiore del mezzo pubblicitario. In entrambi i casi, va inoltre riportata la profondità (spessore, lato) del mezzo pubblicitario e la sua eventuale proiezione (in centimetri) su suolo pubblico;

d. N. 1 rappresentazione planimetrica in duplice copia e in scala adeguata e quotata (1:50 o 1:100), quando i mezzi pubblicitari vengono

installati in modo ortogonale alla strada o, seppur paralleli, non sono in aderenza ai fabbricati.

e. Sulla planimetria occorre specificare:

I. la proprietà dell'area (pubblica o privata);

II. l'esatto punto di collocazione dell'impianto;

III. la distanza del lato aggettante del mezzo pubblicitario dalla carreggiata;

IV. l'esistenza di segnali stradali di pericolo e di prescrizione, di impianti semaforici, di intersezioni, di altri cartelli e mezzi pubblicitari, presenti 50 metri prima e 50 metri dopo il punto in cui s'intende collocare il mezzo oggetto della domanda, indicandone le relative distanze. Fuori dai centri abitati, il tratto di strada da rappresentare viene elevato a 250 metri prima e 150 dopo il punto d'installazione;

f. N. 1 "autodichiarazione", nella quale deve essere attestato che il manufatto che s'intende collocare è stato calcolato, realizzato e verrà posto in opera, tenendo conto della natura del terreno e della spinta del vento, in modo da garantire la stabilità. L'attestazione va presentata in carta semplice con dichiarazione sostitutiva di atto notorio e deve essere firmata dal soggetto interessato al rilascio dell'autorizzazione oppure dal costruttore o dall'installatore dell'impianto. Sono escluse dall'obbligo di autodichiarazione le targhe professionali e le scritte pittoriche realizzate su pareti preesistenti e su vetrine, comprese le vetrofanie.

g. Nel caso di impianti pubblicitari luminosi per via diretta o indiretta dichiarazione di conformità alla L.R. 17/2000 e certificazione attestante la conformità dell'impianto elettrico ai sensi della Legge 46/90

2. Per i mezzi pubblicitari da esporre in aree ed edifici vincolati la documentazione è specificata al successivo art.13 .

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

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

Art. 9

Esame delle domande. Responsabile del procedimento

1. Entro 60 giorni dal ricevimento della domanda completa di tutta la documentazione richiesta, il responsabile del procedimento rilascia o nega l'autorizzazione dopo aver acquisito i pareri ritenuti necessari .

2. E' facoltà del responsabile del procedimento chiedere ulteriori elementi documentali entro 30 giorni dalla presentazione della richiesta. Il responsabile del procedimento assegna all'interessato un congruo termine per l'integrazione della documentazione mancante. Trascorso inutilmente il termine concesso, la domanda viene archiviata. I termini di conclusione del procedimento per il rilascio dell'autorizzazione vengono interrotti fino al

ricevimento dell'integrazione richiesta.

3. Nel caso in cui il mezzo pubblicitario rientri in area sottoposta a vincolo di tutela paesistico ambientale ai sensi delle disposizioni legislative in materia di tutela dei beni culturali e paesaggistici, il termine di cui al comma 1 rimane interrotto fino all'ottenimento del decreto di autorizzazione come disciplinato dall'art. 13.

4. In caso di diniego dell'autorizzazione, l'eventuale richiesta di riesame deve essere congruamente motivata.

Art. 10

Rilascio dell'autorizzazione

1. L'autorizzazione, rilasciata dal responsabile del procedimento di cui al precedente art. 9, deve essere ritirato dal richiedente entro 90 giorni dall'emissione. Trascorso tale termine l'autorizzazione si intende revocata e l'eventuale riproposizione va formulata nei modi e termini previsti ai precedenti artt. 7 e 8.

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

3. L'autorizzazione è rilasciata facendo salvi eventuali diritti di terzi, nonché qualsiasi nullavola od eventuale autorizzazione di altre autorità o enti.

Art. 11

Durata dell'autorizzazione

1. L'autorizzazione è permanente ed è valida solo per il luogo e per le caratteristiche strutturali del relativo manufatto. Qualsiasi modifica da apportare all'impianto è assoggettata alla procedura indicata al precedente art.7.

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

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

Art. 12

Targhetta di identificazione

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

- l'intestazione "Comune di Bresso";
- numero dell'atto e data di rilascio autorizzazione;

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

carattere indelebile.

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

Art. 13

Esposizione di mezzi pubblicitari nelle aree soggette a vincolo di tutela paesistico ambientale

1. In conformità alle disposizioni di cui all'art. 23, 3° comma, del Codice della Strada, le domande relative all'esposizione continuativa di mezzi pubblicitari, nelle zone soggette a vincolo di tutela ambientale ai sensi delle disposizioni legislative in materia di tutela dei beni culturali e paesaggistici, sono soggette al parere preventivo della Commissione per il Paesaggio nominata dalla Giunta Comunale o della Soprintendenza ai Beni Architettonici a seconda del tipo di vincolo insistente sull'area o sull'edificio.

