



COMUNE DI AGEROLA
CITTÀ METROPOLITANA DI NAPOLI

PIANO GENERALE DEGLI IMPIANTI PUBBLICITARI

NORME TECNICHE DI ATTUAZIONE

APPROVATO CON DELIBERAZIONE DI CONSIGLIO COMUNALE N. DEL

TITOLO I GENERALITA'

- Art. 1 Ambito di applicazione. Contenuti e finalità
- Art. 2 Quadro normativo e di riferimento
- Art. 3 Definizione dei centri abitati / Zonizzazione
- Art. 4 Classificazione dei mezzi e dei messaggi pubblicitari.
- Art. 5 Caratteristiche dei mezzi pubblicitari
- Art. 6 Pubblicità in luoghi sottoposti a tutela particolare
- Art. 7 Disciplina di installazione per zone omogenee

TITOLO II PUBBLICITA' ESTERNA

- Art. 8 Definizione, prescrizioni e divieti dei mezzi pubblicitari a carattere permanente soggetti ad autorizzazione
- Art. 9 Definizione, prescrizioni e divieti dei mezzi pubblicitari a carattere temporaneo soggetti ad autorizzazione
- Art. 10 Definizione, prescrizioni e divieti dei mezzi pubblicitari soggetti a particolare regolamentazione.

TITOLO III AFFISSIONI PUBBLICHE E DIRETTE

- Art. 11 Finalità
- Art. 12 Definizione dei mezzi pubblicitari destinati alle affissioni pubbliche e dirette
- Art. 13 Criteri di individuazione degli spazi e collocazione degli impianti di affissione.
- Art. 14 Quantificazione degli impianti destinati all'affissione pubblica
- Art. 15 Quantificazione degli impianti destinati all'affissione diretta

TITOLO IV AUTORIZZAZIONI

- Art. 16 Autorizzazione Impianti pubblicitari
- Art. 17 Domanda per Autorizzazione dei mezzi pubblicitari a carattere permanente
- Art. 18 Domanda per Autorizzazione dei mezzi pubblicitari a carattere temporaneo
- Art. 19 Domanda per Autorizzazione dei mezzi pubblicitari soggetti a particolare regolamentazione
- Art. 20 Istruttoria e rilascio dell'autorizzazione
- Art. 21 Interventi di sostituzione e modifica
- Art. 22 Termine di validità dell'autorizzazione
- Art. 23 Rinnovo dell'autorizzazione dei mezzi pubblicitari a carattere permanente o soggetta a particolare regolamentazione.
- Art. 24 Obblighi del titolare dell'autorizzazione di cui al comma 6 art.22
- Art. 25 Obblighi del titolare dell'autorizzazione di mezzi pubblicitari a carattere temporaneo
- Art. 26 Decadenza dell'autorizzazione

TITOLO V DISPOSIZIONI COMUNI E FINALI

- Art. 27 Altri Divieti
- Art. 28 Sanzioni Amministrative
- Art. 29 Norme Transitorie
- Art. 30 Norme Finali
- Art. 31 Entrata in Vigore

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 Agerola 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 Comunale per l'applicazione dell'imposta comunale sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni, approvato con delibera C.C. n. 3 del 16/03/2012 e modificato con delibera C.C. n. 43 del 28.11.2012;
 - Regolamento Edilizio vigente;
 - D.Lgs. 13/09/2013 n.158
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 e CENTRALE A DESTINAZIONE MISTA.** In questa zona per le installazioni pubblicitarie si opererà secondo criteri di salvaguardia e tutela del contesto storico-ambientale della zona poiché ambito di particolare valore storico-artistico-ambientale, espressamente vincolato. Tale zona individua altresì le aree 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 2) RESTANTE PARTE DEL TERRITORIO COMUNALE.** Sono le aree ricomprese all'esterno delle zone 1. 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 ove si individuano tutti gli impianti di arredo pubblicitario e segnaletica direzionale (preinsegne) prevedibili.

