

COMUNE DI CAPACCIO

(Provincia di Salerno)

DELIBERAZIONE DEL CONSIGLIO COMUNALE

N. 96 del 23/11/2011

OGGETTO: Regolamento impianti pubblicitari – Modifiche.

L'anno duemilaundici il giorno ventitre del mese di novembre, alle ore 10,00 nella sala delle adunanze consiliari del Comune di Capaccio. Alla prima convocazione, in seduta ordinaria, che è stata partecipata ai signori Consiglieri a norma di legge, risultano all'appello nominale:

Consiglieri	Presenti	Assenti	Consiglieri	Presenti	Assenti
MARINO Pasquale	SI		LONGO Francesco	SI	
PAOLINO Paolo	SI		VALLETTA Angelo		SI
SCAIRATI Vito	SI		MONZO Vincenzo	SI	
MAURO Gabriele	SI		CARAMANTE Carmine	SI	
BARLOTTI Raffaele	SI		TRONCONE Giuseppe Antonio	SI	
DE RISO Domenico	SI		MAURO Giuseppe	SI	
CASTALDO Giuseppe	SI		MAZZA Pasquale		SI
RICCI Luigi	SI		VOZA Roberto		SI
MARANDINO Leopoldo		SI	VICIDOMINI Maria	SI	
BARLOTTI Francesco	SI		RAGNI Nicola	SI	
FRANCIA Rosario	SI				

Sono presenti gli assessori: TARALLO, AGRESTI, DE ROSA.

Consiglieri

Presenti n. 17

Assenti n. 4

Risultato che gli intervenuti sono in numero legale, assume la presidenza il Sig. Paolo Paolino, nella sua qualità di Presidente del Consiglio

Assiste con le funzioni di segretario verbalizzante il Segretario Generale, dr. Andrea D'Amore.
La seduta è **pubblica**.

Si allontana Mauro Gabriele.
Relaziona sull'argomento l'Assessore Agresti.

IL CONSIGLIO COMUNALE

PREMESSO

- Che sul "Piano Comunale Generale degli Impianti Pubblicitari" sono stati acquisiti i pareri favorevoli, con le raccomandazioni e prescrizioni varie degli Enti che hanno partecipato alla Conferenza di Servizi, definita favorevolmente in data 15/04/2011;
- Che con Deliberazione di C.C. n. 28 del 12/05/2011 è stato approvato il "Piano Comunale Generale degli Impianti Pubblicitari";
- Che il "Piano Comunale Generale degli Impianti Pubblicitari" regola la distribuzione dei "segnali di direzione e preinsegne" e degli "impianti pubblicitari" al fine di razionalizzare il posizionamento dei manufatti nel territorio, nel rispetto delle prescrizioni e dei vincoli imposti dalle vigenti norme generali in materia di installazioni pubblicitarie e pubbliche affissioni;
- Che il "Piano Comunale Generale degli Impianti Pubblicitari" prende atto della classificazione delle strade ai sensi dell'art. 2 del Nuovo Codice della Strada, della delimitazione dei "centri abitati" (delimitati ed approvati con delibera di giunta comunale n. 254 del 09/06/2010 e successiva integrazione con delibera di giunta comunale n. 389 del 20/09/2010) e ne disciplina, al loro interno, l'inserimento degli impianti pubblicitari e pubbliche affissioni siano essi pubblici o privati;
- Che gli impianti posti fuori dei centri abitati sono regolamentati dal D.P.R. n. 495/1992 e s.m.i. (Regolamento di attuazione del nuovo codice della strada);
- Che il "Piano Comunale Generale degli Impianti Pubblicitari" investe sia le strade comunali che le strade provinciali e statali per cui sono chiamati in causa i rispettivi Enti proprietari;
- Che per procedere all'attuazione del "Piano Comunale Generale degli Impianti Pubblicitari", è stato approvato in C.C. con atto n. 62 del 25/07/2011 apposito Regolamento.

VISTO il Regolamento approvato in C.C. con atto n. 62 del 25/07/2011, relativo al "Piano Comunale Generale degli Impianti Pubblicitari" redatto dal Settore III, con allegato il Piano Economico e Finanziario, redatto in conformità al regolamento comunale per l'applicazione dell'imposta comunale sulla pubblicità e per l'effettuazione del servizio delle pubbliche affissioni, approvato con deliberazione di C.C. n. 18 del 31/01/1995 e successivamente integrato con deliberazione di G.C. n. 63 del 05/03/2004 e al Capo I del D.Lgs. n. 507/1993;

VISTA la deliberazione commissariale, per i poteri di Consiglio Comunale, n. 2 del 23/03/2007;

DATO ATTO che da una più approfondita riflessione relativa all'attuazione del "Piano Comunale Generale degli Impianti Pubblicitari" è emersa la convenienza per questo Comune di esternalizzare il servizio di gestione della sola pubblicità esterna, oltre alla realizzazione dell'intero impianto della pubblicità esterna e delle pubbliche affissioni, nel rispetto della disciplina dell'approvato "Piano Comunale Generale degli Impianti Pubblicitari" tramite affidamento in Concessione e provvedere, contestualmente, all'ammodernamento degli impianti pubblicitari e di affissione pubblica presenti sul territorio nel rispetto del Codice della Strada e relativo regolamento di attuazione nel rispetto del Piano medesimo;

VISTO il Regolamento adeguato alle esigenze sopra dette, relativo al "Piano Comunale Generale degli Impianti Pubblicitari" redatto dal Settore III, con allegato il Piano Economico e Finanziario in sostituzione dell'approvato Regolamento approvato in C.C. con atto n. 62 del 25/07/2011;

RITENUTO di dover procedere all'approvazione del "Regolamento" adeguato e relativi allegati del "Piano Comunale Generale degli Impianti Pubblicitari" di cui sopra;

Visto il vigente P.R.G. approvato con Decreto del Presidente della Giunta Provinciale pubblicato sul B.U.R.C. n. 2 del 13 gennaio 1992;

Visto la L. n. 1150 del 17 agosto 1942 e la Legge n. 765 del 6 agosto 1967;

Visto il D.I. 2 aprile 1968 n. 1444;

Visto la Legge Regionale n. 14 del 20 marzo 1982;

Interventi

SCAIRATI: Coglie l'occasione per ricordare l'esigenza di lotta alle affissioni selvagge come ad esempio della tabaccheria all'angolo di Via Tavernelle a Pasestum, indecoroso per l'immagine del Comune. Annuncia che non verrà più al Consiglio non si risolverà il problema. Chiede l'emissione di ordinanza di rimozione e pulizia del muro angolo Vai Tavernelle.

MAURO GIUSEPPE: D'accordo con Scairati per tutelare il decoro e l'immagine del Comune. Chiede perchè vi sia il prolungamento della durata dell'affidamento.

AGRESTI: il prolungamento per la sostenibilità dei costi.

RAGNI: Spera di non aver capito male. La scissione tra pubblicità esterna e pubblica affissione vuol dire che in Italia forse non ci sono ditte che possano fare entrambe le cose. Ritene di no. Chiede le reali motivazioni di tale scissione.

AGRESTI: L'albo delle riscossioni contiene le ditte che fanno riscossione tributi e questo è il motivo, cioè è difficile che vi sia ditta che si occupa di riscossione che faccia anche opere sul territorio.

PRESIDENTE: Afferma che deve puntualizzare due aspetti, il primo che vota contrario perché la proposta reca ancora il parere del precedente responsabile del settore e quindi per coerenza con la sua posizione non può votarla; il secondo aspetto è un'osservazione di ordine tecnico: al punto 2) del deliberato c'è scritto che si annulla ma non essendo all'ordine del giorno l'annullamento del regolamento, eliminerebbe il n. 2 del deliberato proposto sostituendolo con la seguente dicitura: "di approvare come approva in modifica il regolamento, così come è nella realtà. Inoltre anche il punto 5 del deliberato, al posto delle parole "di dare atto che per l'effetto è annullata la delibera commissariale", parlerebbe di "è superata la delibera commissariale". Il Segretario Generale ha consigliato in tal senso di proporre emendamento modificato.

TRONCONE: Legge dichiarazione di voto.

MAURO GIUSEPPE: Vota sì perché sin dal 1995 era contro il degrado della cartellonistica pubblicitaria. Con la cartellonistica successivamente realizzata si è migliorata l'immagine. Oggi è indispensabile fare il bando per la pubblicità, per senso civico e immagine del Comune.



COMUNE DI CAPACCIO

(Provincia di Salerno)

SETTORE III

Piano Generale degli Impianti Pubblicitari

Sindaco:

Assessore:

Approvato con:

Delibera di Giunta Comunale

Delibera di Consiglio Comunale

Determina del Responsabile

N. 28 del 12/05/2011

Responsabile unico del Procedimento: Dott. Ing. Carmine Greco

Responsabile del Settore: Dott. Ing. Carmine Greco

Consulenti:

Collaboratori: Geom. Gallo Fioravante – Geom. Puglia Giovanni

FIRME/NULLA OSTA/PARERI/VISTI

Regolamento Approvato con:

Delibera di Consiglio Comunale N. ____ del ____/2011

REGOLAMENTO

Piano Generale degli Impianti Pubblicitari

“Regolamento”

Art.1 Contenuti, campo di applicazione e prescrizioni

Art.2 Modalità per la determinazione del corrispettivo e applicazione delle tariffe

PARTE I - **DISPOSIZIONI GENERALI DEL PIANO**

Art.3 Il Piano Generale degli Impianti Pubblicitari – Composizione Piano

Art.4 Il Piano Generale degli Impianti Pubblicitari – Il Progetto

Art.5 Il Piano Generale degli Impianti Pubblicitari – I Costi

PARTE II – **PUBBLICITA’ ESTERNA**

Art.6 Tipologie pubblicitarie – Classificazione comune

Art.7 Mezzo pubblicitario

Art.8 Criteri generali di installazione

Art.9 Corrispettivo sulla pubblicità esterna

PARTE III – **PUBBLICHE AFFISSIONI**

Art.10 Servizio delle pubbliche affissioni

Art.11 Supporti per manifesti

Art.12 Cartello porta manifesto

Art.13 Tabellone murale

Art.14 Abaco degli impianti per le pubbliche affissioni

Art.15 Criteri generali di messa in opera

Art.16 Ripartizione della superficie degli impianti

Art.17 Diritti sulle pubbliche affissioni

PARTE IV – **MODALITA’ GESTIONE SERVIZIO**

Art.18 Gestione servizio

Art.19 Parco impianti - Utilizzo - Canoni per l’utenza

Art.20 Fasi attuazione Piano – Corrispettivo del servizio

Art.21 Crono programma lavori – Durata concessione

Art.22 Piano economico e finanziario

Art.23 Impianto pubblicitario - Monitoraggio

Art.24 Oneri a carico del Concessionario

Art.25 Divieto di subappalto

Art.26 Vigilanza e controllo

Art.27 Penali

Art.28 Risoluzione del contratto

Art.29 Disposizioni finali

Art.30 Disposizioni transitorie

Allegati:

