

**REGOLAMENTO REGIONALE 12 aprile 2003, N. 6**

**Regolamento della comunicazione pubblica stradale e degli impianti di indicazione stradale di interesse culturale e turistico**

**(BURL n. 16, 1° suppl. ord. del 18 Aprile 2003)**

urn:nir:regione.lombardia:legge:2003-04-12;6

**Art. 1.**

**Oggetto.**

1. Il presente regolamento, in attuazione dell'art. 17 della legge regionale 4 maggio 2001, n. 9 "Programmazione e sviluppo della rete viaria di interesse regionale", prevede e disciplina gli impianti di comunicazione pubblica stradale e gli impianti di indicazione stradale di interesse culturale e turistico quali tipologie di mezzi pubblicitari, ad integrazione di quanto disposto dal d.P.R. 16 dicembre 1992, n. 495 "Regolamento di attuazione del Nuovo codice della Strada".

**Art. 2.**

**Definizioni.**

1. Ai fini del presente regolamento si intende per:

- a) impianto di comunicazione pubblica stradale: il manufatto bidimensionale costituito da un pannello rigido sorretto da uno o due appoggi saldamente fissati a terra, con luce libera minima dal suolo di cm.150 e superficie utile massima di mq.6 per facciata, finalizzato ad accogliere comunicazioni di pubblica utilità ed interesse della Regione o, previo accordo con la competente Direzione generale della Giunta regionale, della provincia, quali numeri verdi, numeri utili, indicazioni di servizi di pubblica utilità, informazioni relative agli itinerari ambientali e culturali, campagne di pubblica informazione e/o sensibilizzazione. Alla comunicazione di interesse pubblico può essere abbinata, nell'ambito del medesimo impianto ed al solo fine di consentire la copertura dei relativi costi, eventuale pubblicità commerciale, la quale può occupare uno dei lati o sezioni del pannello ovvero la sezione inferiore di questo su uno o su entrambi i lati;
- b) impianto di indicazione stradale di interesse culturale e turistico: il manufatto bidimensionale costituito da un pannello rigido sorretto da uno o due appoggi saldamente fissati a terra, con luce libera minima dal suolo di cm. 150, larghezza ed altezza massima del pannello rispettivamente di cm. 250 e cm. 70, recante in lettere bianche su fondo marrone l'indicazione di luogo o percorso di interesse turistico, culturale o comunque di rilevanza pubblica, accompagnata da freccia bianca di indicazione ed eventuale logo o simbolo grafico. I relativi bozzetti sono definiti dalla Regione o dalla Provincia interessata.

**Art. 3.**

**Distanze.**

1. Gli impianti di comunicazione pubblica stradale e di indicazione stradale di interesse culturale e turistico sono collocati:

- a) ad una distanza non inferiore a 10 metri dagli altri cartelli, insegne di esercizio e mezzi pubblicitari;
- b) ad una distanza non inferiore a 3 metri dal limite della carreggiata, salva la possibilità di deroga fino ad un metro dal limite della carreggiata per le sole comunicazioni di pubblica utilità il cui bordo inferiore sia, in ogni suo punto, ad una quota pari o superiore a 3 metri rispetto a quella del piano stradale.

2. Restano fermi gli altri vincoli dettati dall'art. 51 del d.P.R. n. 495/1992 ai fini della sicurezza della circolazione.
3. Tra singoli impianti di comunicazione pubblica stradale deve intercorrere una distanza non inferiore a 1.000 metri.
4. La collocazione degli impianti di indicazione stradale di interesse culturale e turistico non è soggetta al vincolo di cui al comma 3.