Art. 4 Classificazione dei mezzi e dei messaggi pubblicitari.

I mezzi pubblicitari considerati dal PGIP sono classificati in funzione della durata del periodo di collocazione ed in funzione del messaggio esposto:

1. *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.
2. *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.
3. *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 di Agerola.
4. *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.
5. *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.
6. *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 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 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 Pubblicità in luoghi sottoposti a tutela particolare

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 e successive modificazioni. In tali aree sono consentiti unicamente gli impianti pubblicitari abbinati a prestazioni di pubblica utilità o ad arredo urbano di particolare pregio, fatto salvo il passaggio alle competenti commissioni.

Art. 7 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.

TITOLO II

PUBBLICITA' ESTERNA

Art. 8 Definizione, prescrizioni e divieti 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 unicamente per luce indiretta. All'interno della zona 1 e in tutti gli edifici interessati dalle speciali norme di tutela, si adotteranno criteri dettagliatamente previsti in apposito Piano delle Insegne, che sarà successivamente redatto.
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 max 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 esclusivamente 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 corpi illuminanti 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 o nell'ambito dell'arredo urbano e stradale (pensiline e paline di fermata bus, transenne parapetonali, segnalatori di servizio, cestini getta carta, orologi, panchine e totem di pubblica utilità anche con funzioni tecnologicamente avanzate, ecc.) recanti spazi pubblicitari che potranno anche essere luminosi 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.

Art. 9 Definizione, prescrizioni e divieti 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.
Può essere luminoso per luce indiretta.
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.

Art. 10 Definizione, prescrizioni e divieti 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 non possono essere luminescenti o luminose anche in forma indiretta, devono perseguire obiettivi di leggerezza, trasparenza e proporzione che riducano invasività sulla facciata dell'edificio ed il resto del contesto urbano. La collocazione di tale mezzo pubblicitario è consentita in tutte le zone indicate all'art. 3 del presente PGIP.
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. La collocazione di tale mezzo pubblicitario è consentita in tutte le zone indicate all'art. 3 del presente PGIP.
3. *Mezzo pubblicitario pittorico*. Manufatto 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. La collocazione di tale mezzo pubblicitario è consentita in tutte le zone indicate all'art. 3 del presente PGIP.

4. *Progetti particolareggiati.* Interventi finalizzati alla realizzazione di opere od attività di rilevante interesse per la collettività che prevedano l'utilizzo di altre formule promozione di beni e servizi anche non riconducibili a quelle descritte negli art. 8, 9 e 10.

TITOLO III

AFFISSIONI PUBBLICHE E DIRETTE

Art. 11 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.

Art. 12 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.
2. *Tabella per affissioni.* Manufatto bidimensionale ancorato a muro, finalizzato esclusivamente alla sovrapposizione di Manifesti.
3. *Bacheca.* Manufatto supportato da ideale struttura di sostegno o applicato a muro, finalizzato all'esposizione, tramite applicazione per sovrapposizione all'interno della bacheca, di messaggi relativi all'attività sociale o propagandistici di attività.
4. *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,

Art. 13 Criteri di individuazione degli spazi e collocazione degli impianti di affissione.

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.

1. 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.
 - 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.

c) Manifesti cm 100 x 140

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

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.

Art. 14 Quantificazione degli impianti destinati all'affissione pubblica

1. In conformità a quanto dispone il III comma art. 18 del D.Lgs. 15.11.1993, n. 507 tenuto conto che, la popolazione del Comune di Agerola risulta essere all'ultimo censimento Istat dell'anno 2017 di 7697 abitanti, la superficie degli impianti da adibire alle pubbliche affissioni è ampliata rispetto al vigente Regolamento per le Pubbliche Affissioni e stabilita in complessivi mq. 100, proporzionata al predetto numero di abitanti e, comunque, non inferiore a mq 18 per ogni 1.000 abitanti per i comuni con popolazione superiore ai 30.000 abitanti e a mq. 12 negli altri comuni.
2. La superficie complessiva degli impianti per le pubbliche affissioni, sopra determinata, è così ripartita:
 - Affissioni Istituzionali: mq 55
 - Affissioni Commerciali: mq 25
 - Affissioni Funebri: mq 20

Art. 15 Quantificazione degli impianti destinati all'affissione diretta

1. La superficie degli impianti da attribuire a soggetti privati per l'effettuazioni di affissioni dirette, viene determinata in misura pari al 10% della superficie, come disposto dall'art.24 Regolamento Comunale per l'applicazione dell'imposta comunale sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni.