Allegato "1" - Piano Economico e Finanziario

Art.1 – Contenuti, campo di applicazione e prescrizioni

1. Il presente Regolamento disciplina l'installazione dei mezzi pubblicitari esterni, in conformità al Piano Generale degli Impianti Pubblicitari (P.G.I.P.), nonché le modalità di applicazione del canone relativo alla pubblicità esterna secondo le disposizioni degli articoli seguenti. Sono escluse dal canone, di cui al presente atto, le insegne di esercizio, le pubbliche affissioni e le forme di pubblicità non contemplate nel P.G.I.P. per le quali si continuerà ad applicare l'imposta comunale sulla pubblicità e per l'effettuazione del servizio delle pubbliche affissioni, di cui al D.Lgs. 507/93 e al regolamento comunale approvato con delibera di Consiglio Comunale n. 18 del 31/1/1995, successivamente integrato con delibera di G.C. n. 63 del 5/3/2004.
2. Il Piano Generale degli Impianti Pubblicitari è stato approvato con deliberazione di C.C. n. 28 del 12/05/2011 e contiene le disposizioni a carattere tecnico ed ambientale per la collocazione sul territorio comunale degli impianti pubblicitari esterni cui si fa rinvio.
3. Il Piano Generale degli Impianti Pubblicitari (P.G.I.P.), d'ora in avanti semplicemente Piano, elaborato in conformità ai criteri stabiliti dal D.Lgs. 15 novembre 1993 n. 507 e successive modifiche ed integrazioni e dalle vigenti norme del Nuovo Codice della Strada D.Lgs. 30 aprile 1992 n. 285 e successive modifiche ed integrazioni e relativo regolamento di attuazione ed esecuzione D.P.R. 16 dicembre 1992 n. 495 e successive modifiche ed integrazioni, si applica all'intero territorio del Comune e detta norme per l'installazione dei mezzi di pubblicità esterna e degli impianti per le pubbliche affissioni.
4. Il Piano Generale degli Impianti Pubblicitari regola la distribuzione di “segnali di direzione e preinsegne” e degli “impianti pubblicitari” al fine di razionalizzare il posizionamento dei manufatti nel territorio, nel rispetto delle prescrizioni e dei vincoli imposti dalle vigenti norme generali in materia di installazioni pubblicitarie; il Piano oltre ad individuare i parametri distributivi indica i dettami generali relativamente alle tipologie dei manufatti consentiti ed alle superfici massime ammissibili per tipologia.
5. Il Piano Generale degli Impianti Pubblicitari identifica, coerentemente con gli indirizzi generali, alcune finalità qualificanti, con particolare riguardo ai temi:
 - della sicurezza: riferita alla mobilità in generale (pedonale e veicolare), con attenzione sia agli aspetti più specificamente visivi sia a quelli di tipo antinfortunistico;
 - del decoro e della compatibilità ambientale: con l'intento di evitare che nel rapporto tra pubblicità e ambiente quest'ultimo non debba essere penalizzato, ma, al contrario, possa trovare giovamento dall'inserimento di mezzi pubblicitari, progettati, costruiti e localizzati secondo criteri di compatibilità ambientale. Particolare attenzione è stata posta per la progettazione degli impianti ricadenti nell'ambito della perimetrazione dell'area vincolata ai sensi della legge n. 220 del 05.03.1957;
 - della funzionalità: intesa anzitutto come occasione di aumento della fruibilità del contesto cittadino, laddove il Piano, oltre a governare l'esistente e le forme tradizionali di pubblicità, si pone come strumento di indirizzo, disciplinando l'inserimento di mezzi pubblicitari di concezione più moderna associati a funzioni di pubblica utilità oppure a elementi di arredo urbano.
6. Il Piano Generale degli Impianti Pubblicitari prende atto della classificazione delle strade ai sensi dell'art. 2 del Nuovo Codice della Strada, della delimitazione dei “centri abitati” (delimitati ed approvati con delibera di giunta comunale n. 254 del 09/06/2010 e successiva integrazione con delibera di giunta comunale n. 389 del 20/09/2010) e ne disciplina, al loro interno, l'inserimento degli impianti pubblicitari siano essi pubblici o privati. Gli impianti pubblicitari posti fuori dei centri abitati sono regolamentati dal D.P.R. n. 495/1992 e s.m.i. (Regolamento di attuazione del nuovo codice della strada).

7. Il Piano Generale degli Impianti Pubblicitari è in deroga all'art. 23 del Nuovo Codice della Strada D.Lgs. 30 aprile 1992 n. 285, testo aggiornato con il D.Lgs. 10 settembre 1993 n. 360 e modificato con Art. 30 L. 7 dicembre 1999 n. 472, integrato con il Regolamento di attuazione ed esecuzione D.P.R. 16 dicembre 1992 n. 495, aggiornato con il D.P.R. 16 settembre 1996 n. 610.
8. Il Concessionario prima di procedere all'installazione dell'impianto pubblicitario e all'attuazione del Piano deve acquisire le necessarie autorizzazioni/concessioni pagando i necessari oneri e tributi ed ogni altra spesa connessa agli Enti sovra comunali aventi diritto (ANAS e Provincia di Salerno).

Art.2 – Modalità per la determinazione del corrispettivo e applicazione delle tariffe

Il dovuto per l'installazione di mezzi pubblicitari è corrisposto al Comune, da parte del Concessionario, in quattro rate trimestrali posticipate ed è definito in fase di aggiudicazione gara e soggetto agli aggiornamenti ISTAT per gli anni successivi al primo. Ad ogni modo il valore minimo del corrispettivo da garantire al Comune non può essere inferiore ad € 25.000,00 per il primo anno.

PARTE I

Disposizioni Generali del Piano

Art.3 – Il Piano Generale degli Impianti Pubblicitari – Composizione Piano

1. Il Piano Generale degli Impianti Pubblicitari approvato è costituito dai seguenti elaborati:
 - TAV. R1/B – Relazione Tecnica
 - TAV. SC1 – Stato di fatto: Schede impianto censimento
 - TAV. 01 – 16 - Stato di fatto: Schema distributivo impianti pubblicitari
 - TAV. SC2 – Stato di progetto: Schede impianto progetto
 - TAV. 01 – 08 - Stato di progetto: Schema distributivo impianti pubblicitari
 - TAV. 08/A - Stato di progetto: Schema distributivo impianti pubblicitari
 - TAV. 09 – 15 - Stato di progetto: Schema distributivo impianti pubblicitari
 - TAV. 16 - Stato di progetto: Schema distributivo chioschi infopoint
 - TAV. 17 dalla lettera A alla lettera I (n. 9 tavole) - Stato di progetto: Particolari esecutivi impianti pubblicitari e chioschi.
2. Per effetto dei pareri di competenza, con raccomandazioni e prescrizioni, espressi dalla Soprintendenza per i Beni Archeologici e dalla Soprintendenza per i Beni Ambientali e Paesistici nonché della Provincia di Salerno – Servizio Gestione del Demanio Stradale – e dall'ANAS alcuni elaborati grafici del progetto di Piano sono stati rettificati recependo quanto prescritto sicché le tavole:
 - Tav. 13 bis;
 - Tav. 16 bis;
 - Tav. 17/I bissostituiscono le omologhe.
3. In definitiva, per quanto di competenza, il progetto del Piano Generale degli Impianti Pubblicitari approvato, per quanto attiene al presente Regolamento, si compone dei seguenti elaborati tecnici:
 - Stato di Progetto: Elaborato R1/B – Relazione Tecnica;
 - Stato di Progetto: Elaborato SC2 – Schede impianto progetto;

- Stato di Progetto: TAV. 01 – TAV. 02 – TAV. 03 – TAV. 04 – TAV. 05 – TAV. 06 – TAV. 07 – TAV. 08 – TAV. 09 – TAV. 10 – TAV. 11 – TAV. 12 – TAV. 14 – TAV. 15 – (n. 14 tavole) - Schema distributivo impianti pubblicitari, scala 1:5000
- Stato di Progetto: TAV. 13 bis - Schema distributivo impianti pubblicitari, scala 1:5000, per effetto delle prescrizioni in sede di conferenza di servizi
- Stato di Progetto: TAV. 08/A - Schema distributivo impianti pubblicitari – Particolare della Tav. 08 - scala 1:2000
- Stato di Progetto: TAV. 16 bis - Schema distributivo chioschi e infopoint, scala varie, per effetto delle prescrizioni in sede di conferenza di servizi n. 11 postazioni
- Stato di Progetto: TAV. 17/A – TAV. 17/B – TAV. 17/C – TAV. 17/D – TAV. 17/E – TAV. 17/F – TAV. 17/G – TAV. 17/H – TAV. 17/I BIS – (n. 9 tavole) – Particolari esecutivi, scale varie

sicché il progetto del Piano si compone di n. 2 elaborati e n. 26 tavole grafiche ai quali bisogna attenersi comunque nel rispetto delle prescrizioni e raccomandazioni fatte dai vari Enti in sede di conferenza di servizi.

