



comune di
PRATO

Piano degli impianti e dei mezzi pubblicitari

Approvato con Delibera di Consiglio
Comunale n. 1 del 13.01.2011
Modificato con Delibera di Consiglio
Comunale n. 81 del 24.11.2011

INDICE

PRINCIPI GENERALI

Articolo 1: Oggetto del piano

Articolo 2: Individuazione delle zone del territorio comunale

Articolo 3: Disciplina degli impianti pubblicitari.

Articolo 4: Impianti per le affissioni

Articolo 5: Impianti pubblicitari: caratteristiche generali

Articolo 6: Cartelli e altri mezzi pubblicitari luminosi o illuminati: caratteristiche

Articolo 7: Requisiti tecnico-prestazionali degli impianti pubblicitari.

Articolo 8: Posizionamento degli impianti pubblicitari.

Articolo 9: Segnali turistici e di territorio.

Articolo 10: Striscioni locandine e standardi

Articolo 11: Ricollocamento a seguito di emersione.

Articolo 12: Norme finali e transitorie

Articolo 13: Abrogazioni

Elenco allegati:

PRINCIPI GENERALI

Articolo 1: Oggetto del piano.

1. Il Piano Generale degli Impianti e dei Mezzi Pubblicitari del Comune di Prato (d'ora in poi denominato Piano), in applicazione dell'art. 3 del D.Lgs. 507/93, disciplina la quantità, la tipologia e

la distribuzione sul territorio comunale degli impianti pubblicitari e delle pubbliche affissioni nel rispetto delle norme della circolazione stradale nonché delle previsioni e prescrizioni urbanistiche.

2. Il Piano:

- a. Definisce le zone del territorio comunale in cui è possibile installare gli impianti e i mezzi pubblicitari, nonché la localizzazione delle strutture per le pubbliche affissioni.
- b. Stabilisce la superficie complessiva degli impianti destinati alle affissioni sia da parte del servizio pubblico che da parte di soggetti privati per effetto di aggiudicazione di gara.
- c. Individua le tipologie, le caratteristiche tecniche degli impianti pubblicitari e delle strutture per le pubbliche affissioni, tenendo conto delle esigenze di carattere sociale ed economico, delle norme di tutela ambientale e paesaggistica, delle norme sul traffico e la sicurezza stradale.
- d. Può prevedere eventuali deroghe per l'installazione degli impianti.

Articolo 2: Individuazione delle zone del territorio comunale.

Il Piano suddivide il territorio comunale in zone pubblicitarie omogenee, come descritte nell'allegato 1, parte integrante del presente atto.

Articolo 3: Disciplina degli impianti pubblicitari.

La definizione, le superfici, la tipologia, la durata di esposizione ed i requisiti di installazione dei vari tipi di impianto pubblicitario, sono individuati nell'allegato 2, parte integrante del presente atto.

CARATTERISTICHE GENERALI DEGLI IMPIANTI PUBBLICITARI

Articolo 4: Impianti per le affissioni.

1. Gli impianti destinati alle affissioni, sia pubbliche che private, devono corrispondere alle seguenti tipologie:
 - Tabella ancorate a muro o recinzione.
 - Plance monofacciali o bifacciali ancorati ad autonoma struttura portante.
 - Impianti polifacciali.
 - Posters monofacciali o bifacciali ancorati a muro o recinzione o ad autonoma struttura portante.
2. Le modalità di effettuazione delle affissioni sono le seguenti:
 - a. Affissione pubblica di manifesti cartacei, contenenti comunicazioni aventi finalità istituzionali, sociali o comunque presentati dai soggetti e per le motivazioni previste negli art. 20 e 21 del D.Lgs. n. 507/1993 e successive integrazioni e modificazioni.
 - b. Affissione di necrologi eseguita direttamente da soggetti interessati a norma art. 20.2 del D.Lgs. n. 507/1993. (Per una superficie non superiore al 10% di quella prevista al comma A) del presente articolo)
 - c. Affissione effettuata direttamente da privati su impianti, da installare su suolo pubblico e compresi in appositi circuiti previsti dal Piano, concessi mediante svolgimento di apposita gara ad evidenza pubblica.
 - d. Affissione effettuata direttamente da privati su impianti la cui collocazione risulta autorizzata dalle Ferrovie dello Stato.
3. Al di fuori delle ipotesi previste ai punti precedenti, le affissioni possono avvenire anche su ulteriori impianti appositamente predisposti ed autorizzati, sia su suolo che su beni immobili di proprietà privata o pubblica, in presenza di cantieri ed aree a cantiere ; quest'ultima tipologia di impianti non è compresa nella superficie totale destinata allo svolgimento delle affissioni di cui ai punti A. – B. – C.
4. E' obiettivo strategico il riordino, per qualità, quantità e ricollocazione dell'attuale parco impianti per le affissioni presente sul territorio comunale. Tale obiettivo comprende l'indizione di gare per l'aggiudicazione di circuiti per l'affissione effettuata da privati con conseguente aggiornamento della parte del Piano per gli impianti destinati alle affissioni.