TITOLO IV AUTORIZZAZIONI

Art. 16 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 nullaosta o eventuale autorizzazione di competenza di altre autorità o Enti (Soprintendenza per i Beni Architettonici e Paesaggistici, Città Metropolitana di Napoli, Regione Campania, ecc.). Eventuali autorizzazioni e/o nullaosta dovranno essere richiesti direttamente dagli interessati agli enti preposti.

Art. 17 Domanda per Autorizzazione dei mezzi pubblicitari a carattere permanente

1. La domanda, indirizzata al SUAP, deve essere presentata all'Ufficio Protocollo Generale del Comune di Agerola, previa compilazione di un apposito modulo predisposto dallo stesso SUAP.
1. Per il rilascio dell'autorizzazione alla collocazione di targhe indicanti professioni mediche, strutture sanitarie, farmaceutiche e veterinarie, il Comune di Agerola si riserva la facoltà di controllare, per il tramite dell'Ordine Professionale di appartenenza del richiedente, la correttezza e la veridicità delle informazioni da riprodurre sulle insegne e sulle targhe professionali.

Art. 18 Domanda per Autorizzazione dei mezzi pubblicitari a carattere temporaneo

1. Per l'effettuazione di pubblicità temporanea per striscioni, bandiere, e segni orizzontali reclamistici, la domanda deve essere presentata almeno 10 giorni prima del previsto posizionamento, indirizzata al SUAP, deve essere presentata all'Ufficio Protocollo Generale del Comune di Agerola e corredata dei seguenti documenti in duplice copia:
 - 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.

Art. 19 Domanda per Autorizzazione dei mezzi pubblicitari soggetti a particolare regolamentazione

1. Per l'apposizione di vetrofanie e insegne entro-vetrina, 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 al SUAP, deve essere presentata all'Ufficio Protocollo Generale del Comune di Agerola 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, e per interventi su progetto particolareggiato, la domanda, indirizzata al SUAP, deve essere presentata all'Ufficio Protocollo Generale del Comune di Agerola 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 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 al D.Lgs. n. 81 del 09.04.2008 "Norme per la sicurezza degli impianti", 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;
- g) copia del nullaosta tecnico dell'ente proprietario della strada, qualora richiesto;
- g) parere della Soprintendenza ai Beni Ambientali ed Architettonici della Regione Campania, 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. 20 Istruttoria e rilascio dell'autorizzazione

1. L'autorizzazione per l'effettuazione di pubblicità a carattere permanente e soggetta a particolare regolamentazione, è affidata al SUAP. L'autorizzazione per l'effettuazione di pubblicità a carattere permanente e soggetta a particolare regolamentazione è rilasciata all'interessato entro 60 giorni dalla data di presentazione della relativa richiesta.
2. L'autorizzazione per l'effettuazione di pubblicità a carattere temporaneo è affidata al SUAP. L'autorizzazione per l'effettuazione di pubblicità a carattere temporaneo è rilasciata all'interessato entro 15 giorni dalla data di presentazione della relativa richiesta.
3. È in ogni caso negato il rilascio o il rinnovo dell'autorizzazione, nel caso in cui il richiedente abbia pendenze in materia tributaria con il Comune di Agerola.
4. Per l'installazione di impianti pubblicitari di servizio, di preinsegne e segnaletica stradale pubblicitaria e per l'esecuzione di progetti particolareggiati, verrà rilasciata concessione, a seguito di procedura a evidenza pubblica, che stabilirà la durata e le prescrizioni inerenti i criteri di installazione, gestione e manutenzione dei mezzi pubblicitari, nonché tutte le altre modalità ritenute più opportune all'utilità pubblica dell'impresa.