Art.4 – Il Piano Generale degli Impianti Pubblicitari – Il Progetto

1. Lo scopo della progettazione del Piano è di rendere più efficace la comunicazione dotandosi di spazi sufficienti alle richieste di mercato ed in particolare ha posto l'attenzione sulla regolamentazione degli impianti collocati sul territorio comunale e risultanti non conformi alle norme ed alle esigenze della collettività cercando sempre di coniugare la ricerca di soluzioni progettuali che pongano particolare attenzione al rispetto del contesto ambientale in cui si opera. In particolare la progettazione degli impianti ricadenti nell'ambito dell'area tutelata dalla legge n. 220 del 05.03.1957 è stata curata con dettaglio e scrupolo accettando le proposte ed i suggerimenti giunti dagli incontri con gli enti preposti a tale vincolo.
2. In relazione al regolamento comunale per l'applicazione dell'imposta comunale sulla pubblicità e per l'effettuazione del servizio delle pubbliche affissioni, approvato con deliberazione di C.C. n. 18 del 31/01/1995 successivamente integrato con deliberazione di G.C. n. 63 del 05/03/2004, all'art. 4 dove predispone le tipologie e quantità degli impianti pubblicitari, nel presente Piano si è tenuto conto delle attuali esigenze territoriali in considerazione del notevole lasso di tempo intercorso dalla sua approvazione.
3. Ai fini dell'installazione dopo una attenta valutazione della reale domanda di affissione e valutato lo stato manutentivo scadente degli impianti presenti il Piano propone la completa sostituzione degli impianti attuali con l'istallazione di 154 nuovi impianti di affissioni (singolarmente dotati di un posto 70x100 per affissioni istituzionali, 2 posti 70x100 ed un posto 100x140 per affissioni commerciali), n. 48 impianti di affissioni necrologiche (singolarmente dotate di n. 6 posti 50x40) e n. 12 impianti grandi affissioni 600x300, con un'estensione complessiva della superficie in mq 812,60 che in relazione al numero di abitanti si ha una dotazione di:

$$(812,60 \text{ mq} \times 1000) / 21895 \text{ ab.} = 37,11 \text{ mq per ogni 1000 abitanti}$$

La ripartizione della superficie totale da adibire alle pubbliche affissioni sarà quindi:

- superficie da destinare ad affissioni di natura istituzionale, sociale e prive di rilevanza economica (PAI) in misura del 13,27%;
 - superficie da destinare ad affissioni necrologiche in misura del 7,09%;
 - superficie da destinare ad affissioni di natura commerciale (PAC) in misura del 79,64%;
- come da tabelle seguenti:

AFFISSIONI ISTITIZIONALI (P.A.I.)

Istituzionali n. 154 posti 70x100 cm	13.27 %	mq 107.80
Istituzionale Necrologiche n. 288 posti	7.09 %	mq 57.60
TOTALE	20.36 %	mq 165.40

AFFISSIONI COMMERCIALI (P.A.C.)

Commerciale n. 154 posti 140x100 cm	26.53 %	mq 215.60
Commerciale n. 308 posti 70x100 cm	26.53 %	mq 215.60
Commerciale n. 12 posti 600x300 cm	26.58 %	mq 216.00
TOTALE	79.64 %	mq 647.20

4. I nuovi impianti, opportunamente suddivisi in bacheche per affissioni istituzionali (PAI) – prive di rilevanza economica -, affissioni commerciali (PAC) ed affissioni necrologiche (AN) avranno una base in travertino poggiante a terra, simbolo del legame con la tradizione e con la storia, su cui si agganciano due barre di acciaio lucido distanti 10 cm dal suolo con interposta struttura portante costituita da un tubolare in ferro saldato ad una piastra adeguatamente fissata al terreno. Sul tubolare, di altezza 2,80 m, si agganciano i pannelli pubblicitari.

5. DATI TECNICI RIEPILOGATIVI DI PROGETTO

I seguenti dati, per l'installazione dell'impianto, derivano dalle prescrizioni e raccomandazioni fatte dai vari enti in sede di conferenza di servizi.

PE - PUBBLICITA' ESTERNA

Preinsegne

Impianti n. 277

Elementi n. 1662

Pensiline

Impianti* n. 27

Totem

Impianti n. 26

Elementi n. 520

Transenne parapetonali

Impianti n. 209

Cartelli luminosi 500x240 a messaggi variabili

Impianti n. 7

Infopoint

Impianti n. 27

AFFISSIONE COMMERCIALE

Cartelli 70x100

Impianti n. 154

Elementi n. 308

Cartelli 140x100

Impianti n. 154

Elementi n. 154

Cartelli 600x300

Impianti n. 12

AFFISSIONE PUBBLICA

A) Impianti	n. 154
Elementi	n. 154
B) Impianti necrologici	n. 48
Elementi	n. 288

6. Possono essere previsti impianti fissi da attribuire a privati, diversi dal Concessionario, per affissioni commerciale dirette in coerenza all'art. 4, lettera c), e all'art. 13 del regolamento comunale per l'applicazione dell'imposta comunale sulla pubblicità e per l'effettuazione del servizio delle pubbliche affissioni, approvato con deliberazione di C.C. n. 18 del 31/01/1995 successivamente integrato con deliberazione di G.C. n. 63 del 05/03/2004, determinando in mq 300 l'area complessiva da poter concedere nel rispetto delle tipologie del presente Piano. I privati richiedenti, diversi dal concessionario, devono essere i titolari delle attività economiche che intendono pubblicizzare. In tal caso essi devono essere all'uopo autorizzati all'installazione, secondo le procedure di cui all'art. 6 del regolamento comunale per l'applicazione dell'imposta comunale sulla pubblicità e per l'effettuazione del servizio delle pubbliche affissioni, approvato con deliberazione di C.C. n. 18 del 31/01/1995 successivamente integrato con deliberazione di G.C. n. 63 del 05/03/2004, e i relativi progetti devono comunque essere nel rispetto delle linee tipologiche ed architettoniche degli impianti del Piano e non contrastare con esso né con il Codice della strada e le aree per la pubblicità richieste delle medesime dimensioni previste nel Piano. In tal caso si istituisce un apposito elenco, a cura del Responsabile del Servizio Edilizia Privata, su cui vanno annotate le autorizzazioni concesse ai privati, diversi dal Concessionario, onde tenerne sotto controllo i limiti massimi previsti dal regolamento comunale per l'applicazione dell'imposta comunale sulla pubblicità e per l'effettuazione del servizio delle pubbliche affissioni, approvato con deliberazione di C.C. n. 18 del 31/01/1995 successivamente integrato con deliberazione di G.C. n. 63 del 05/03/2004. I proventi di detta affissione vanno al comune tramite il Servizio Tributi.

7. Non costituiscono oggetto del presente Regolamento le insegne di esercizio dei negozi e delle altre attività, le targhe, le vetrine, le tende, ed altre esposizioni all'esterno dei locali rientranti nelle insegne di esercizio.

Art.5 – Il Piano Generale degli Impianti Pubblicitari – I Costi

Per la realizzazione dei lavori necessari del Piano Generale degli Impianti Pubblicitari occorre una spesa, come riportato nell'**Elaborato n. 18 "Piano dei Costi"**, da cui si estrae la Scheda "A0" allegata al Piano Economico e Finanziario alla quale si aggiungono le ulteriori spese per la sicurezza in fase di installazione dell'impianto, nuove realizzazioni ed adeguamenti e spostamenti di quelli esistenti, spese per allacci ai pubblici servizi quali ENEL, Telecom, Acquedotto, Fognatura per gli infopoint e impianti luminosi, spese per oneri necessari ad acquisire i pareri o concessioni degli Enti competenti sovra comunali quali Soprintendenza per i Beni Archeologici, Soprintendenza per i Beni Ambientali e Paesistici nonché Provincia di Salerno – Servizio Gestione del Demanio Stradale – e ANAS etc., comportante una spesa di investimento iniziale, per l'adeguamento e ammodernamento dell'Impianto Generale Pubblicitario sul territorio di cui alla Scheda "A1" allegata al Piano Economico e Finanziario. Tale investimento sarà oggetto di offerta in fase di gara che comporterà la determinazione del piano economico finanziario degli offerenti.

PARTE II

Pubblicità Esterna

Art.6 - Tipologie pubblicitarie – Classificazione comune

1. Ai soli fini della classificazione e del calcolo del canone sulla pubblicità, le tipologie pubblicitarie ammesse dal Piano, sono così classificate:

1.1 pubblicità ordinaria: effettuata mediante insegne, cartelli, locandine, targhe, stendardi o qualsiasi altro mezzo non previsto dai successivi punti;

1.2 pubblicità effettuata con pannelli luminosi e proiezioni: caratterizzata dall'uso di diodi luminosi, lampadine e simili, mediante controllo elettronico, elettromeccanico o comunque programmato in modo da garantire la variabilità del messaggio o la sua visione in forma intermittente, lampeggiante o simile o effettuate su schermi o pareti riflettenti;

1.3 pubblicità varia, effettuata con striscioni per manifestazioni esclusivamente di carattere istituzionale e/o di pubblico interesse.

Art.7 - Mezzo pubblicitario

1. Si definisce mezzo pubblicitario qualunque manufatto finalizzato alla pubblicità o alla propaganda, sia di prodotti che di attività.
2. Il Piano Generale degli Impianti Pubblicitari prevede essenzialmente le seguenti tipologie di impianti, definite ai sensi dell'art. 47 del D.P.R. 495/92:
 - Cartello - Struttura destinata a supportare spazi finalizzati alla diffusione di messaggi istituzionali, sociali e commerciali caratterizzata da montanti, vincolati al suolo da idoneo ancoraggio, da un telaio, da una superficie mono o bifacciale da utilizzarsi per l'esposizione dei messaggi sia direttamente, sia tramite sovrapposizione di altri elementi, quali manifesti, adesivi, ecc.
 - PREINSEGNA – Struttura bidimensionale, sorretta da idoneo sostegno, finalizzata alla pubblicizzazione direzionale della sede dove si esercita una determinata attività ed installata in modo da facilitare il reperimento della sede stessa e comunque nel raggio di 5 Km attraverso scritte alfanumeriche e frecce di orientamento con eventualmente l'apposizione di marchi o simboli. Non può essere luminosa, né per luce propria, né per luce indiretta.
 - 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 a cui si riferisce o nelle pertinenze accessorie alla stessa. Può essere luminoso sia per luce propria che per luce indiretta.
 - STRISCIONE – LOCANDINA – STENDARDO – Elemento bidimensionale realizzato in materiale di qualsiasi natura, privo di rigidità, mancante di superficie di appoggio o

comunque non aderente alla stessa. Può essere luminoso per luce indiretta. La locandina, se posizionata sul terreno, può essere anche di materiale rigido.