#### **Art. 4.**

##### **Disposizioni procedurali.**

1. Nel caso in cui l'impianto sia collocato su iniziativa diretta della Regione o della Provincia e non rechi pubblicità commerciale, la collocazione è soggetta a preventiva comunicazione all'Ente proprietario della tratta stradale da parte dell'ente richiedente, che indichi le dimensioni e l'ubicazione dell'impianto, nonché il bozzetto del messaggio di pubblica utilità; la comunicazione è corredata dall'attestazione che il manufatto che si intende collocare è realizzato e sarà posto in opera tenendo conto della natura del terreno e della spinta del vento, in modo che ne sia garantita la stabilità. L'ente proprietario della tratta stradale, entro trenta giorni dal ricevimento della comunicazione, può segnalare la motivata indisponibilità della posizione individuata, eventualmente assegnando una diversa posizione lungo la medesima tratta stradale, ovvero chiedere la modifica dell'impianto per adeguarlo alle disposizioni del presente regolamento e del d.P.R. n. 495/1992. Decorso inutilmente il predetto termine, il richiedente può procedere alla collocazione.
2. Nel caso in cui l'impianto rechi pubblicità commerciale, la relativa comunicazione deve essere presentata all'Ente proprietario della tratta stradale da soggetto che svolga professionalmente attività pubblicitaria e che abbia preventivamente sottoscritto con l'ente interessato al messaggio di interesse pubblico apposita convenzione, secondo lo schema allegato al presente regolamento. Alla comunicazione sono allegati un bozzetto del messaggio, con l'indicazione delle dimensioni e dell'ubicazione dell'impianto pubblicitario, nonché una dichiarazione, redatta ai sensi del d.P.R. 28 dicembre 2000, n. 445, la quale attesti che il manufatto che si intende collocare è realizzato e sarà posto in opera tenendo conto della natura del terreno e della spinta del vento, in modo che sia garantita la stabilità. L'ente proprietario, entro trenta giorni dal ricevimento della comunicazione, può segnalare la motivata indisponibilità della posizione individuata, eventualmente assegnando una diversa posizione lungo la medesima tratta stradale, ovvero chiedere la modifica dell'impianto per adeguarlo alle disposizioni del presente regolamento e del d.P.R. n. 495/1992. Decorso inutilmente il predetto termine, il richiedente può procedere alla collocazione.
3. Il soggetto che ha chiesto l'installazione a norma del comma 2 è tenuto:
  - a) ad ogni onere connesso alla realizzazione e collocazione dell'impianto;
  - b) a verificare il buono stato di conservazione dei cartelli e delle loro strutture di sostegno e di effettuare la relativa manutenzione;
  - c) al pagamento delle imposte per cartelli pubblicitari di analoghe dimensioni;
  - d) alla stampa, affissione e sostituzione periodica del messaggio di interesse pubblico così come concordato con la Regione o con la Provincia interessata;
  - e) al rispetto di eventuali vincoli alla pubblicità abbinabile. Non è in ogni caso ammessa la presenza di pubblicità sul cartello in assenza di comunicazione pubblica;
  - f) alla rimozione dell'impianto in caso di mancato rispetto degli impegni assunti in convenzione o di insussistenza delle condizioni di sicurezza previste all'atto dell'installazione.

#### **Art. 5.**

### **Oneri.**

1. Per la collocazione degli impianti di indicazione stradale di interesse culturale e turistico e degli impianti di comunicazione pubblica stradale di cui al comma 1 dell'art. 4, è dovuto il pagamento delle sole imposte comunali di cui al decreto legislativo 15 novembre 1993, n. 507/1993, qualora dovute in relazione alla tipologia dell'impianto. La collocazione degli impianti di comunicazione pubblica stradale di cui al comma 2 dell'art. 4 è soggetta, oltre alle imposte comunali di cui al d.lgs. n. 507/1993, alla corresponsione all'ente proprietario della strada di un canone onnicomprensivo pari al 50% del canone applicato dall'ente stesso per la pubblicità ordinaria.

### **Art. 6.**

#### **Norma finale.**

1. Per quanto non previsto dal presente regolamento si applicano le disposizioni del d.P.R. n. 495/1992.

### **Allegato**

urn:nir:regione.lombardia:legge:2003-04-12;6#ann1

#### **CONVENZIONE PER LA REALIZZAZIONE DI INIZIATIVE DI COMUNICAZIONE PUBBLICA STRADALE ai sensi del Regolamento regionale n. ..../2002**

Tra la Regione Lombardia, c.f. e p. IVA 80050050154, con sede in Milano, via Fabio Filzi n. 24, rappresentata per la presente convenzione dal Direttore Generale della Direzione Generale ....., con sede in .....

E

la società ....., p. IVA ..... con sede in .....

SI CONVIENE E SI STIPULA QUANTO SEGUE

#### **1. Oggetto della convenzione**

Con la presente convenzione la società ..... si impegna a collocare sul territorio regionale, con le modalità di cui ai successivi articoli, impianti di comunicazione pubblica stradale con presenza di pubblicità commerciale conformi alle disposizioni di cui al Regolamento regionale n. ..../2002 "Regolamentazione della comunicazione pubblica stradale e degli impianti di indicazione stradale di interesse culturale e turistico".

A fronte di tale onere, la Regione Lombardia riconosce alla società ..... la facoltà di sfruttare commercialmente parte di tali impianti, secondo le prescrizioni di seguito specificate, per la collocazione di pubblicità commerciale.

#### **2. Numero e collocazione degli impianti**

La società ..... si impegna a collocare, in attuazione del presente contratto, n. .... impianti bifacciali tra loro identici delle dimensioni utili complessive di cm. .... \_ ....., come da schema progettuale allegato.