Art. 21 Interventi di sostituzione e modifica

1. Qualora il soggetto titolare dell'autorizzazione, decorsi almeno tre mesi dal rilascio, fermo restando la durata della stessa, intenda variare il messaggio pubblicitario riportato su un cartello o su un altro mezzo pubblicitario a carattere permanente, deve farne domanda, allegando il bozzetto del nuovo messaggio.
2. L'autorizzazione sarà rilasciata entro i successivi 30 giorni.

Art. 22 Termine di validità dell'autorizzazione

1. L'autorizzazione all'installazione di mezzi pubblicitari a carattere permanente, ha validità per un periodo di anni tre.
2. L'autorizzazione all'installazione di targhe professionali ha validità per un periodo di anni quindici.
3. L'autorizzazione all'installazione di mezzi pubblicitari a carattere temporaneo, ha validità per un periodo massimo di 90 giorni.
4. L'autorizzazione alla posa di contenitori pubblicitari ha validità per un periodo di anni uno.
5. L'autorizzazione all'esposizione e alla posa di messaggi pubblicitari su mezzo pittorico ha durata non superiore a quella prevista per il termine dei lavori indicati nel titolo edilizio.
6. L'autorizzazione per la realizzazione di progetti particolareggiati, per la posa di impianti pubblicitari di servizio, di preinsegne e segnaletica stradale pubblicitaria, ha validità massima di anni 9 da definirsi in sede di procedimento ad evidenza pubblica e comunque in funzione dell'investimento per la realizzazione delle opere oggetto del progetto e sarà

regolata da apposita scrittura che stabilirà la durata e le prescrizioni inerenti i criteri di installazione, gestione e manutenzione dei mezzi pubblicitari, nonché tutte le altre modalità ritenute più opportune all'utilità pubblica dell'impresa.

Art. 23 Rinnovo dell'autorizzazione dei mezzi pubblicitari a carattere permanente o soggetta a particolare regolamentazione.

1. L'autorizzazione all'installazione dei mezzi pubblicitari a carattere permanente o soggetta a particolare regolamentazione è rinnovabile a condizione che la richiesta, da prodursi almeno novanta giorni prima della scadenza naturale, provenga dal medesimo soggetto intestatario dell'atto.
2. Nel caso in cui non siano apportate modifiche al mezzo pubblicitario la domanda di rinnovo deve essere corredata dalla sola autodichiarazione, redatta ai sensi della Legge 445/2000, che attesti la persistenza degli elementi di cui alla lettera e) dell'art. 18, comma 1 e l'assenza di modifiche alla situazione in essere.
3. Il mancato rispetto delle condizioni di cui al primo comma del presente articolo, nonché l'introduzione di qualsiasi modifica, comportano il rispetto della procedura di cui all'art. 18.

Art. 24 Obblighi del titolare dell'autorizzazione, di cui al comma 6 art.22

1. È fatto obbligo al titolare dell'autorizzazione, di cui al comma 6 dell'art. 22, di:
 - a) verificare il buono stato di conservazione dei 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 Agerola 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, il logo del Comune di Agerola e con caratteri incisi, i seguenti dati:
 - soggetto titolare;
 - numero dell'autorizzazione;
 - 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, per le targhe professionali e le insegne di esercizio, dai regolamenti condominiali ove previsto.

Art. 25 Obblighi del titolare dell'autorizzazione di mezzi pubblicitari a carattere temporaneo

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 di tutti i mezzi pubblicitari la mancata osservanza delle prescrizioni riportate nell'autorizzazione stessa.