- **IMPIANTO PUBBLICITARIO DI SERVIZIO** – Qualunque manufatto avente come scopo primario un servizio di pubblica utilità nell'ambito di arredo urbano e stradale (fermate autobus, pensiline, transenne parapetonali, cestini, panchine, orologi, o simili) recante uno spazio pubblicitario che può anche essere luminoso sia per luce diretta che per luce indiretta.
- **Cartello a bandiera** - Struttura destinata a supportare spazi finalizzati alla diffusione di messaggi istituzionali, sociali e commerciali caratterizzata da un palo vincolato al suolo da idoneo ancoraggio, da un telaio, da una superficie bifacciale da utilizzarsi per l'esposizione dei messaggi e da una cornice di finitura.
- **Poster** - Il cartello murale del tipo "poster" è caratterizzato dalla sua grande superficie (18 mq), interamente vincolato in aderenza a strutture in elevazione. E' consentito in particolare su fronti ciechi, ponteggi di edifici in costruzione e/o ristrutturazione.
- **Palina trasporto pubblico o altri servizi** - Struttura di arredo urbano per la segnalazione dei transiti dei mezzi pubblici, rigidamente vincolata al suolo, bifacciale, con un lato finalizzato alla diffusione dei messaggi pubblicitari e commerciali e da un altro destinato a supportare le informazioni relative ai mezzi pubblici.
- **Totem** - Il totem deve avere forma parallelepipedica a base quadrangolare o triangolare predisposta per supportare i telai destinati a contenere 1 o più messaggi pubblicitari (max 10) composti da scritte alfanumeriche e frecce di orientamento con eventualmente l'apposizione di marchi o simboli.
- **Quadro informativo** - Gli impianti associati a quadri informativi devono essere costituiti da un telaio bifacciale o monofacciale eventualmente corredato da giornale elettronico-informativo caratterizzato da tecnologia LCD a cristalli liquidi.
- **Impianti a messaggio variabile** - Elemento mono o bifacciale assimilabile ad un cartello per caratteristiche strutturali e formali, o ad un totem, idoneo all'esposizione di messaggi pubblicitari variabili (prismi rotanti, quadri LCD o altro).
- **INFO POINT** – Impianto scatolare in materiale plastico contenente un Personal Computer ed eventuale stampante con monitor Touch Screen. Dotato di software per la fornitura anche a mezzo stampa di indicazioni territoriali aziendali e di località turistiche, di informazioni utili sul territorio e predisposto per la certificazione comunale. Gli infopoint saranno ubicati nelle 27 pensiline.

Art.8 - Criteri generali di installazione

1. Nella messa in opera dei mezzi pubblicitari, così come definiti agli articoli precedenti, oltre alle indicazioni contenute nel codice della strada art. 23 e nel capo I del D.P.R. n. 495/92 e successive modifiche ed integrazioni, devono essere osservate le seguenti indicazioni:
 - - tutti i mezzi pubblicitari devono essere realizzati nelle loro parti strutturali con materiali non deperibili e resistenti agli agenti atmosferici;

- - devono avere sagoma regolare, evitando di generare confusione con la segnaletica stradale;
 - - per i cartelli e per le insegne di esercizio dovranno essere rispettate le dimensioni e le ubicazioni del Piano;
 - - 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;
 - - dovrà essere adottata particolare cautela nell'uso dei colori, specialmente il rosso e del loro abbinamento, al fine di non generare confusione con la segnaletica stradale, specialmente in corrispondenza e in prossimità di intersezioni;
 - - il colore rosso utilizzato nei cartelli, nelle insegne di esercizio e negli altri mezzi pubblicitari non dovrà costituire sfondo di segnali stradali di pericolo, di precedenza e d'obbligo e dovrà evitare di limitarne la percettibilità;
 - - la croce rossa luminosa è consentita esclusivamente per indicare farmacie, ambulatori e posti di pronto soccorso;
 - - nella disposizione delle insegne di esercizio dovranno essere rispettate le norme previste dal piano di recupero per le aree all'interno del centro storico.
2. Nella messa in opera dei mezzi pubblicitari, previa redazione del progetto esecutivo, altresì, devono essere rispettate le prescrizioni degli Enti che hanno espresso il parere alla conferenza di servizi del 15/04/2011 il cui verbale, allegato alla presente sotto la lettera "A", fa parte integrante.
 3. I supporti innanzi specificati devono presentare logo e stemma del comune con scritta "Comune di Capaccio Servizio Pubblicità" ovvero "Comune di Capaccio Servizio Affissione" e relativa numerazione.

Art.9 – Corrispettivi sulla pubblicità esterna

1. A norma dell'art. 54 del D.Lgs. 446/1997, le tariffe e i prezzi pubblici ovvero il canone per l'installazione dei mezzi pubblicitari sono determinate tenendo riguardo del maggiore o minore impatto ambientale dei mezzi pubblicitari autorizzati in rapporto alla loro collocazione ed alla loro incidenza sull'arredo urbano con particolare riferimento alla superficie e comprendono anche l'occupazione di suolo pubblico comunale, la fornitura, il montaggio - smontaggio, la manutenzione del materiale esposto ed è assorbente della maggiorazione del cinquanta per cento delle tariffe ordinarie in quanto il Comune è interessato da rilevanti flussi turistici, a mente dell'art. 3, comma 6, del D.Lgs. n. 507/93 e ss.mm.ii., per 4 mesi all'anno, dal 16 giugno al 15 settembre.
2. I corrispettivi di cui al successivo "Art.19", applicabili dal concessionario come da risultanze di gara, sono aggiornati e deliberati annualmente entro il 31 dicembre di ciascun anno ed entrano in vigore il 1° gennaio dell'anno successivo dalla Giunta Comunale. In assenza di deliberazione si intendono confermate quelle in vigore.
3. Non sono assoggettate a canone tutte le concessioni relative ai mezzi pubblicitari obbligatori previsti dalla vigente legislazione, nonché da particolari imposizioni dell'Ente proprietario della strada.
4. Non sono assoggettate altresì a canone tutte le concessioni rilasciate a Stato, Regioni, Province, Comuni, Comunità Montane, Unioni e Consorzi di Comuni, loro associazioni in qualsiasi forma previa fornitura da parte degli stessi del materiale espositivo da porre in opera a cura del concessionario.
5. Non sono assoggettate, infine, a canone tutte le installazioni permanenti di carattere sociale e istituzionali indicando scuole, uffici pubblici, mare, stadio, e le varie località del territorio, musei, farmacie, forze dell'ordine, chiese e santuari, ospedali, guardie mediche, etc.

comunque come indicate dal servizio tributi del comune di cui si darà conto nel progetto esecutivo.

6. I supporti devono presentare logo e stemma del comune e relativa numerazione.

PARTE III

Pubbliche Affissioni

Art.10 - Servizio delle pubbliche affissioni

1. Il servizio delle pubbliche affissioni è inteso a garantire specificatamente l'affissione in appositi impianti, a cura dell'Ente, così come definiti agli articoli successivi, di manifesti di qualunque materiale costituiti, contenenti comunicazioni aventi finalità istituzionali, sociali o comunque prive di rilevanza economica così come definiti nel regolamento per l'applicazione dell'imposta sulla pubblicità e per l'effettuazione del servizio delle pubbliche affissioni di cui all'art. 3, comma 1, del D.Lgs. n. 507/93 e ss.mm.ii., approvato con deliberazione di C.C. n. 18 del 31/01/1995 e nella misura stabilita al successivo Art.16, di messaggi diffusi nell'esercizio di attività economiche.

Art.11 - Supporti per manifesti

1. Nel presente Piano i supporti per manifesti sono classificati in:
 - o - cartello porta manifesto
 - o - tabellone murale

Art.12 - Cartello porta manifesto

1. Si definisce "cartello porta manifesto" un manufatto bidimensionale con una sola o entrambe le facce finalizzate alla affissione di manifesti, supportato da una idonea struttura di sostegno, generalmente in materiale metallico così come progettata nei disegni esecutivi degli impianti del Piano.

Art.13 - Tabellone murale

1. Si definisce "tabellone murale" un manufatto bidimensionale costituito generalmente da un pannello metallico con struttura in profili metallici, fissato direttamente su di una superficie muraria.

Art.14 - Abaco degli impianti per le pubbliche affissioni

1. Per "abaco degli impianti per le pubbliche affissioni" si intende l'insieme delle indicazioni in merito alle caratteristiche tipologiche degli impianti, le dimensioni di riferimento, le caratteristiche generali dei materiali, delle superfici e delle finiture cui riferirsi nella progettazione degli stessi e nella loro installazione.
2. L'insieme delle indicazioni contenute negli abachi, recepite nel Piano, sono parte integrante del presente Regolamento e sono prescrittive. Le dimensioni di riferimento sono espresse quale combinazione del modulo standard 100 x 70 e del modulo 140 x 100. Tali moduli sono combinati tra di loro come previsto nell'elaborato di progetto relativo agli impianti di affissione.

Art.15 - Criteri generali di messa in opera

1. Nella messa in opera dei supporti per le pubbliche affissioni, oltre alle indicazioni contenute nel codice della strada art.23 e nel capo I del D.P.R. 495/92 e successive modifiche ed integrazioni, devono essere osservate le seguenti indicazioni:
 - 1.1 è consentita l'installazione di supporti per le pubbliche affissioni esclusivamente nei luoghi specificatamente indicati dal presente Piano e riportati nelle tavole 1-15 in scala 1:5000.
 - 1.2 è vietata l'affissione di manifesti direttamente sulle superfici murarie degli edifici e dei muri di contenimento e/o di recinzione. Solo in casi eccezionali il Sindaco può autorizzare l'affissione fuori dei quadri previsti dal presente Piano, previo pagamento anticipato delle spese di deaffissione;
 - 1.3 lungo o in prossimità delle strade, fuori e dentro i centri abitati, è consentita l'affissione di manifesti esclusivamente sugli appositi supporti indicati nel Piano.
 - 1.4 tutti i mezzi pubblicitari dovranno riportare su apposita targhetta il numero dell'impianto, la natura dell'affissione di cui al successivo Art.16 e la dicitura: "Comune di Capaccio".
 - 1.5 tutti i mezzi pubblicitari devono essere realizzati nelle loro parti strutturali con materiali non deperibili e resistenti agli agenti atmosferici;
 - 1.6 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.

2. I nuovi impianti installati a seguito delle previsioni del presente Piano dovranno rispettare, oltre ai criteri generali di cui al comma 1., anche le seguenti indicazioni:
 - 2.1 i nuovi supporti, compresi quelli in sostituzione degli esistenti impianti confermati, dovranno essere realizzati secondo le indicazioni del Piano;

 - 2.2 le dimensioni, le ubicazioni ed i materiali previsti nel Piano sono vincolanti. E' ammessa, in questo caso, la deroga solo nei casi specificatamente previsti dalla legge o da varianti autorizzate.

 - 2.3 i supporti devono presentare logo e stemma del comune e relativa numerazione.