2. Alla domanda di cui all'art. 7 deve essere allegata richiesta di provvedimento paesistico predisposta sulla modulistica apposita depositata presso gli uffici.

3. La richiesta di cui al precedente comma 2, non va presentata per l'esposizione di adesivi e iscrizioni poste sulle vetrine, porte e finestre, di mezzi pubblicitari collocati all'interno delle vetrine e dei sopraelevati, delle targhe professionali e per la pubblicità esposta in forma provvisoria.

4. Non sarà possibile localizzare impianti pubblicitari all'interno del perimetro "A" del Piano dei Vincoli aeronautici di limitazione degli ostacoli di cui all'art. 715 Legge n. 58 del 04/02/1963;

5. Non sarà possibile localizzare impianti pubblicitari all'interno del perimetro del Parco Regionale Nord Milano, ove ai sensi dell'art. 11 comma 5 delle Norme Tecniche di Attuazione di cui alla Variante al piano territoriale di coordinamento approvato con D.G.R. n. 7/10206 del 06/08/2002 " è vietata l'apposizione di cartelloni pubblicitari ...".

Art. 14

Esposizione di insegne ed altri mezzi pubblicitarie nelle pertinenze di esercizio

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

2. Quando nello stesso edificio sono presenti o previste più attività, la tipologia dell'insegna di esercizio deve essere proposta in modo unitario nel rispetto degli elementi che caratterizzano l'intera facciata.

3. Il colore, il materiale e la forma delle insegne di esercizio, deve costituire motivo di armonizzazione con il contesto urbano circostante e con i prospetti che le ospitano. Il responsabile del procedimento di cui all'art. 9 del presente PGIP, ha facoltà di imporre condizioni e limitazioni in merito al posizionamento e alle caratteristiche dei mezzi pubblicitari da autorizzare.

4. Per il collocamento di cartelli, di insegne di esercizio e di altri mezzi pubblicitari di notevole ingombro, che possono quindi costituire una

modifica dei prospetti e dei volumi degli edifici, il responsabile del procedimento, in caso di parere positivo, rilascia l'autorizzazione condizionata all'eventuale acquisizione del permesso di costruire o della denuncia di inizio attività ex art. 22 del DPR 380/2001 prima dell'installazione del manufatto.

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

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

6. Sulle pareti di particolari edifici, può essere autorizzata l'esecuzione di pitture murali artistiche di grande formato, anche con contenuto commerciale, previo parere della Commissione per il Paesaggio.

7. Fuori e dentro i centri abitati, lungo o in vista delle strade, è assolutamente vietata l'installazione di insegne di esercizio ed altri mezzi pubblicitari luminosi a luce intermittente, con cambi di colore o comunque in movimento eccetto l'insegna a croce verde prevista per le farmacie.

8. Gli impianti di pubblicità o propaganda a messaggio variabile collocati nei centri abitati, devono avere un periodo di variabilità non inferiore ad un minuto se posizionati in modo ortogonale al senso di marcia dei veicoli.

9. In caso di modifica dell'assetto viabilistico, gli impianti pubblicitari autorizzati, qualora vengano ad essere in contrasto con le norme del codice della strada verranno dislocati in posizione idonea a cura e spese dell'intestatario dell'autorizzazione.

10. I mezzi pubblicitari luminosi o illuminati non possono avere un'intensità luminosa superiore a 150 candele per metro quadrato e non devono, in ogni caso, provocare abbagliamento.

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

12. Le insegne di esercizio od altri messaggi pubblicitari diffusi con proiettori al laser, non devono in nessun modo riflettersi su spazi ed aree pubbliche.

Art. 15

Esposizione di insegne e di mezzi pubblicitari su edifici

1. L'esposizione di insegne di esercizio e di altri mezzi pubblicitari relativi all'attività svolta nell'esercizio, vanno di regola inseriti negli spazi appositamente progettati e concessi e, al solo piano terreno, nei sopralluce (purché non siano obbligatoriamente apribili a fini igienico-sanitari) e nelle aperture murarie, ad eccezione delle finestre.

2. Sui prospetti degli edifici a destinazione residenziale, od a parziale destinazione residenziale, è consentita, limitatamente al piano terreno, l'esposizione di insegne di esercizio cui è possibile associare un marchio di modeste dimensioni, a condizione che esse non sormontino cornici, fasce o altri paramenti murari di pregio.

Esse possono essere realizzate:

a. se di tipo non luminoso, mediante iscrizioni dipinte a parete, ovvero con plance, targhe e pannelli in lamiera verniciata, nonché con lettere singole applicate a muro o su pannello;

b. se di tipo luminoso, a lettere singole scatolate, sia con luce diretta che riflessa, ed a filo di neon.