Articolo 5: Impianti pubblicitari: caratteristiche generali.

1. La collocazione degli impianti pubblicitari deve rispettare, oltre a tutte le prioritarie norme di riferimento, i criteri di un corretto ed equilibrato inserimento ambientale ed architettonico.
2. La qualità progettuale e strutturale degli impianti dovrà essere curata con la massima attenzione al fine di garantire l'integrazione di tali elementi nel contesto urbano e di contribuire a migliorare l'immagine complessiva della città. Gli impianti oltre ai fondamentali requisiti di sicurezza, solidità e durevolezza dovranno consentire facili interventi di pulizia e di manutenzione. Per gli impianti di nuova generazione sarà obbligo del titolare presentare un manuale di manutenzione e sicurezza che attesti il rispetto delle norme vigenti in materia.
3. Gli impianti devono essere realizzati con materiali non deperibili e resistenti agli agenti atmosferici; devono avere sagoma regolare, diversa dalla forma tonda o triangolare, affinché non si possa creare confusione con la segnaletica stradale ed ostacolarne la visibilità entro lo spazio di avvistamento.
4. Le strutture di sostegno e di fondazione devono essere calcolate per resistere alla spinta del vento e degli altri agenti atmosferici, ed essere saldamente realizzate ed ancorate sia globalmente che nei singoli elementi rispondendo ai requisiti tecnico-prestazionali indicati al successivo art. 7.
5. Gli impianti devono essere realizzati nel rispetto dei requisiti di cui al successivo art. 7 e possono essere ancorati anche a parete, previo consenso della proprietà.
6. E' possibile installare impianti sulle pareti di immobili ad una altezza minima da terra di m. 2.50, secondo i requisiti di cui al successivo art. 8 e dell' allegato N. 2 del presente Piano.
7. Per le gigantografie su ponteggi l'impianto non deve pregiudicare la sicurezza della struttura alla quale è ancorato e più in generale la sicurezza del cantiere e delle aree adiacenti e sottostanti, rispettando tutte le specifiche norme in materia.

8. Per tutti gli impianti il colore rosso deve essere limitato ad eventuali riproduzioni di marchi di fabbrica, senza, comunque, occupare oltre 1/5 della superficie totale dell'impianto, fatto salvo per le aziende con marchio registrato che dovranno presentare in sede di richiesta di autorizzazione, un'attestazione di certificazione del marchio. Fanno eccezione le installazioni in Centro Storico, dove sarà vincolante il parere del competente ufficio o della Commissione nominata dal Comune.
9. E' vietato e deve essere evitato che superfici rosse di cartelli, insegne di esercizio e altri mezzi pubblicitari possano essere posti in maniera tale da costituire sfondo di segnali stradali di pericolo, precedenza oppure obbligo, limitandone, pertanto, la percettibilità ai guidatori o ai pedoni.
10. L'ubicazione e la posa in opera degli impianti deve essere fatta nel rispetto della normativa vigente in materia di abbattimento delle barriere architettoniche.
11. I messaggi dei mezzi pubblicitari devono essere redatti in lingua italiana. Possono essere tradotti in lingua straniera purché lo spazio di quest'ultima occupi una superficie inferiore rispetto a quella della lingua italiana, fatta eccezione per le parole straniere ormai divenute parte del linguaggio italiano.
12. All'interno delle aree di addensamento pubblicitario come definite nell'art.8 c.9 del presente Piano, possono essere installate tutte le tipologie di impianti pubblicitari ammessi dal Piano per la zona di riferimento. Ai fini dell'individuazione delle singole superfici ammissibili, si deve far riferimento alle misure corrispondenti per ogni tipologia di impianto pubblicitario previsto nella stessa zona di riferimento.
13. In ogni modo, la superficie complessiva per la pubblicità esposta all'interno di dette aree non può superare l' 8% della superficie complessiva delle stesse, sempreché gli impianti non siano collocati lungo il fronte stradale, lungo le corsie di accelerazione e decelerazione in corrispondenza degli accessi, e con esclusione di messaggi attinenti ai servizi prestati presso le stazioni di servizio o le aree a parcheggio e le insegne di esercizio delle attività ivi ricadenti.. Fuori dai centri abitati la superficie complessiva non dovrà superare il 3%.
14. In ogni area di addensamento pubblicitario gli impianti pubblicitari, con esclusione delle insegne di esercizio ivi ricadenti, dovranno appartenere ad una linea unitaria per l'uso di forme, colori e materiali e contribuire a costruire una specifica identità al luogo urbano oggetto dell'intervento.