Art.16 - Ripartizione della superficie degli impianti

1. La superficie complessiva degli impianti per le pubbliche affissioni è ripartita, ai sensi dell'art. 3, comma 3, del D.Lgs. 507/93 e successive modifiche ed integrazioni e del regolamento per l'applicazione dell'imposta sulla pubblicità e per l'effettuazione del servizio delle pubbliche affissioni approvato con deliberazione di C.C. n. 18 del 31/01/1995, come segue:
 - 20,36% della quota complessiva è destinata alle affissioni di natura istituzionale, sociale o comunque priva di rilevanza economica e dalle affissioni necrologiche ed effettuata dal servizio comunale o in concessione;
 - 79,64% della quota complessiva è destinata alle affissioni di natura commerciale ed effettuata dal servizio comunale o in concessione.

2. La ripartizione degli spazi di cui al comma 1. precedente potrà essere rideterminata ogni anno con deliberazione della Giunta Comunale purché la superficie degli impianti da adibire alle pubbliche affissioni sia non inferiore a mq 12 per ogni 1000 abitanti ai sensi dell'art. 18, comma 3, del D.Lgs. 507/93 e successive modifiche ed integrazioni.
3. La nuova delibera comporterà l'aggiornamento del presente Regolamento allegato al Piano e la stesura di un provvedimento che illustri le effettive nuove necessità accertate e motivate a seguito di variazioni della consistenza demografica del Comune, dell'espansione dei centri abitati, dello sviluppo della viabilità e di ogni altra causa rilevante che renda necessario il riequilibrio delle superfici stabilite dal presente Regolamento del Piano.
4. Ai sensi dell'art. 18, comma 3, del D.Lgs. 507/93 e successive modifiche ed integrazioni e all'art. 21 del regolamento per l'applicazione dell'imposta sulla pubblicità e per l'effettuazione del servizio delle pubbliche affissioni, approvato con deliberazione di C.C. n. 18 del 31/01/1995, poiché il comune rientra nella classe IV con popolazione di circa 22.000 abitanti, necessità di almeno mq 12 per ogni 1000 abitanti ovvero di complessivi mq 264 di superficie da adibire alle pubbliche affissioni mentre il progetto del Piano ne prevede mq 107,80 cui corrispondono n. 154 cartelli aventi dimensioni di cm 70 x cm 100. I 154 cartelli 70x100 previsti nel Piano, da adibire alle affissioni istituzionali dal Comune. La superficie residuale, ovvero mq 156,20 cui corrispondono n. 223 cartelli aventi dimensioni di 70x100 cm, o altre dimensioni compatibili, saranno installati dal Concessionario in conformità al piano generale degli impianti pubblicitari, approvato con deliberazione di C.C. n. 28 del 12/05/2011 ovvero risultante dal progetto esecutivo su indicazione del Responsabile comunale.

Art.17 – Diritti sulle pubbliche affissioni

1. I diritti relativi alle pubbliche affissioni non costituiscono oggetto del presente regolamento e saranno corrisposti direttamente al Comune di Capaccio in ottemperanza al regolamento approvato con deliberazione di C.C. n. 18 del 31/01/1995 e ss.mm.ii..

PARTE IV

Modalità Gestione Servizio

Art.18 – Gestione servizio

1. L'Amministrazione provvede alla organizzazione ed indizione gara del servizio della pubblicità esterna per le insegne segnaletiche, preinsegne, pensiline, totem, transenne, cartelli luminosi ed infopoit nonché alla gestione del servizio delle pubbliche affissioni nel rispetto della disciplina del Piano assicurando la realizzazione delle previsioni del Piano stesso secondo tempi e modalità predeterminati tramite Concessionario.
2. Il Concessionario provvederà, a propria cura e spesa, alla realizzazione dei lavori necessari previsti nel Piano e nel presente Regolamento ovvero nel progetto esecutivo procedendo senza interruzione del servizio nel senso che gli impianti attualmente esposti devono continuare, salvo brevissime interruzione per soli fini tecnici operativi, a essere visibili – tali modalità saranno oggetto dell'offerta tecnica in fase di gara.
3. Per la realizzazione dei lavori di cui sopra il Concessionario, a propria cura e spesa, deve redigere apposito progetto esecutivo ed acquisire sullo stesso le necessarie autorizzazioni da parte degli Enti sovra comunali interessati come previsto nell'Allegato A.
4. Il Concessionario deve versare al Comune un corrispettivo annuo onnicomprensivo di cui all'Art. 2 e secondo l'offerta presentata in sede di gara.

5. Il Concessionario per quanto dovuto ai commi precedenti sarà ricompensato con la riscossione di quanto previsto al successivo Art.19.

Art.19 – Parco impianti - Utilizzo – Canoni per l’utenza

1. Il parco impianti da gestire è così costituito:

a) AFFISSIONE PUBBLICA

A) Impianti istituzionali cartelli 70x100	n. 154
B) Impianti necrologici impianti da 6 posti cm 40x50	n. 48

Questi rientrano nella collocazione del piano generale degli impianti pubblicitari ma non producono per il Concessionario alcun introito, Scheda B1 del Piano economico e finanziario. Gli impianti istituzionali vengono utilizzati per l’affissione direttamente dal Comune per fini istituzionali. Gli impianti necrologici vengono utilizzati, a richiesta espressa unica, direttamente dalle aziende di pompe funebri per allocarvi i relativi manifesti necrologici previa autorizzazione omnicomprensiva del Comune.

b) AFFISSIONE COMMERCIALE

A) Impianti pubblicità cartelli 70x100	n. 308
B) Impianti pubblicità cartelli 140x100	n. 154
C) Impianti pubblicità cartelli 600x300	n. 12

Questi rientrano nella collocazione del piano generale degli impianti pubblicitari ma non producono per il Concessionario alcun introito, Scheda B1 del Piano economico e finanziario, in quanto gestiti direttamente dall’Ente.

2. In considerazione dell’approvato Piano si definiscono i prezzi annui massimi praticabili dal concessionario che comprendono oltre al dovuto per la pubblicità, l’occupazione suolo pubblico, la fornitura, il montaggio - smontaggio, la manutenzione del materiale esposto è anche assorbente della maggiorazione del cinquanta per cento delle tariffe ordinarie in quanto il Comune è interessato da rilevanti flussi turistici, a mente dell’art. 3, comma 6, del D.Lgs. n. 507/93 e ss.mm.ii., per 4 mesi all’anno, dal 16 giugno al 15 settembre, al netto dell’IVA, per la gestione degli impianti pubblicitari esterni (PE) previsti nel Piano:

• Preinsegna – freccia unidirezionale	€ 65,00
• Transenne parapetonale	€ 130,00
• Orologio	€ 145,00
• Pannello per pensilina parapioggia	€ 300,00
• Infopoint	€ 1.000,00
• Chioschi	€ 1.800,00
• Altro arredo urbano	€ 130,00
• Cartelli luminosi 500x240	€ 645,00

Art.20 – Fasi attuazione Piano – Corrispettivo del servizio

1. Il Piano Generale degli Impianti Pubblicitari prevede le seguenti fasi per la sua completa attuazione:
- 1.1 Redazione progetto esecutivo.

- 1.2 Acquisizione dei pareri, autorizzazioni e simili da parte degli Enti sovra comunali interessati, previo pagamento, da parte del concessionario, di eventuali oneri e tributi ai medesimi.
- 1.3 Realizzazione dei lavori di adeguamento degli impianti pubblicitari esistenti e di integrazione con nuovi impianti nel rispetto del Piano approvato ovvero del progetto esecutivo, secondo apposito crono programma.
2. Il Piano Generale degli Impianti Pubblicitari, una volta realizzato, prevede le seguenti fasi gestionali:
 - 2.1 Manutenzione, ordinaria, straordinaria e programmata, degli impianti pubblicitari e di affissione nel rispetto del progetto esecutivo e relativo piano di manutenzione.
 - 2.2 Gestione del servizio di pubblicità.
3. I lavori necessari all'attuazione del Piano Generale degli Impianti Pubblicitari di cui al comma 1. vengono posti a carico del Concessionario il quale investe le risorse necessarie che recupererà rifacendosi dei ricavi derivanti dalla gestione del servizio i cui proventi annui prevedibili sono riportati nella Scheda B1.
4. La gestione del Piano Generale degli Impianti Pubblicitari di cui al comma 2., punto 2.1, la cui spesa complessiva è riportata nella Scheda A2 e punto 2.2 la cui spesa complessiva è riportata nella tabella A3, viene posta a carico del Concessionario il quale investe le risorse necessarie che recupererà rifacendosi dei ricavi derivanti dalla gestione del servizio i cui proventi prevedibili sono riportati nella Scheda B1.
5. La scelta del Concessionario, per la realizzazione dei lavori e per la gestione del Piano Generale degli Impianti Pubblicitari, avviene con gara di evidenza pubblica per lavori e servizi nel rispetto del D.Lgs. 163/2006 e ss.mm.ii., del D.P.R. n. 207 del 05/01/2010 in quanto non si è nell'ipotesi di sola gestione ma anche di realizzazione di lavori e manutenzione onde consentire il raggiungimento dell'equilibrio ricavi-costi del piano economico e finanziario.
6. L'Amministrazione comunale si riserva di regolamentare l'installazione, la gestione e l'assegnazione dei chioschi, già previsti nel Piano Generale degli Impianti Pubblicitari, con apposita ulteriore procedura amministrativa e rideterminerà la Tavola grafica n. 16, i particolari esecutivi e il regolamento relativo.

Art.21 – Crono programma lavori – Durata concessione

1. Tutti gli impianti esistenti per la pubblicità e per le affissioni dovranno essere rimossi e adeguati con la sostituzione di nuovi impianti realizzati in conformità a quanto previsto nel Piano ovvero nel progetto esecutivo.
2. Agli impianti di cui al precedente comma 1. devono aggiungersi tutti i nuovi impianti previsti nel Piano per la sua completa attuazione ovvero nel progetto esecutivo.
3. Il Piano Generale degli Impianti Pubblicitari, per la parte relativa all'Art.19, comma 1., deve essere attuato entro al massimo 6 mesi dall'affidamento della Concessione ed i relativi lavori devono avere inizio entro 15 giorni dalla data di consegna anche sotto riserva di legge nelle more di sottoscrizione del contratto di concessione. Il termine dell'adeguamento dell'impianto deve risultare da apposito verbale cui seguirà entro al massimo 30 giorni il verbale di collaudo.
4. La gestione del Piano, per la parte relativa all'Art.19, comma 2., deve iniziare entro 6 mesi dall'affidamento della Concessione, comunque a collaudo espletato, dal cui inizio scatta il periodo da conteggiare per la durata della Concessione che, in base all'allegato Piano Economico e Finanziario, è prevista in 12 anni. Tale inizio di gestione deve essere all'uopo verbalizzato con il funzionario incaricato.