3. Sui davanzali delle finestre, nel caso dimostrato di impossibilità di installazione di insegne di esercizio negli spazi indicati nei precedenti commi, sono ammesse in tutti i piani ad uso commerciale targhe "paravista" di altezza non superiore a 25 cm, per le quali, se di tipo luminoso, è prescritto il frontale in materiale pregiato traforato o le lettere singole scatolate a luce riflessa.

4. Sui prospetti degli edifici a destinazione non residenziale, adibiti ad attività industriali, artigianali e commerciali, è consentita l'esposizione di insegne di esercizio e di altri mezzi di pubblicità e propaganda, di qualsiasi tipo e foggia, riferiti all'attività svolta nei medesimi edifici, purché il posizionamento segua criteri ordinati e coerenti con i caratteri formali architettonici presenti.

5. Sulle pareti degli edifici, limitatamente al piano terra, con esclusione di stipiti, poggiali e parapetti sono ammesse insegne di esercizio a bandiera; sulle pareti degli edifici e nelle pertinenze accessorie dei medesimi, il collocamento di cartelli, insegne di esercizio ed altri mezzi pubblicitari bifacciali (a bandiera) è consentito nel rispetto delle norme del Codice della Strada, del relativo regolamento di esecuzione ed attuazione e del presente PGIP.

6. E' derogabile il rispetto delle distanze minime ai sensi dell'art. 23, comma 6, del decreto legislativo N. 285/92, e del presente regolamento, per la croce delle Farmacie, per le insegne dei generi di Monopolio e per l'individuazione di alberghi, cinema, teatri e garages aperti al pubblico.

Art. 16

Pubblicità nelle vetrine e porte d'ingresso

1. L'esposizione di mezzi pubblicitari luminosi e non luminosi, ad eccezione delle insegne di esercizio permanenti, collocati direttamente sui vetri o all'interno delle vetrine, non deve superare, unitariamente o nel complesso, il 25% della superficie di ogni vetrina o porta d'ingresso; misura elevabile al 100% in occasione e per la durata di saldi, vendite promozionali e liquidazioni, disciplinate dalla legge.

2. Le suddette percentuali di occupazione devono intendersi riferite alla sola superficie dello spazio a vetri e non alla dimensione dell'intero foro o cornice.

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

4. In deroga a tale disposizione, la pubblicizzazione di manifestazioni ed

eventi ritenuti di rilevante interesse pubblico, sia sotto il profilo culturale che sociale, e di quelli promossi o patrocinati dal Comune di Bresso, è consentita l'esposizione anche nelle vetrine e porte d'ingresso.

5. E' soggetta ad autorizzazione anche la diffusione di messaggi, di qualunque natura, effettuata mediante visori o monitor collocati all'interno delle vetrine. E' altresì soggetto ad autorizzazione il supporto utilizzato dalle agenzie immobiliari, viaggi e similari, contenente i messaggi relativi alla loro attività.

Art. 17 **Vetrinette e bacheche**

1. L'esposizione di piccole vetrinette/bacheche da collocare sulle facciate esterne di ristoranti e trattorie, è soggetta a preventiva autorizzazione; la misura massima dell'ingombro totale è prevista in cm 40x50x5.

2. E' altresì consentito, previa autorizzazione, il collocamento di vetrinette porta locandine cinematografiche e teatrali, da installare sui prospetti degli edifici dove si svolgono gli spettacoli cui si riferiscono.

3. Previa autorizzazione è ammessa l'installazione di bacheche/vetrinette con inserita pubblicità relativa a partiti e associazioni nelle vicinanze delle rispettive sedi.

4. In ogni caso, è fatto salvo quanto disposto dall' art. 13 del presente PGIP.

5. E' invece vietato il collocamento sui prospetti di vetrinette e bacheche destinate a contenere informazioni o messaggi pubblicitari commerciali; all'interno degli spazi concessi per l'occupazione di aree pubbliche, è consentita l'esposizione di un prezzario su supporto mobile dei prodotti somministrati.

Art. 18 **Targhe professionali**

1. Le targhe professionali sono consentite nelle dimensioni massime per singola targa di cm 40 di base e di cm 30 in altezza; nel caso siano più di una dovranno risultare in un unico portatarghe.

Per particolari situazioni, può essere consentita l'esposizione sulle recinzioni.

2. Laddove esiste una situazione di fatto già definita ed esteticamente ordinata, e quindi rientrante in un corretto concetto di arredo urbano, può essere consentito il mantenimento o l'inserimento di nuove targhe in armonia con le tipologie esistenti.

3. Il collocamento di targhe professionali sulle facciate di edifici vincolati ai sensi delle disposizioni legislative in materia di tutela dei beni culturali e paesaggistici, è soggetto alle procedure stabilite dal precedente art. 13.

Art. 19 **Farmacie**

1. Sulle pareti o nelle pertinenze di esercizio delle Farmacie, è consentita l'installazione di una sola insegna bifacciale luminosa a forma di croce di color verde senza alcun elemento aggiuntivo.

2. E' altresì derogabile il rispetto delle distanze minime previste ai sensi dell'art. 23, comma 6, del decreto legislativo N. 285/92.