TITOLO V

DISPOSIZIONI COMUNI E FINALI

Art. 27 Altri Divieti

Oltre ai divieti indicati negli articoli precedenti :

1. La comunicazione commerciale non deve offendere le convinzioni morali, civili e religiose; deve rispettare la dignità della persona in tutte le sue forme ed espressioni e deve evitare ogni forma di discriminazione, compresa quella di genere.
2. La comunicazione commerciale rivolta ai bambini e/o agli adolescenti non deve contenere nulla che possa danneggiarli psichicamente o moralmente e non devono inoltre abusare della loro naturale credulità o mancanza di esperienza, o del loro senso di lealtà. In particolare non deve indurre a:
 - a. violare norme di comportamento sociale generalmente accettate;
 - b. compiere azioni o esporsi a situazioni pericolose;
 - c. ritenere che il mancato possesso del prodotto oggetto della comunicazione significhi inferiorità,
 - d. sminuire il ruolo dei genitori e di altri educatori nel fornire valide indicazioni dietetiche;
 - e. adottare l'abitudine a comportamenti alimentari non equilibrati, o trascurare l'esigenza di seguire uno stile di vita sano;
3. La comunicazione commerciale non deve contenere alcuna forma riconducibile alla pornografia e al turismo sessuale.
4. La comunicazione commerciale di giochi che prevedono vincite in denaro deve riportare in modo chiaramente visibile la percentuale di probabilità di vincita che il soggetto ha nel singolo gioco pubblicizzato. Qualora la stessa percentuale non sia definibile, dovrà essere indicata la percentuale storica per giochi simili. La messaggistica dovrà avvertire sul rischio di dipendenza dalla pratica di giochi con vincite in denaro.

Art. 28 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. Le violazioni alle norme per la comunicazione commerciale di giochi che prevedono vincite in denaro sono punite con le sanzioni amministrative pecuniarie ed accessorie previste dal D.L. 158 del 13 settembre 2012 e ss.mm.ii.
5. 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.
6. 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.
7. 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. 29 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 norma in fase di rinnovo a cura e spese del titolare dell'autorizzazione, e comunque entro 1 anno dall'entrata in vigore del presente regolamento.
2. Ogni variazione al mezzo pubblicitario presente su suolo pubblico va preventivamente sottoposta a nuova autorizzazione da parte dei competenti uffici Comunali, adeguando la stessa alle norme del PGIP in oggetto.
3. I mezzi pubblicitari installati con autorizzazione scaduta dovranno essere adeguati alla nuova norma, a cura e spese del titolare dell'autorizzazione, entro 6 mesi dall'entrata in vigore del presente regolamento.
4. 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 e Transitorie

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.
4. I mezzi pubblicitari attualmente autorizzati su suolo pubblico, ivi compresi quelli per i quali è stata presentata istanza di rinnovo e la stessa è in corso di istruttoria, rimangono sul territorio fino alla data comunicata dal Comune di Agerola a seguito della indizione delle gare di cui al precedente comma 6 dell'art. 22.
5. Nelle more dell'indizione delle gare sono dovuti gli interventi di ordinaria e straordinaria manutenzione e messa in sicurezza degli impianti esistenti.
6. A seguito dell'indizione delle gare di cui al precedente comma 6 art. 22, il Comune di Agerola comunica ai soggetti proprietari degli impianti installati su suolo pubblico un congruo termine entro cui provvedere alla rimozione degli stessi, decorso infruttuosamente il quale gli impianti sono considerati abusivi, rimossi e pertanto applicate le sanzioni di Legge.
7. Il presente Regolamento non sostituisce il Regolamento Comunale per l'applicazione dell'imposta comunale sulla pubblicità e per l'effettuazione del servizio delle pubbliche affissioni e pubblicità in genere, approvato con Deliberazione del Consiglio Comunale n. 03 del 16.03.2012 e modificato con Deliberazione C.C. n. 43 del 28.11.2012, ma integra lo stesso nelle norme previsionali e nei dettami delle procedure ed aspetti amministrativi.

Art. 30 Entrata in Vigore

1. Il presente PGIP, entra in vigore decorsi 15 gg. dalla pubblicazione all'albo pretorio della relativa deliberazione di approvazione.