Art.22 – Piano economico e finanziario

1. Il Piano dei costi, necessari per adeguare il Piano Generale Impianti Pubblicitari nel rispetto del Codice della Strada e relativo regolamento di attuazione, di cui alla Scheda A0 riepilogativa dell'Elaborato n. 18.
2. Per l'effettiva realizzazione dei lavori necessari di cui al comma 1. si rende necessario l'investimento economico, posto a carico del Concessionario, di cui alla Scheda A1 salvo ribasso in fase di gara.
3. Per la manutenzione dell'impianto, al fine di conservarne nel tempo l'efficienza e la funzionalità, è previsto il Piano dei costi per manutenzione e gestione annuale impianto di cui alla Scheda A2 ad esclusione del personale.
4. Per la gestione del servizio pubblicità e per la tenuta della manutenzione dell'impianto è previsto il Piano dei costi per gestione annuale di cui alla Scheda A3.
5. Le ipotesi degli introiti non hanno tenuto conto di tutte le possibili combinazioni di entrate quali maggiorazioni, riduzioni, esenzioni, etc. ma si è limitato a considerare le ipotesi di entrate più scontate pertanto tali accezioni devono essere prese in considerazione in fase di gara relativamente all'offerta economica.
6. Nel Piano Economico e Finanziario, Allegato "B", la combinazione dei dati di cui sopra, al fine di perseguire il pareggiamento fra costi d'investimento e gestionali e ricavi, ai correnti tassi d'interessi evidenzia che il periodo di concessione è di anni 12.
7. Alla fine del periodo di concessione l'Impianto pubblicitario realizzato e adeguato al Piano, efficiente e funzionante, torna nella piena ed esclusiva proprietà del Comune.

Art.23 – Impianto pubblicitario - Monitoraggio

1. Il Concessionario, a propria cura e spese, è tenuto a conservare e a mettere a disposizione dei funzionari comunali apposita cartografia, di cui al Progetto esecutivo approvato, sulla quale eventualmente saranno annotate varianti e/o aggiunte che si dovessero rendere necessarie durante la fase gestionale in ordine alla consistenza del medesimo.

Art.24 - Oneri a carico del Concessionario

Il Concessionario, dovrà garantire:

1. L'osservanza delle norme sostituendosi a tutti gli effetti, diritti e obblighi, al Comune per l'intera durata della concessione. In particolare designare il funzionario responsabile della struttura e delle procedure.
2. L'osservanza del presente regolamento oltre agli atti di gara.
3. L'osservanza del Piano Generale Impianti Pubblicitari approvato con deliberazione di C.C. n. 28 del 12/05/2011.
4. Le spese necessarie per l'adeguamento dell'impianto pubblicitario al Piano, le spese del personale addetto al servizio e le spese di gestione, nonché le spese del quadro economico allegato al progetto definitivo ed esecutivo, sollevando il Comune di Capaccio da ogni responsabilità relativa a rapporti fra il Concessionario ed i propri collaboratori e dipendenti.
5. Le spese di risarcimento danni, eventualmente dovute per il danneggiamento o rottura di attrezzature, sottoservizi o danni materiali a proprietà terze garantite tramite apposita polizza fideiussoria.
6. Cauzione definitiva per i lavori di cui al D.Lgs. n. 163/2006 e ss.mm.ii.
7. L'organizzazione del servizio con tutto il personale tecnico ed amministrativo e di vigilanza alle sue dipendenze, per assicurare il regolare funzionamento della gestione, in modo che

- questa possa rivolgersi con prontezza e senza inconvenienti con particolare riguardo agli interessi del pubblico.
8. L'osservanza a tutte le norme di sicurezza, di igiene, dei regolamenti comunali e le disposizioni di legge in materia, applicabili e compatibili con la natura del servizio che dovrà effettuare.
 9. Polizza fideiussoria a garanzia della gestione.
 10. Gli oneri economici a carico del Concessionario, a gara aggiudicata, sono depositati in Ragioneria, su conto dedicato, prima della sottoscrizione del contratto di Concessione.
 11. Le spese per la redazione del Progetto esecutivo nel rispetto delle risultanze di gara e del presente Regolamento.
 12. Sono a carico del Concessionario le spese e qualsiasi onere dovuto per l'acquisizione dei pareri, concessioni degli altri Enti proprietari di tratti stradali e per gli allacciamenti ai pubblici servizi per gli impianti da installare.
 13. Sono a carico del Concessionario le spese necessarie per la direzione lavori e coordinamento della sicurezza in fase di progetto e di esecuzione nonché le spese di collaudo, di pubblicità per la gara di affidamento della concessione e fondo incentivante nonché tutte le spese di cui al quadro economico allegato al progetto definitivo ed esecutivo.
 14. Sono a carico del Concessionario tutte le spese per la gestione del servizio sollevando il Comune da esposizione verso terzi.
 15. Il Concessionario, a proprie spese e su ordinazione dei funzionari comunali, è tenuto ad apportare le modifiche all'impianto pubblicitario che si rendessero necessarie in fase sia di realizzazione che di gestione per motivi di pubblica utilità e/o per motivi di sicurezza ed esigenze tecniche.
 16. Il concessionario è tenuto alla vigilanza dell'impianto in gestione onde scongiurare, da parte di terzi, eventuali usi impropri con facoltà di intraprendere tutte le azioni possibili al corretto e regolare suo utilizzo in coerenza al presente Regolamento.
 17. Il Concessionario è tenuto al ripristino del materiale danneggiato a causa di atti di vandalismo.

Art.25 - Divieto di subappalto

1. E' fatto divieto alla Ditta appaltatrice di cedere o subappaltare il servizio, pena l'immediata risoluzione ipso-jure del contratto, incameramento della cauzione definitiva, risarcimento danni e fatta salva ogni altra azione a tutela degli interessi dell'Amministrazione Comunale.

Art.26 - Vigilanza e controllo

1. Le funzioni di vigilanza e controllo sulla gestione del servizio appaltato, sarà espletata dall'Ufficio Polizia Locale del Comune di Capaccio coadiuvato dal Servizio Edilizia privata per la realizzazione e manutenzione degli impianti pubblicitari ai fini del controllo del rispetto del Codice della strada e delle norme comunali nonché del Piano Generale Impianti Pubblicitari.
2. Le funzioni di vigilanza e controllo per la verifica dell'applicazione del canone sulla pubblicità, dal servizio Tributi del Comune di Capaccio.
3. Almeno 90 giorni prima della scadenza della concessione sarà visitato l'impianto in contraddittorio con il Concessionario onde verificarne lo stato di efficienza e funzionalità di cui all'Art. 22, comma 8., per la relativa restituzione al comune. Nel caso si dovessero

riscontrare inefficienze o gravi situazioni che compromettono la restituzione dell'impianto pubblicitario il Concessionario è tenuto, entro un lasso di tempo ben determinato, su espresso invito dei funzionari comunali, a ripristinare le ottimali condizioni; in mancanza sarà escussa la cauzione di cui all'Art.24 comma 9..

Art.27 - Penali

1. La consegna delle aree dove esplicitare il servizio verrà disposta dal Funzionario incaricato con apposita disposizione/verbale alla Concessionaria aggiudicataria, la quale è tenuta a rispettare il termine all'uopo stabilito all'Art.21.
2. In caso di mancato rispetto dei termini stabiliti sarà applicata, a carico della Concessionaria, una penale di € 1.500,00 per ciascun giorno di ritardo per l'inizio dei lavori. Ove tale ritardo dovesse protrarsi oltre il decimo giorno, l'Amministrazione provvederà alla risoluzione del contratto ed all'incameramento della cauzione definitiva senza ulteriore avviso.
3. Se i lavori di adeguamento degli impianti pubblicitari, in conformità al Piano approvato, non saranno ultimati entro i 6 mesi concessi dalla data di consegna di cui all'Art.21 comma 3., ovvero entro il termine offerto in sede di gara, sarà applicata, a carico della Concessionaria, una penale di € 500,00 per ciascun giorno di ritardo per l'ultimazione dei lavori. Ove tale ritardo dovesse protrarsi oltre il trentesimo giorno, l'Amministrazione provvederà alla risoluzione del contratto ed all'incameramento della cauzione definitiva senza ulteriore avviso.
4. L'Ufficio Polizia Locale del Comune di Capaccio, avrà compiti di controllo sull'organizzazione del servizio affidato, e potrà in conformità agli atti contrattuali, elevare osservazioni e contestazioni alla ditta aggiudicataria, prescrivere interventi omessi o carenti, nonché promuovere ogni azione per la perfetta riuscita del servizio.
5. La Concessionaria è obbligata ad eseguire tutti gli interventi richiesti dall'Ente o ad eliminare gli inconvenienti segnalati o contestati dagli addetti al controllo di cui sopra.
6. Nel caso il Concessionario abbia installato impianti pubblicitari in difformità a quanto previsto nel Piano Generale Impianti Pubblicitari approvato sarà applicata, a carico della Concessionaria, una penale di € 250,00 per ciascun impianto installato in difformità.
7. Nel caso il Concessionario abbia installato impianti pubblicitari in più rispetto a quanto previsto nel Piano Generale Impianti Pubblicitari approvato sarà applicata, a carico della Concessionaria, una penale di € 350,00 per ciascun impianto installato in più.
8. Nel caso il Concessionario abbia installato elementi pubblicitari in più rispetto a quanto previsto nel Piano Generale Impianti Pubblicitari sui vari impianti sarà applicata, a carico della Concessionaria, una penale di € 50,00 per ciascun elemento pubblicitario installato in più.
9. Le inadempienze, saranno contestate dall'Ufficio Polizia Locale del Comune di Capaccio, che informerà l'Ufficio Tributi per l'applicazione della penale, ogni qual volta riterrà non giustificabili le motivazioni addotte dalla Concessionaria.
10. Nel caso il Concessionario riscuotesse dall'utenza tariffe superiori a quelle previste nel presente regolamento, sarà applicata, una penale di € 100,00 per ciascun abuso accertato con obbligo del Concessionario di restituire la parte eccedente incassata impropriamente.
11. Le penali di cui sopra saranno notificate al Concessionario a mezzo verbale redatto in contraddittorio, eventualmente con allegate foto e/o schemi grafici esemplificativi, ed il loro pagamento deve avvenire entro 30 giorni a mezzo bollettino di c/c postale intestato al Comune. Contestualmente, entro i medesimi trenta giorni, il Concessionario deve riportare alla legalità l'impianto ripristinando lo stato dei luoghi.
12. A garanzia del pagamento di dette penali il Concessionario depositerà prima della sottoscrizione del contratto apposita polizza fideiussoria.