Art. 20 **Publicità nelle edicole**

1. Sui chioschi, la pubblicità di quotidiani periodici od altro, è ammessa sia in aderenza alle pareti interne od esterne, che in sopraelevazione agli stessi.
2. L'esposizione provvisoria di locandine ed altri manufatti di propaganda è consentita esclusivamente nelle aree di proprietà e all'interno di quelle concesse in plateatico.

Art. 21 **Distributori di carburanti**

1. a) All'interno dei centri abitati è consentita l'installazione di una insegna di esercizio o marchio per l'individuazione dell'area di distribuzione carburanti. La proiezione a terra del mezzo pubblicitario non deve ricadere in alcun modo su suolo pubblico e la struttura di sostegno deve essere infissa nell'area privata o data in concessione.
b) La suddetta disposizione si applica anche per il collocamento di un ulteriore manufatto, se disgiunto dall'insegna, recante l'indicazione dei prezzi dei carburanti. Altri messaggi (ad esempio: Self Service, Diesel, Benzina verde), devono trovare collocazione in allineamento verticale all'impianto relativo all'insegna oppure a quello contenente i prezzi dei carburanti.
2. Fuori dai centri abitati l'autorizzazione viene rilasciata nel rispetto delle norme del Codice della Strada e del relativo regolamento di esecuzione.
3. I mezzi pubblicitari a carattere permanente di contenuto diverso da quello previsto al comma 1, devono essere posizionati ad almeno tre metri dal confine di proprietà o concesso e sono soggetti alle prescrizioni del Codice della Strada e del relativo regolamento di esecuzione, nonché del presente PGIP.
4. I cartelli autoportanti non luminosi di modeste dimensioni, riportanti le indicazioni «Aperto – Chiuso», vanno di regola esposti all'interno dell'area di distribuzione carburanti, privata o data in concessione. Possono essere collocati anche su suolo pubblico, senza che vi sia intralcio alla normale circolazione sia pedonale che veicolare, solo nel caso in cui la esposizione sul suolo del distributore non ne consenta la perfetta visualizzazione da parte dell'utente. Il cartello sul suolo pubblico deve essere, comunque, posizionato nelle immediate vicinanze del distributore.
5. L'esposizione temporanea di forme pubblicitarie deve trovare collocazione totalmente all'interno dell'area di distribuzione carburanti, con divieto di ancoraggio a manufatti preesistenti sul fronte strada, quali insegne, prezzari, pali della pubblica illuminazione, alberi, e nel rispetto delle disposizioni del Codice della Strada e del relativo regolamento di esecuzione. Per il rilascio dell'autorizzazione per l'effettuazione della pubblicità provvisoria di cui al presente comma, il soggetto richiedente dovrà produrre un'autodichiarazione attestante la conformità della pubblicità stessa alle norme del presente Regolamento e del Codice della Strada.

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

Art. 22

Volantinaggio e distribuzione di oggettistica

1. In tutto il territorio comunale è vietata qualsiasi forma pubblicitaria di tipo commerciale effettuata mediante il lancio di volantini, fotografie, avvisi in genere e di oggettistica varia, esercitata ambulantemente, da punti fissi, da automezzi in movimento e da aeromobili.

2. E' consentito il collocamento di volantini di tipo commerciale, politico, sindacale, culturale, sportivo e religioso, o comunque a risvolto sociale, con la distribuzione a mano, purchè di modeste dimensioni e, comunque, non superiori a quelle di un foglio formato A4 .(Cm 29,7x21)

3. E' consentita, previa autorizzazione, la pubblicità effettuata mediante persone circolanti con cartelli.

Art. 23

Pubblicità fonica

1. E' consentita, previa autorizzazione comunale, la diffusione sonora di pubblicità commerciale e di messaggi relativi ad avvenimenti e manifestazioni aventi finalità sociali, culturali, politiche e di rilevante interesse pubblico, nonché per quelli promossi o patrocinati dal Comune, da effettuare esclusivamente dalle ore 9,00 alle ore 12,30 e dalle ore 16,30 alle ore 19,30.

2. Nelle adiacenze degli edifici di interesse storico e artistico adibiti ad attività culturali, delle sedi di uffici pubblici, ospedali, case di cura e di riposo, scuole, chiese e cimiteri è vietato ogni tipo di pubblicità fonica .

3. Nelle adiacenze e in corrispondenza delle aree adibite ai mercati ambulanti settimanali, durante il loro svolgimento, è vietata la pubblicità fonica; sono fatte salve le norme stabilite nel regolamento comunale di disciplina del commercio su aree pubbliche.

4. E' fatto salvo quanto previsto dall'art. 59 del DPR 16/12/1992 N. 495 e successive modificazioni e integrazioni in materia di propaganda elettorale.

Art. 24

Pubblicità nei cantieri

1. Sulle pareti delle armature prospicienti il suolo pubblico, nonché sulle pareti dei ponteggi, steccati, recinti per qualunque uso costruiti, è riservata gratuitamente ed esclusivamente al Comune la facoltà di collocare appositi pannelli per l'affissione di manifesti.