Gli impianti dovranno essere collocati lungo la rete stradale della Lombardia secondo i seguenti criteri:

- a. bacino geografico: .....
- b. categoria delle strade: .....
- c. frequenza degli impianti: .....
- d. elementi di prossimità: .....
- e. altri elementi .....

### **3. Dimensione, contenuti ed aggiornamento periodico del messaggio di interesse pubblico**

La sezione ..... di ognuno degli impianti di cui all'art. 2 – per una dimensione di cm. .... \_ ..... – dovrà essere riservata al messaggio di interesse pubblico i cui bozzetti dovranno essere trasmessi dalla Direzione Generale ..... alla società ..... entro 30 giorni dalla sottoscrizione del presente contratto.

Qualora tale data non dovesse essere rispettata e, nelle more dell'adempimento, avesse inizio la collocazione degli impianti, nello spazio riservato al messaggio di interesse pubblico dovrà essere esposto il logo della Regione Lombardia accompagnato dalla dicitura “.....”.

La Regione ha facoltà di chiedere l'aggiornamento del messaggio in ragione di 3 volte per ogni anno solare. L'aggiornamento deve essere effettuato a cura della società ..... entro 30 giorni dalla richiesta.

La predisposizione, stampa, collocazione, manutenzione e sostituzione periodica del messaggio di interesse pubblico sono assunti a totale carico della società .....

### **4. Dimensione e contenuti della pubblicità commerciale**

La sezione ..... – per una dimensione di cm. .... \_ ..... – di ognuno degli impianti di cui all'art. 2 potrà ospitare pubblicità commerciale per la quale è riconosciuta piena libertà di gestione e titolarità contrattuale alla società ..... , fatto salvo il rispetto delle seguenti condizioni:

a. non potranno essere esposti pubblicità o messaggi promozionali appartenenti alle seguenti categorie:

a.1 politici o d'opinione, religione, di istituzioni diverse dalla Regione;

a.2 prodotti ..... ;

a.3 ..... ;

b. i bozzetti delle pubblicità da esporsi, comunque rispondenti alle limitazioni di cui alla lettera a., dovranno essere trasmessi per l'approvazione preventiva alla Direzione Generale ..... , la quale ha facoltà di esprimere diniego motivato, qualora ravvisi incompatibilità con il messaggio di interesse pubblico, entro 7 giorni dal ricevimento. Decorso tale termine il bozzetto si intende approvato.

Non è in ogni caso ammessa la presenza di pubblicità sugli impianti in assenza di comunicazione pubblica, fatto salvo il caso del messaggio temporaneo di cui all'art. 3.

### **5. Oneri**

Tutti gli oneri connessi alla esecuzione della presente convenzione, ivi compresa la registrazione della stessa, saranno integralmente assolti dalla società ..... , a fronte del diritto di questa di sfruttare commercialmente gli spazi destinati alla pubblicità commerciale.

In particolare, ai sensi di quanto disposto dal regolamento regionale ...../2002, la società ..... si fa carico:

a. di ogni onere connesso alla realizzazione e collocazione dell'impianto;

b. del pagamento degli oneri dovuti all'ente proprietario della strada per cartelli pubblicitari di analoghe dimensioni;

c. della stampa, affissione e sostituzione periodica del messaggio di interesse pubblico così come concordato con la Regione o con la Provincia interessata;

d. del rispetto di eventuali vincoli alla pubblicità abbinabile;

e. della rimozione dell'impianto, nei casi previsti all'art. 7 ovvero alla scadenza del contratto.

### **6. Durata**

La presente convenzione ha durata di anni 10 a decorrere dalla data di sottoscrizione, rinnovabili alla scadenza;

## **7. Recesso**

È facoltà della Regione recedere dalla presente convenzione nel caso venga constatata l'inosservanza da parte della società ..... degli adempimenti e degli obblighi previsti dalla presente convenzione e dalla normativa vigente sulla pubblicità stradale. Il recesso avviene previa comunicazione, con raccomandata a.r., nella quale sono contestate le inosservanze ed assegnati 30 giorni al fine dell'adeguamento, salva l'applicazione delle sanzioni eventualmente previste dall'ordinamento. Decorso infruttuosamente tale termine, il recesso opera di diritto a tutti gli effetti e gli impianti collocati, divenuti illegittimi, devono essere rimossi, a pena di rimozione coattiva e di applicazione delle sanzioni, come previsto dalle norme vigenti in materia.

Il presente testo non ha valore legale ed ufficiale, che e' dato dalla sola pubblicazione sul Bollettino ufficiale della Regione  
Lombardia