Art.28 - Risoluzione del contratto

1. Nel caso il Concessionario non esegua quanto dovuto ai commi 7. ed 8. dell'Art.27 nei termini stabiliti sarà concesso ulteriore termine non superiore ai 15 giorni in mancanza dei necessari adempimenti sarà applicata l'immediata risoluzione ipso-jure del contratto, con incameramento della cauzione definitiva ovvero dell'incameramento della Polizza fideiussoria a garanzia della gestione, quale risarcimento danni e fatta salva ogni altra azione a tutela degli interessi dell'Amministrazione Comunale.
2. Nel caso la Concessionaria non ottemperasse ai predetti obblighi, l'Amministrazione appaltante potrà provvedere d'ufficio e successivamente rivalersi, per le spese sostenute, ivi compresa l'eventuale penale, sul deposito cauzionale in danno dell'aggiudicatario stesso.
3. Nel caso di carenze, omissioni o mancanze da parte della Concessionaria nell'organizzazione e gestione del servizio oggetto del presente Regolamento, o di non rispondenza degli stessi agli atti progettuali, non eliminati a seguito di diffida da parte dei rappresentanti dell'Ente, l'Amministrazione Comunale, applicherà a carico della ditta aggiudicataria una ammenda giornaliera di euro 100,00. Nel caso in cui la superiore negligenza dovesse perdurare oltre il terzo giorno consecutivo, l'ammenda sarà aumentata a euro 200,00 giornaliere, pena la rescissione del contratto.
4. Ove si accertasse il protrarsi dell'inadempienza e, comunque, a seguito di reiterate omissioni o carenze regolarmente contestate, l'Amministrazione Comunale, si riserva il diritto di risolvere unilateralmente il contratto e di chiedere alla Ditta aggiudicataria la corresponsione delle spese e dei compensi che dovrà sostenere per assicurare il servizio diversamente.
5. La risoluzione del contratto darà diritto al Comune di procedere all'incameramento della cauzione definitiva, salvo rivalsa per risarcimento danni.
6. Il contratto è risolto di diritto a seguito dell'esito interdittivo delle informative antimafia espletate dalla Prefettura/U.T.G. territorialmente competente a seguito delle eventuali verifiche condotte ai sensi dell'art. 10, comma 1, del D.P.R. n. 252/1998.

Art.29 – Disposizioni finali

1. Il presente Regolamento entra in vigore il giorno successivo alla data di approvazione in Consiglio Comunale.
2. Contestualmente si intendono abrogati ad ogni effetto di legge i precedenti regolamenti, in particolare la deliberazione del Commissario straordinario n. 2 del 23/03/2007, e la delibera di C.C. n. 62 del n. 25/07/011 nonché tutte le altre disposizioni contrarie o incompatibili con le presenti norme, ad eccezione di quelle previste in vigenti Regolamenti speciali.
3. Per quanto non disposto dal presente Regolamento si applicano le disposizioni di legge.

Art.30 – Disposizioni transitorie

1. Il Comune deve adeguare gli impianti per la pubblicità esterna e le pubbliche affissioni nel territorio comunale in conformità al Piano Generale degli Impianti Pubblicitari, approvato con deliberazione di C.C. n. 28 del 12/05/2011, entro 6 mesi dalla data di affidamento del servizio in Concessione.
2. Per l'affidamento del servizio di gestione degli impianti per la pubblicità esterna, si rimanda al capitolato speciale/d'oneri e al disciplinare di gara gli affinamenti regolamentari necessari per la completa osservanza del presente Regolamento.

COMUNE DI CAPACCIO

PROGETTO

PIANO GENERALE IMPIANTI PUBBLICITARI

PIANO ECONOMICO E FINANZIARIO

SCHEMA A0

PIANO GENERALE DEGLI IMPIANTI PUBBLICITARI**PIANO DEI COSTI****NUOVO IMPIANTO**

N. Progressivo	Tipologia Impianto	N. Impianto	Prezzo Unitario (€)	Prezzo complessivo (€)
1	PREINSEGNA	40	280,09	11.203,60
2	PENSILINE	27	4.359,69	117.711,63
3	TOTEM	26	1.080,45	28.091,70
4	AFFISSIONI Ist./Comm.	154	490,68	75.564,72
5	AFFISSIONI Necrologiche	48	367,29	17.629,92
6	AFFISSIONI 600x300	12	4.214,06	50.568,72
7	IMPIANTO LUMINOSI 500x240	7	3.948,18	27.637,26
8	INFOPOINT	27	2.408,67	65.034,09
9	CHIOSCHI	0	0,00	0,00
10	TRANSENNE PARAPEDONALE	209	157,44	32.904,96

TOTALE	426.346,60
---------------	-------------------

OPERE PER RENDERE CONFORMI GLI IMPIANTI ESISTENTI - RIMOZIONE E SPOSTAMENTI

N. Progressivo	Tipologia Impianto	N. Impianto	Prezzo Unitario (€)	Prezzo complessivo (€)
1	PREINSEGNA SPOSTARE	178	58,00	10.324,00
2	PREINSEGNA RIMOZIONE	372	51,50	19.158,00
3	PREINSEGNA RICOLLOCARE	132	29,50	3.894,00
4	AFFISSIONI RIMOZIONE	147	51,50	7.570,50
5	PENSILINE RIMOZIONE	23	117,00	2.691,00

TOTALE	43.637,50
---------------	------------------

COSTO TOTALE IMPIANTO**469.984,10**

SCHEMA A1

Progetto: Piano Generale Impianti Pubblicitari

QUADRO ECONOMICO DI SPESA

a)	Lavori a Corpo		€
a1)	Importo Lavori (soggetto a ribasso)		469.984,10
a2)	Importo per oneri della sicurezza (non soggetto a ribasso)		3.504,21
	Importo a base di gara	Totale sub a)	473.488,31
b)	Somme a disposizione della stazione appaltante - Spese Generali		
	1 lavori in economia		0,00
a	2,1 rilievi, accertamenti e indagini Geologo		0,00
a	2,2 rilievi, accertamenti e indagini Geometra		0,00
a	2,3 rilievi, accertamenti e indagini prove		0,00
	3 allacciamenti ai pubblici servizi e oneri per autorizzazioni Enti		20.000,00
	4 imprevisti	0,00%	0,00
	5 acquisizione aree o immobili - servitù di passaggio		0,00
	6 accantonamento di cui all'art. 133 del D.Lgs. 163/06	0,0%	0,00
a	7 spese tecniche		
a	7,1 Progettazione, D.LL. e sicurezza etc.		51.468,16
a	7,2 fondo incentivante	2,0%	9.469,77
b	8 spese per attività di consulenza o di supporto		0,00
c	9 spese per commissioni giudicatrici		0,00
d	10 spese per pubblicità etc.		5.000,00
e	11 spese per collaudi etc.		6.500,00
	12		
	I.V.A. sui lavori (a, b1, b4)	20%	94.697,66
	Inarcassa su b (2,1 - 2,2 - 7,1 - 8 - 9 - 11)	4%	2.318,73
	I.V.A. su b (2 - 3 - 7,1 - 8 - 9 - 10 - 11) e Inarcassa	20%	17.057,38
	Totale sub b)		206.511,69
	Totale complessivo		680.000,00

SCHEDA A2

PIANO GENERALE DEGLI IMPIANTI PUBBLICITARI

PIANO DEI COSTI PER MANUTENZIONE E GESTIONE ANNUALE

NUOVO IMPIANTO

N. Progressivo	Tipologia Impianto	N. Impianto	Prezzo Unitario (€)	Prezzo complessivo (€)
1	MANUTENZIONE	2%	469.984,10	9.399,68
2	INFOPOINT	27	683,86	18.464,22
TOTALE				27.863,90

SCHEDA A3

PIANO GENERALE IMPIANTI PUBBLICITARI

Num. DIPENDENTE	Contratto Terziario								Tipo rapp.	Mesi	Gg. Sett.	Settimane	Ore gg.	Costo orario Pers.	Costo Personale	Anni Convenz.	Totale costo Personale
	L8	L7	L6	L5	L4	L3	L2	L1									
1										12	6	4	6	20,45	35.337,60	12	424.051,20
2					X					12	6	4	6	18,45	31.881,60	12	382.579,20
3					X					12	6	4	6	0,00	0,00	0	0,00
4					X					4	6	4	6	0,00	0,00	0	0,00
5					X					4	6	4	6	0,00	0,00	0	0,00
															67.219,20		806.630,40

SCHEDA B1

PIANO GENERALE DEGLI IMPIANTI PUBBLICITARI

PIANO DEI RICAVI

NUOVO IMPIANTO

N. Progressivo	Tipologia Impianto - Pubblicità Esterna	N. Impianto	Superficie unitaria (mq)	Ricavo Unitario Annuo (€)	Incrementi	Frequenza	% Utilizzazione	Ricavo complessivo (€)
1	PREINSEGNA (n. impianti 277) *	1662		65,00		1,00	100,00%	108.030,00
2	PENSILINE	27		300,00		1,00	100,00%	8.100,00
3	TOTEM	26	max 20 messaggi **	65,00		1,00	100,00%	33.800,00
4	IMPIANTO LUMINOSI 500x240	7	500X240	645,00		1,00	100,00%	4.515,00
5	INFOPOINT (27 pensiline + 11 chioschi)	27		1.000,00		1,00	100,00%	27.000,00
6	CHIOSCHI	0		1.800,00		1,00	100,00%	0,00
7	TRANSENNE PARAPEDONALE	209		130,00		1,00	100,00%	27.170,00
TOTALE								208.615,00

* le preinsegne complessive sono 1662 = 277 * 6
 ** 10 messaggi per lato, complessivi 20 per ogni totem
 RICAVI AL NETTO DELL'IVA

BILANCIO ANNUO

Ricavi		
Descrizione	Importo	Ripporto
Ricavi annui	208.615,00	
Incasso al netto di Iva 21%		208.615,00

Costi					
Descrizione	n.	€	Importo €	riporto	
Investimento iniziale		680.000,00			
Ammortamento Investimento annuo	1		63.000,00		
Manutenzione impianti annua	2		27.863,90		
Spese generali annue 10% (2+4)	3		9.508,31		192.591,41
Personale annuo	4		67.219,20		
Canone al comune annuo	5		25.000,00		
Utile d'Azienda 15% (2+3+4)	6		15.688,71		15.688,71
680.000,00 So		capitale da ammortizzare			
63.000,00 a		annualità			
1,50% r		tasso d'interesse			
1,0150 q		1+r			
12 n		durata concessione in anni			
Costi al netto di Iva 21%			Totale		208.280,12



COMUNE DI CAPACCIO

PROVINCIA DI SALERNO

PROPOSTA DI DELIBERAZIONE DEL C.C./G.M.