2. Sulla superficie esterna delle protezioni e delle impalcature, è consentita l'esposizione di messaggi pubblicitari previa autorizzazione ex art. 7. La durata massima dell'esposizione pubblicitaria non può superare i dodici mesi continuativi e sarà comunque correlata all'entità dei lavori effettivi. Il messaggio deve, di norma, restare uguale per l'intero periodo autorizzato. Eventuali nuovi o diversi messaggi dovranno essere sottoposti a preventiva

autorizzazione. L'autorizzazione al messaggio pubblicitario sarà rilasciata dal responsabile del procedimento di cui al precedente art. 9 del presente Regolamento, previa acquisizione dei pareri previsti.

3. Per le dimensioni degli impianti pubblicitari di cui ai precedenti commi si rimanda a quanto disposto agli artt. 32 e 33 del presente regolamento. In deroga alle limitazioni previste può essere consentita, previa apposita autorizzazione, l'occupazione dell'intera superficie esterna dei manufatti di cui al comma 1, purchè l'impianto e il messaggio pubblicitario si riferiscano a un unico operatore.

4. A tale scopo tutte le licenze e concessioni rilasciate dal Comune per la costruzione di manufatti, staccionate ed armature, si intendono comprensive della riserva dell'uso gratuito da parte del Comune stesso della superficie esterna o della parte soprastante, da destinare sia alle pubbliche affissioni che all'esposizione di pubblicità provvisoria.

Art. 25 ***Striscioni trasversali***

1. L'esposizione di striscioni trasversali installati su suolo pubblico, ancorati esclusivamente a apposite strutture, destinati alla pubblicità commerciale è consentita unicamente agli impianti oggetto di concessione stipulata dal comune con le ditte contraenti; al di fuori di questi spazi l'utilizzo di striscioni trasversali è inoltre consentito per la promozione pubblicitaria di manifestazioni o spettacoli, in conformità all'art. 51 - comma 10 - del D.P.R. N. 495/92.

2. L'installazione degli striscioni trasversali è inoltre consentita su area privata all'interno di strutture commerciali e industriali con esclusione delle pertinenze di edifici ad uso residenziale.

3. Il montaggio deve essere eseguito con l'adozione delle opportune misure di sicurezza sia nei confronti degli installatori che della circolazione stradale secondo la normativa vigente in materia.

4. L'installazione degli striscioni trasversali agganciati a facciate di edifici residenziali dovrà essere autorizzata dall'amministratore dei condomini interessati.

Art. 26 ***Frecce, preinsegne e cartelli di avviamento***

1. E' vietata l'installazione di frecce o altri segnali di avviamento alle attività commerciali e professionali, al fine di non creare situazioni di affollamento visivo che generano un impatto negativo in rapporto sia al decoro ambientale che alla circolazione automobilistica eccetto il collocamento di preinsegne, da parte della azienda concessionaria per gli impianti pubblicitari relativi.

2. Per l'installazione della regolamentare segnaletica turistica e di territorio di cui all'art. 134 del D.P.R. N. 495/92, e al regolamento RL n. 6 del 12 aprile 2003 (regolamento della comunicazione pubblica stradale e degli impianti di indicazione stradale di interesse culturale e turistico, la specifica

competenza resta riservata all'Ufficio Segnaletica del Comune.

Art. 27

Segni orizzontali reclamistici e di direzione

1. I segni orizzontali reclamistici sono ammessi:

a) limitatamente alle sole zone Artigianali e Industriali come definite dal P.R.G, all'interno delle aree ad uso pubblico di pertinenza di complessi industriali e commerciali;

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

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

b) è fatto obbligo al concessionario, al termine della manifestazione sportiva, di provvedere al ripristino della superficie stradale entro 24 ore dal termine della manifestazione stessa.

Art. 28

Collocamento in via continuativa di cartelli, di impianti di pubblicità o propaganda e di altri mezzi pubblicitari

1. Nell'ambito del centro abitato non è autorizzata l'installazione di cartelli pubblicitari così come definiti all'art. 4 comma 4 del presente PGIP.

2. In deroga alle limitazioni di cui al comma 1 del presente articolo, è consentita l'installazione di cartelli a soggetti titolari di convenzioni/concessioni con il Comune, esclusivamente sulle pareti degli edifici purchè non presentino contrasto con valori architettonici, storici ed ambientali. E' fatto comunque salvo il parere di cui all'art. 13 qualora necessario.

3. I cartelli e gli impianti di pubblicità o propaganda posti a parete o installati sui tetti di edifici, devono avere una dimensione proporzionata, rispettivamente, ai prospetti o ai volumi dei fabbricati nei limiti di cui agli artt. 32 e 33.

4. I cartelli e gli impianti di pubblicità o propaganda possono essere luminosi, illuminati ed a messaggio variabile ed in regola con i disposti della L.R. 17/2000.