Articolo 6: Cartelli e altri mezzi pubblicitari luminosi o illuminati: caratteristiche.

1. Per quanto non previsto dal presente articolo sui mezzi pubblicitari luminosi o illuminati, si rimanda e si richiama integralmente l'art. 50 del Regolamento di Esecuzione e di Attuazione del Nuovo Codice della Strada.
2. Le prescrizioni previste per l'installazione di impianti pubblicitari a messaggio variabile possono essere derogate per effetto di apposita convenzione con la Pubblica Amministrazione.
3. Gli impianti, i cartelli, le insegne di esercizio e tutti gli altri mezzi pubblicitari luminosi, per illuminazione propria o indiretta, non devono avere luce né intermittente o che possa minimamente provocare fenomeno di abbagliamento.
4. Gli impianti e mezzi pubblicitari luminosi devono avere una sagoma regolare tale da non generare confusione con la segnaletica stradale. Particolare cautela deve essere posta nell'uso dei colori, specialmente del rosso e del verde, e del loro abbinamento, affinché non si possa generare nessun tipo di equivoco o confusione con la segnaletica stradale.
5. Nelle intersezioni con semaforo fuori dai centri abitati è vietato, da 300 m. prima dell'intersezione, l'uso dei colori rosso e verde nelle sagome luminose, nei cartelli, nelle insegne di esercizio e negli altri mezzi pubblicitari posti a meno di 15 m. dal bordo della carreggiata, salvo motivata deroga da parte dell'ente concedente l'autorizzazione.
6. La croce rossa luminosa è consentita esclusivamente per indicare ambulatori e posti di pronto soccorso.
7. La croce verde luminosa è consentita esclusivamente per indicare le farmacie.
8. Il sistema di illuminazione deve essere conforme a tutte le specifiche norme in materia citate all'art. 7.

Articolo 7: Requisiti tecnico-prestazionali degli impianti pubblicitari.

Il titolare e/o responsabile dell'impianto ha l'obbligo di garantire che lo stesso impianto sia realizzato e che nel corso del tempo conservi le seguenti caratteristiche e requisiti:

A) Resistenza e stabilità meccanica.

Capacità degli impianti di resistere ai sovraccarichi, agli urti, alle percussioni, alle vibrazioni ed in generale ai fenomeni dinamici, in tutte le prevedibili condizioni di esercizio, nel rispetto del coefficiente di sicurezza, senza deformazioni incompatibili; e ciò sia per le singole parti, sia per la struttura nel suo insieme. Rispetto di tutta la specifica normativa vigente in materia di progettazione, esecuzione e collaudo delle strutture, per il tipo di struttura ed i materiali utilizzati.

B) Resistenza e reazione al fuoco.

Caratteristica dei materiali e degli elementi che costituiscono gli impianti pubblicitari, di resistere al fuoco per un tempo determinato senza subire deformazioni incompatibili con la loro fruizione, e di non aggravare il rischio di incendio con la loro infiammabilità.

Rispetto delle prescrizioni tecniche e procedurali vigenti in materia.

C) Sicurezza dalle cadute e dagli urti accidentali.