(Art. 53, 1° comma, della legge 8 giugno 1990, n. 142).

OGGETTO: 8) REGOLAMENTO IMPIANTI PUBBLICITARI - MONITORE

IL RESPONSABILE DEL SERVIZIO INTERESSATO

Per quanto riguarda la regolarità tecnica esprime parere:

Parere FAVOREVOLE

IL RESPONSABILE

Data 10 NOV. 2011

[Signature]

IL RESPONSABILE DI RAGIONERIA

Per quanto concerne la regolarità contabile esprime parere:

[Signature]

IL RESPONSABILE

Data 17 NOV. 2011

[Signature]

IL SEGRETARIO GENERALE

Per quanto concerne la legittimità esprime parere:



COMUNE DI CAPACCIO

Provincia di Salerno

Verbale n.32 del 17 Novembre 2011

Oggetto: Parere in ordine alla proposta di deliberazione del consiglio comunale avente ad oggetto:

-Piano Comunale Generale degli impianti Pubblicitari; Provvedimenti.

Oggi 17 Novembre 2011, alle ore 15,05, presso l'ufficio del Servizio Ragioneria del Comune di Capaccio, si è riunito l'organo di revisione nelle persone del Presidente, dott. Vincenzo Carrella e dei componenti, dott.sa Donatella Raeli e rag. Roberto Antonio Mutalipassi.

Il Collegio

-) Visti gli atti predisposti dagli Uffici competenti in ordine alla proposta di deliberazione di Consiglio Comunale di cui all'oggetto;
-) visto il Testo unico delle Leggi sull'ordinamento degli Enti Locali D.Lgs. 18.08.2000 n. 267;
-) visto lo Statuto e il regolamento di contabilità;
-) visto, altresì, i pareri favorevoli dei Responsabili dei Servizi, ognuno per la propria competenza;

PREMESSO CHE

I Revisori sono chiamati ad esprimere apposito parere relativamente all'oggetto succitato, ai sensi dell'art. 109 del vigente Regolamento di contabilità,

esaminati

gli schemi del Regolamento citato così come integrati e/o modificati.

Tanto sopra premesso, i sottoscritti

REVISORI

esprimono il parere favorevole in ordine :

-) alle modifiche del Piano Comunale Generale degli
Impianti pubblicitari approvato con deliberazione di
C.C. nr 28 del 12/05/2011 e Regolamento approvato con
deliberazione di C.C. nr 62 del 25.07.2011 ;

Non essendovi altro da deliberare, la seduta si scioglie alle ore 17,10.

Il presente viene trasmesso al Sindaco, al Direttore Generale, al Segretario
Comunale, al responsabile del Servizio Finanziario

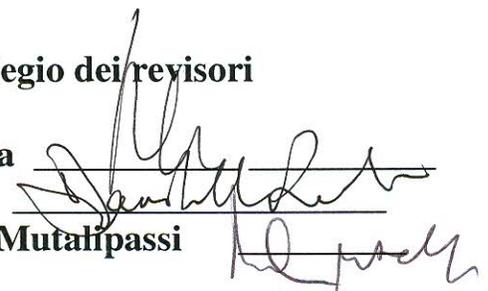
Capaccio 17 Novembre 2011

IL Collegio dei revisori

Dr Vincenzo Carrella

Dr sa Donatella Raeli

Rag Roberto Antonio Mutalipassi



Il giorno 17 novembre 2011 alle ore 10.15 si è riunita la Commissione Statuto e Regolamento presso le sedi del Comune in Cafaces Cafelungo -

sono presenti:

Bonlotti Raffaele
Tranconi Giuseppe Antonio -

Alle ore 10.16 si procede convocazione sono presenti:

Bonlotti Raffaele (Presidente)

Tranconi Giuseppe Antonio

Lica Luigi x Vallette Angela Refonoffo D.

Visto il numero legale il Presidente dichiara aperta e valida la seduta -

Il Presidente passa ad esaminare i punti all'ordine del giorno -

Punto n.8 - Regolamento Impianti Dabbloster -

Dalla lettura del regolamento si evince che dalla espressione dell'ultimo regolamento riguarda lo stesso del servizio di efficienza da parte del Comune, stando a suo carico invece, la realizzazione dell'impianto elettrico - In fatto colui dunque modifica gli art. 9-19-23-24, ed il piano finanziario-economico

Dopo la lettura del regolamento non essendo presente si esprime in merito nessuna incidenza e si rimanda ai consiglieri di poterli emendare le parti di eventuali variazioni ed eccezioni su Consiglio Comunale - Dichi. il Consiglio Bonlotti Raffaele

~~Ch. è verbale~~ Francesco alle ore 10.55 -

Alle ore 11.00 il presidente dichiara chiusa la seduta -

Ch. è verbale
Il presidente
Bonlotti Raffaele

Il segretario Veris -
Lica

OGGETTO: Regolamento impianti Pubblicitari - Modifiche

~~Non si conoscono gli articoli variati.~~

Confermo a maggior ragione il parere contrario all'approvazione del regolamento, già espresso nella seduta del 25 luglio 2011, i cui concetti basilari sono le molte perplessità dal punto di vista economico che questo regolamento non risolve.

A mio parere il regolamento non apporta alcun utile dal punto di vista finanziario all'Ente.

Dal punto di vista operativo e di immagine posso pure ammetterlo però, congelare e sacrificare per dodici anni risorse economico finanziarie all'immagine non mi sembra per niente produttivo e proponibile.

La strada intrapresa da questa amministrazione che vincola l'Ente con contratti di concessione pluriennali che vanno oltre la prossima consiliatura la ritengo improponibile, immorale e da attenzionare alla giustizia amministrativa ed agli organi legislativi sovraordinati, affinché regolino meglio ed impediscano simili misfatti.

Stiamo andando oltre i principi delle responsabilità. Così facendo si rischia di non dare spazio alla discontinuità o alla possibilità di integrare e migliorare un provvedimento economico non propriamente vantaggioso per la collettività.

Non sono convinto, non posso privare il comune, in periodo di crisi economica generale e carenza di entrate derivanti da enti sovra ordinati, di introiti appositamente istituiti dalla legge per sopperire alle già scarse risorse finanziarie degli enti locali.

Credo sia doveroso studiare e mediare un regolamento e piano operativo diverso, molto diverso.

23.11.2011



Vista la L.R. n. 16 del 22/12/2004 e ss.mm.ii.;

Visto il D.Lgs. n. 507 del 15/11/1993 e ss.mm.ii.;

Visto il D.Lgs. 30/04/92 n. 285 e ss.mm.ii. - Codice della Strada;

Visto il D.P.R. 16/12/92 n. 495 e ss.mm.ii. – regolamento del Codice della Strada;

Visto il D.P.R. n. 327/2001 e ss.mm.ii.;

VISTO il D.Lgs. 18 agosto 2000, n. 267;

VISTO lo statuto comunale;

VISTO il parere favorevole del Responsabile del Settore III;

VISTO il verbale della competente Commissione consiliare;

VISTA la proposta deliberativa come innanzi formulata;

SENTITI gli interventi dei consiglieri riportati in allegato;

Il Presidente pone in votazione la proposta, così come dallo stesso emendata.

Proceduto alla votazione, resa per appello nominale, proclamata dal Presidente, che ha dato il seguente risultato: Consiglieri presenti n. 16, astenuti n.///, votanti n. 16, voti favorevoli n. 11, voti contrari n. 5 (Paolino, Longo, Troncone, Vicidomini, Ragni),

DELIBERA

1. di dare atto che la premessa è parte integrante e sostanziale del presente deliberato che qui si intende integralmente riportato, trascritto ed approvato;

3. di approvare – come approva – in modifica, l'allegato "Regolamento" ed il Piano economico e finanziario per l'attuazione del "Piano Comunale Generale degli Impianti Pubblicitari", redatto dal Responsabile del Settore III;

4. di esternalizzare il servizio di gestione della riscossione del canone della pubblicità esterna nel rispetto della disciplina dell'approvato "Piano Comunale Generale degli Impianti Pubblicitari" tramite affidamento in Concessione e provvedere, contestualmente, all'ammodernamento degli impianti pubblicitari presenti sul territorio nel rispetto del Codice della Strada e relativo regolamento di attuazione nel rispetto del Piano medesimo approvato con Deliberazione di C.C. n. 28 del 12/05/2011;

5. di dare atto, che per effetto dell'approvazione suddetta, la deliberazione commissariale, per i poteri di Consiglio Comunale, n. 2 del 23/03/2007, è superata;

6. di demandare gli atti al responsabile del procedimento per i provvedimenti consequenziali.

Con successiva votazione, resa per alzata di mano, che ha dato il seguente risultato, proclamato dal Presidente - Consiglieri presenti n. 16, astenuti n.///, votanti n. 16, voti favorevoli n. 11, voti contrari n. 5 (Paolino, Longo, Troncone, Vicidomini, Ragni), la presente viene dichiarata immediatamente esecutiva, al fine di assicurare le attività istituzionali.

Il presente verbale viene così sottoscritto:

IL PRESIDENTE
Paolo Paolino

IL SEGRETARIO
dr. Andrea D'Amore

ATTESTATO DI INIZIO PUBBLICAZIONE

Si attesta che copia della presente deliberazione viene pubblicata all'Albo Pretorio on line di questo Comune per quindici giorni consecutivi a partire dalla data odierna, ai sensi dell'art. 124, c. 1, Dlgs 267/2000 e dell'art. 32, L. 69/2009.

Li **05 GEN. 2012**

IL SEGRETARIO
Dr. Andrea D'Amore

ESECUTIVITA'

La presente deliberazione è divenuta esecutiva in data

05 GEN. 2012

- ai sensi dell'art. 134, comma 3, Dlgs 267/2000.
 Ai sensi dell'art. 134, comma 4, Dlgs 267/2000.

Li **05 GEN. 2012**

IL SEGRETARIO
dr. Andrea D'Amore