5. Per la variazione dei messaggi sui mezzi di pubblicità o propaganda ubicati nei centri abitati, si applica la disposizione di cui all'art. 53, comma 8, del D.P.R. n. 495/92, fermo restando il rispetto di quanto previsto dal presente Regolamento e dal citato regolamento di esecuzione del Codice della Strada.

6. In deroga alle vigenti disposizioni, i mezzi pubblicitari già in opera all'entrata in vigore del presente Regolamento possono essere mantenuti fino alla scadenza delle relative concessioni, convenzioni o contratti in corso

di validità, e comunque non oltre il termine fissato dall'art. 234 del decreto legislativo N. 285/92.

Art. 29
Impianti pubblicitari di servizio

1. La pubblicità sugli impianti di servizio, di cui all'art. 4 comma 11/12 è autorizzabile nel rispetto delle prescrizioni del presente PGIP e del Codice della Strada e del relativo regolamento di esecuzione.

2. Fino alla scadenza delle concessioni, convenzioni o contratti in corso di validità, la pubblicità apposta sugli impianti di servizio può essere mantenuta in deroga alle disposizioni del presente PGIP e comunque non oltre il termine ultimo fissato dall'art. 234 del decreto legislativo N. 285/92.

3. a) Le transenne parapetonali fisse devono essere costituite da una struttura tubolare metallica continua, senza angoli vivi o sporgenze di sorta.

b) Lo spazio pubblicitario abbinato alle transenne installato nel centro abitato non può superare, per ogni elemento, la superficie di mq 1 .

Art. 30
Pubblicità temporanea lungo o in vista delle strade

1. E' vietata l'esposizione temporanea di locandine e cartelli di qualsiasi materiale costituiti, anche se usati per l'affissione di manifesti, collocati a ridosso o avvolti alle paline semaforiche, ai segnali stradali, ed altri supporti destinati a scopi diversi. E' altresì vietata la collocazione su piante e pali della pubblica illuminazione. E' altresì vietata l'installazione di striscioni, cartelli o altro, reclamizzanti in via provvisoria promozioni commerciali, manifestazioni o spettacoli vari, quando vengono collocati su cancellate o recinzioni di edifici sia pubblici che privati.

2. E' derogabile il rispetto delle distanze minime previste dal Codice della Strada e dal relativo regolamento di esecuzione per la pubblicità dei Circhi e dei Luna Park, che deve essere effettuata secondo le prescrizioni date di volta in volta dal responsabile del procedimento di cui all'art. 9.

3. E' consentita l'esposizione provvisoria di locandine o stendardi, anche riferiti ad iniziative commerciali, ancorati o sostenuti da idonee strutture autoportanti, senza alcuna manomissione di suolo pubblico.

Alla scadenza dell'autorizzazione le strutture devono essere tassativamente rimosse.

Lo spazio pubblicitario non può superare la superficie di 2 metri quadrati per facciata.

Il periodo di esposizione decorre dal settimo giorno precedente l'inizio della manifestazione, dello spettacolo o dell'iniziativa commerciale cui si riferisce, e termina il giorno successivo alla scadenza dell'evento.

Il numero delle strutture pubblicitarie provvisorie da installare nell'ambito del territorio comunale al fine della tutela del decoro urbano non potrà superare rispettivamente il numero di 80 unità per la pubblicità relativa ai Circhi ed ai Luna Park e di 45 unità come limite complessivo per le altre tipologie commerciali con limitazione concessa al singolo richiedente pari a 15 unità.

Per non limitare la concorrenza al fine di consentire la rotazione dei

richiedenti l'autorizzazione per l'installazione della pubblicità temporanea è concessa per un periodo di max 30 giorni consecutivi; per l'eventuale richiesta di rinnovo dovranno essere trascorsi 30 giorni dalla scadenza precedente.

E' fatto divieto di occupazione dei marciapiedi se lo spazio restante a disposizione per il transito dei pedoni risultasse di larghezza inferiore a metri 1,50.

Art. 31

Distanze entro i centri abitati

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

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

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

3. Le insegne di esercizio a bandiera collocate in aderenza ai fabbricati e poste in modo ortogonale al senso di marcia dei veicoli, sono comunque autorizzabili purché sia rispettato il limite di 0,5 metri di distanza dalla carreggiata.

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

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

Art. 32

Installazioni pubblicitarie fuori dai centri abitati

1. Fuori dai centri abitati, i cartelli, le insegne di esercizio e gli altri mezzi pubblicitari, non devono superare la superficie di 6 mq, ad eccezione delle insegne d'esercizio poste parallelamente al senso di marcia dei veicoli o in aderenza ai fabbricati, che possono raggiungere la superficie di 20 mq; qualora la superficie di ciascuna facciata dell'edificio ove ha sede l'attività sia superiore a 100 mq, è possibile incrementare la superficie dell'insegna d'esercizio nella misura del 10% della superficie di facciata eccedente i 100 mq fino al limite di 50 mq.