Caratteristica dell'impianto pubblicitario di non presentare ostacoli che possano comportare il rischio da cadute ed urti accidentali.

D) Sicurezza elettrica ed equipotenziale.

Caratteristica degli impianti elettrici di essere concepiti e realizzati in modo tale da garantire agli utenti il massimo grado di sicurezza per il rischio elettrico e per quello delle scariche accidentali. Impianti elettrici conformi alle norme CEI per la sicurezza elettrica ed equipotenziale. Conformità alle disposizioni del D.M. N. 37/2008 (ex N. 46/1990, del DPR N. 447/1991 e successive modifiche e integrazioni), per la realizzazione degli impianti e l'impiego dei materiali a regola d'arte.

E) Controllo dell'abbagliamento.

Condizione che le sorgenti luminose dirette o indirette, comunque e dovunque collocate ed in qualsiasi campo visivo possibile, non producano per gli utenti alcun fastidio e nessun effetto abbagliamento.

Rispetto della normativa specifica: Norme CEI; Istruzioni E.N.E.L.; Raccomandazioni Federelettrica.

F) Controllo della temperatura superficiale.

Le superfici dell'impianto pubblicitario con cui qualsiasi soggetto o elemento possono entrare in contatto devono presentare scarsa attitudine al surriscaldamento a seguito di normale utilizzo, processi di esercizio e assorbimento dell'irraggiamento solare. In generale, è richiesto che sia mantenuta una temperatura < 60° C.

G) Resistenza agli agenti fisici, chimici e biologici.

La durevolezza è l'attitudine dei singoli materiali ed elementi dell'impianto a conservare inalterate le proprie caratteristiche chimico-fisiche, geometriche, funzionali, cromatiche e di finitura superficiale, sotto l'azione delle sollecitazioni termiche, dell'irraggiamento solare a quelli degli agenti chimici e biologici.

Materiali ed elementi devono conservare inalterate le proprie caratteristiche sotto l'azione degli agenti fisici normalmente operanti e prevedibili nell'ambiente in cui si trovano. Particolare attenzione va riservata alla prestazione di non gelività dei materiali. Per i singoli materiali le prestazioni richieste sono conformi alle norme: UNI 8942/1; UNI 8942/2; UNI 8942/3; UNI 8942/4; UNI En 202. Il requisito deve essere soddisfatto sotto l'azione degli agenti chimici e biologici presenti normalmente nell'ambiente (aria, acqua, ecc.), nonché sotto l'azione degli usuali prodotti per la pulizia delle superfici. Gli elementi non devono presentare porosità o cavità superficiali che non siano facilmente pulibili o ispezionabili evitando il ristagno di acqua e l'accumulo di sporco o di residui di vario genere.

H) Resistenza agli atti di vandalismo.

Caratteristica dei singoli elementi e del complessivo impianto a dissuadere, impedire e resistere agli atti di vandalismo, come pure di consentire che vi si possa facilmente porre rimedio.

Tutti gli elementi, i loro collegamenti ed ancoraggi, ed il loro sistema d'insieme, devono possedere caratteristiche materiali, morfologiche e costruttive tali da soddisfare al meglio,

relativamente alle prestazioni attese ed attendibili dagli elementi di cui trattasi, il requisito della resistenza agli atti di vandalismo. In particolare sono richieste:

- Collocazioni che rendano gli elementi difficilmente aggredibili.
- Resistenza ai graffi ed agli strappi superficiali.
- Superfici con conformazioni e trattamenti con fluidi "antiscrittura" per le parti poste entro l'altezza di 3 mt. dal piano di calpestio.

I) Affidabilità.

E' l'attitudine dell'impianto a garantire nel tempo la continuità del funzionamento dei diversi componenti e delle loro reciproche interrelazioni. Il minimo livello di affidabilità richiesto all'intero sistema deve essere almeno raggiunto da ogni singolo componente. Tutti gli elementi componenti l'impianto debbono garantire il livello di affidabilità inizialmente dichiarato dal tecnico asseverante.

L) Controllabilità e ispezionabilità.

E' l'attitudine a consentire in modo sicuro ed agevole controlli ed ispezioni sullo stato dei materiali e dei componenti, per facilitare i necessari interventi di manutenzione, sia occasionale che programmata.