2. Sono fatte comunque salve le disposizioni ed eventuali autorizzazioni da parte di altri Enti necessarie per la posa degli impianti pubblicitari.

Art. 33

Dimensioni degli impianti pubblicitari dentro il centro abitato

1. Per gli impianti pubblicitari installati dentro il centro abitato, ai sensi dell'art.48/1 del Regolamento di Esecuzione del Codice della Strada, si osservano le dimensioni stabilite nel presente articolo.
2. I cartelli, le insegne di esercizio e gli altri mezzi pubblicitari non devono superare la superficie di mq.4 ad eccezione delle insegne di esercizio poste parallelamente al senso di marcia dei veicoli o in aderenza dei fabbricati, che possono raggiungere la superficie di mq 20; qualora la superficie di ciascuna facciata dell'edificio ove ha sede l'attività sia superiore a 100 mq è possibile incrementare la superficie dell'insegna di esercizio nella misura del 10% della superficie della facciata.
3. La superficie dei cartelli, delle insegne o degli altri mezzi pubblicitari viene calcolata nel seguente modo:
 - a nel caso di lettere singole scatolate si somma la superficie di ciascuna lettera;
 - b nel caso di iscrizione su pannello si calcola la superficie dell'intero pannello;
 - c nel caso di impianti pubblicitari posti sulle sommità degli edifici la superficie viene calcolata comprendendo anche la porzione visibile della struttura portante del pannello.
4. Deroghe alle limitazioni di cui al precedente comma 2 possono essere previste per gli impianti pubblicitari oggetto di specifiche convenzioni con il comune per grandi impianti installati su edifici pubblici /privati, che dovranno essere di volta in volta approvate dalla Giunta Comunale.

Art. 34
Pubblicità provvisoria con automezzi

1. E' vietata in tutto il territorio comunale ogni forma di pubblicità effettuata in via temporanea mediante cartelli o altri manufatti, collocati sopra o all'esterno di veicoli adibiti ad uso privato o destinati a trasporti delle aziende, siano essi in sosta che in movimento, ad eccezione di quelli impiegati ed omologati per uso pubblicitario.
2. E' inoltre vietata l'esposizione di manifesti, fotografie o similari, incollati o comunque affissi su automezzi in sosta o in movimento, in coincidenza di occasionali vendite promozionali, manifestazioni varie, spettacoli o altro. Tale divieto non si estende ai veicoli speciali di cui al primo comma, anche con riferimento alle vendite straordinarie di cui al D.lgs. n. 114/98 e successive modifiche ed integrazioni, ed a quelli degli spettacoli circensi e dei Luna Park nonché ai messaggi relativi all'attività di gruppi e partiti politici.
3. Tali divieti sono estesi anche ai veicoli trainati o spinti da forza non meccanica. E' consentita in ogni caso la diffusione di messaggi di natura politica, culturale, sociale e comunque non di tipo propagandistico commerciale, effettuata mediante carrelli, tricicli, tavoli mobili o altri mezzi mobili muniti di ruote, che occupino una superficie pubblicitaria non superiore a due metri quadrati, in osservanza delle disposizioni contenute

nel codice della strada e nel relativo regolamento di esecuzione.

4. La pubblicità sui veicoli adibiti al trasporto pubblico non è soggetta ad autorizzazione.

Art. 35

Pubblicità con aeromobili, mongolfiere e palloni frenati

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

2. I palloni frenati o simili sono consentiti in occasione di manifestazioni e nelle adiacenze dei luoghi in cui si svolgono e sono soggetti ad autorizzazione ex art. 7 del presente PGIP nel caso in cui rechino messaggi pubblicitari di qualsiasi natura. Qualora fossero ancorati su aree pubbliche dovranno sottostare alla disciplina relativa all'occupazione del suolo pubblico e al pagamento del relativo canone.

Art. 36

Oneri relativi all'esposizione della pubblicità

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

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

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

4. In caso di installazione di impianti, mezzi e forme pubblicitarie disciplinate dal presente PGIP su aree pubbliche, è facoltà dell'Amministrazione Comunale chiedere il versamento di una cauzione a garanzia del ripristino dell'area interessata. La cauzione sarà determinata sulla base della tipologia dell'impianto, della superficie e delle caratteristiche dell'area di collocazione del manufatto.

Art. 37

Manutenzione dei mezzi pubblicitari

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

Art. 38

Spostamento o rimozione per motivi di pubblico interesse

1. Il Comune si riserva, a suo giudizio insindacabile, la facoltà di ordinare in

qualunque momento lo spostamento o la rimozione di qualsiasi mezzo pubblicitario per motivi di riordino ambientale, per demolizioni o costruzioni, per ogni altra esigenza connessa allo svolgimento di un pubblico servizio o per altre cause di forza maggiore o comunque di pubblico interesse, dandone comunicazione scritta all'interessato 30 giorni prima.

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

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

Per quest'ultima ipotesi, spetta all'interessato produrre apposita istanza secondo le modalità previste nel presente PGIP.