Gli elementi ed i loro sistemi d'insieme costituenti gli impianti, debbono avere caratteristiche morfologiche, dimensionali, funzionali e tecnologiche tali da consentire di effettuare in sicurezza ed agevolmente controlli ed ispezioni per la verifica del loro stato di conservazione ed efficienza, e per l'effettuazione dei necessari interventi di pulizia, riparazione e integrazione, sostituzione e recupero.

Il manufatto pubblicitario ed ogni suo componente deve possedere l'attitudine a non sporcarsi troppo facilmente sotto l'azione di sostanze imbrattanti di uso corrente e di permettere una facile operazione di pulizia senza deterioramenti permanenti (pulibilità); deve consentire in modo agevole, nel caso di guasti, il ripristino dell'integrità, della funzionalità e dell'efficienza di elementi e sistemi costituenti l'impianto, o di parti di essi (riparabilità e integrabilità); infine deve consentire in modo agevole, in caso di guasto grave o di obsolescenza funzionale e/o tecnologica, la sostituzione di elementi tecnici costitutivi o di parti di essi. I materiali e gli elementi tecnici, in seguito alla loro rimozione o demolizione, devono consentire di poter essere convenientemente riutilizzati o riciclati, anche con finalità di salvaguardia ecologica e di risparmio energetico (sostituibilità e recuperabilità).

Per i manufatti pubblicitari di maggiore importanza è necessario che il progetto sia integrato dal "manuale di manutenzione" che preveda le modalità dei controlli, delle ispezioni e di ogni altra operazione necessaria a garantire quanto previsto nel presente punto.

Articolo 8: Posizionamento degli impianti pubblicitari.

1. Sul territorio del Comune di Prato, è vietata la collocazione in opera di qualsiasi impianto pubblicitario non conforme alle prescrizioni del presente Piano.
2. E' altresì vietata la collocazione in opera di qualsiasi impianto pubblicitario al di fuori delle localizzazioni puntuali individuate nel Piano.
3. Il posizionamento degli impianti pubblicitari, sull'intero territorio Comunale avverrà in base ai criteri degli allegati N. 1 e N. 2, parti integranti del presente atto.
4. La collocazione è vietata nelle seguenti ipotesi:
 - a. In corrispondenza delle intersezioni.
 - b. Lungo le curve come definite all'art. 3, comma I, punto 20), del Codice della Strada e su tutta l'area compresa tra la curva stessa e la corda tracciata tra i due punti di tangenza; sulle scarpate stradali sovrastanti la carreggiata in terreni di qualsiasi natura e pendenza superiore a 45°.
 - c. In corrispondenza dei raccordi verticali concavi e convessi segnalati.
 - d. Sui ponti e sottoponti non ferroviari.
 - e. Sui cavalcavia stradali e loro rampe.
 - f. Sui parapetti stradali, sulle barriere di sicurezza e sugli altri dispositivi laterali di protezione e di segnalamento.
 - g. Sulle alberature ad eccezione degli striscioni.

5. Le norme di cui al punto C) del comma precedente non si applicano per le insegne di esercizio, a condizione che le stesse siano collocate all'interno della proprietà o pertinenze accessorie.
6. Il posizionamento degli impianti non deve occultare o ostacolare la visibilità delle indicazioni toponomastiche e quanto altro destinato alla pubblica utilità.
7. È vietata l'installazione di impianti pubblicitari sui cigli interni delle fosse e dei canali adiacenti alle strade.
8. Tutti gli impianti pubblicitari lungo le strade di scorrimento potranno essere progettati, collocati e gestiti direttamente dal Comune di Prato e saranno strettamente legati alla sicurezza, alla manutenzione ed al decoro di tali sedi stradali.
9. Sono aree di addensamento pubblicitario quelle destinate ad ospitare impianti sportivi, compresi quelli di proprietà comunale, le aree di parcheggio ad uso pubblico, e le aree pertinenziali di medie e grandi strutture commerciali di vendita come definite dalla vigente regolamentazione comunale.
10. Nelle aree di addensamento pubblicitario sono ammessi tutti gli impianti previsti dal Piano nella zona di riferimento.
11. Per ottenere l'autorizzazione all'installazione di impianti pubblicitari su strutture provvisorie di recinzione di cantiere, il soggetto titolare della recinzione di cantiere o colui che ne ha acquisito la disponibilità, unitamente all'istanza dovrà presentare il progetto di recinzione e di collocazione dei diversi interventi pubblicitari, autocertificando il rispetto delle disposizioni previste nel modulo di richiesta comprensiva di perizia sottoscritta dal coordinatore della sicurezza di cantiere e dal responsabile della sicurezza di cantiere che attestano le modalità costruttive della recinzione.
12. Qualora la recinzione di cantiere debba essere nel tempo spostata o modificata per effetto del procedere dei lavori, l'autocertificazione dovrà essere rinnovata in base ai nuovi dati, ma non darà luogo a nuove autorizzazioni, salvo non vadano ad interessare nuove vie e/o piazze.