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

Art. 39

Rimozione della pubblicità alla scadenza dell'autorizzazione

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

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

2. Per la conservazione del materiale rimosso, si applicano le disposizioni di cui all'art. 24, commi 3 e 4, del decreto legislativo N. 507/93 e dei successivi artt. 40 e 41 del presente PGIP.

Art. 40

Rimozione e sequestro dei mezzi pubblicitari abusivi o in cattivo stato di manutenzione

1. E' vietata qualsiasi forma di pubblicità non conforme a quanto previsto dal vigente Codice della Strada, dal presente PGIP o dal decreto legislativo N. 507/93 .

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

3. Il Comune dispone la rimozione degli impianti pubblicitari abusivi, indicando nell'apposito verbale di accertamento il termine di 15 giorni entro il quale l'interessato può provvedervi direttamente. In caso di inottemperanza, il Comune provvede d'ufficio, addebitando agli interessati le spese sostenute.

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

4. La procedura di cui al comma 3 dovrà essere altresì adottata nel caso di mezzi pubblicitari realizzati o posizionati in difformità dall'autorizzazione, ovvero in caso di cattivo stato di conservazione o manutenzione. Nel caso in cui il manufatto pubblicitario, per la sua collocazione o stato d'uso, possa essere di pregiudizio alla pubblica incolumità, la rimozione potrà avvenire

immediatamente.

5. E' in ogni caso applicabile la rimozione immediata degli impianti abusivi prevista dall'art.23/13 quater del D.L.vo n°285/92.

6. I mezzi pubblicitari rimossi d'ufficio possono essere sequestrati a garanzia del pagamento delle spese di rimozione, di custodia e di ogni altro tributo o diritto eventualmente dovuti.

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

Art. 41

Conservazione del materiale rimosso o sequestrato dal Comune

1. Il materiale rimosso coattivamente dal Comune, eventualmente sequestrato, può essere ritirato dagli interessati previo rimborso delle spese sostenute dal Comune stesso per la rimozione e per la custodia, nonché di altri eventuali costi affrontati dal Comune per qualunque altra causa.

2. In caso di mancato ritiro nel termine stabilito il materiale rimosso, dopo le procedure del caso, viene conferito a discarica per la sua distruzione.

3. In relazione a quanto previsto nel precedente comma, resta impregiudicato per il Comune il diritto a rivalersi se il rimborso non è stato effettuato entro il termine previsto; si procede al recupero coattivo del credito con le modalità di cui al D.P.R. 28 Gennaio 1988 n°43.

CAPO III

SANZIONI E RECLAMI

Art. 42

Sanzioni

1. Per l'inosservanza alle norme del presente Regolamento, non già previste dal decreto legislativo 30 aprile 1992, n. 285 e successive modificazioni ed integrazioni, si applicano le sanzioni di cui all'art. 24 del decreto legislativo 15 novembre 1993, n. 507 e quelle dell'art. 7 bis del decreto legislativo 267/2000.

Art. 43

Reclami

1. Gli eventuali reclami inerenti allo svolgimento del servizio pubblicità e pubbliche affissioni, devono essere presentati per iscritto nel giorno stesso in cui si rilevano le presunte irregolarità, per dar modo all'Ufficio di effettuare i necessari accertamenti.

2. Non si tiene conto di rilievi presentati dopo la scadenza dell'affissione o della pubblicità.

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

CAPO IV DISPOSIZIONI FINALI E TRANSITORIE

Art. 44 Adeguamento alle norme

1. Dalla data di entrata in vigore del presente PGIP non è più consentito il mantenimento di insegne e di altri mezzi pubblicitari non conformi alle norme in esso contenute ed a quelle previste dal Codice della Strada.

Per le insegne e gli altri mezzi pubblicitari non autorizzati ma iscritti a ruolo, si dovrà, entro il medesimo termine, richiedere la necessaria autorizzazione amministrativa.

Tali disposizioni hanno validità anche per le insegne ed altri mezzi pubblicitari collocati in aree e su edifici vincolati, purché provvisti dei decreti e pareri ai sensi delle disposizioni legislative in materia di tutela dei beni culturali e paesaggistici.

Eventuali variazioni del titolo autorizzativo a suo tempo rilasciato o della posizione fiscale iscritta a ruolo, possono essere consentite dietro presentazione della prevista domanda in bollo.

Nel caso di modifica del posizionamento, delle dimensioni e delle caratteristiche tipologiche e grafiche dei mezzi pubblicitari, l'istanza deve essere corredata della documentazione prescritta dall'art. 8.

2. Il Comune di Bresso renderà note per tempo le norme di cui al presente PGIP e delle procedure per l'adeguamento alle stesse, mediante il ricorso ai consueti e più diffusi strumenti d'informazione.

Art. 45 Rinvio ad altre disposizioni

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

Art. 46 Entrata in vigore

Il presente Regolamento entra in vigore dalla data di esecutività della sua deliberazione di approvazione.