Articolo 9: Segnali turistici e di territorio.

1. I segnali turistici e di territorio, così come individuati all'art. 134 del Regolamento di attuazione ed esecuzione del Codice della Strada, si determinano per le seguenti caratteristiche:

a. Impianti di 1° Livello.

Sono gli impianti, di proprietà pubblica, sui quali sono installati segnali direzionali generici, senza riferimenti a soggetti determinati, che si riferiscono a localizzazioni turistiche, industriali, artigianali, commerciali, alberghiere, territoriali e di pubblico interesse.

b. Impianti di 2° Livello.

Sono gli impianti, di proprietà sia pubblica che privata, determinati nella struttura da apposito disciplinare, sui quali sono installati:

- segnali direzionali generici, senza riferimenti a soggetti determinati, che si riferiscono a localizzazioni turistiche, industriali, artigianali, commerciali, alberghiere, territoriali e di pubblico interesse;
- segnali direzionali che si riferiscono a localizzazioni industriali, artigianali, commerciali e alberghiere con riferimento, corredato da logo istituzionale disciplinato dalle figure comprese fra la n. II.100 e la n. II. 231 del Regolamento di attuazione ed esecuzione del Codice della Strada a soggetti determinati; la cromatura dei segnali di cui alla presente lettera è rappresentata negli esempi di cui alla figura II.297 e alla figura II.301 dello stesso Regolamento.

c. Impianti di 3° Livello.

Sono gli impianti di proprietà privata sui quali è consentita l'installazione di segnali direzionali contenenti riferimenti a soggetti determinati; la cromatura dei segnali di cui al presente livello è rappresentata negli esempi di cui alla figura II.297 e alla figura II.301 del Regolamento di attuazione ed esecuzione del Codice della Strada.

2. La collocazione degli impianti di cui al precedente comma 1 è disciplinata nell'allegato 1 parte integrante del presente Piano.

3. Le modalità per l'installazione degli impianti di cui al precedente comma 1 sono definite nell'allegato 2 parte integrante del presente Piano.
4. I segnali esposti sugli impianti di 1° livello saranno collocati esclusivamente dal Comune.
5. L'adeguamento e la ricollocazione degli impianti di segnaletica direzionale regolarmente autorizzati e correttamente collocati a norma del Codice della strada avverrà entro il 31/12/2011. Gli altri impianti dovranno essere rimossi immediatamente o saranno rimossi dal Comune con spese a carico degli installatori.

Articolo 10: Striscioni locandine e standardi.

1. L'esposizione di striscioni, locandine sia prive di rigidità che rigide e standardi è ammessa in conformità di quanto previsto dal comma 10 dell'art. 51 del Regolamento di applicazione del Codice della Strada.
2. Relativamente alle iniziative commerciali l'esposizione degli impianti di cui al presente articolo non può essere comunque autorizzata per un periodo superiore a 30 giorni.
3. Il contenuto del messaggio pubblicitario relativo ad eventi culturali, ricreativi, sportivi, di mostre e spettacoli deve essere strettamente riferito alla manifestazione e può essere accompagnato dalle sole indicazioni relative a marchio, enti, associazioni, ditte o sponsor in generale.
4. Gli striscioni taglia strada sono ammessi nella Zona Centro Storico solo in localizzazioni previste da apposito piano e non possono essere collocati nella Zona 6.
5. Per ogni campagna pubblicitaria è ammessa l'esposizione di numero massimo 8 striscioni.
6. Gli standardi possono essere collocati esclusivamente sui pali della pubblica illuminazione indicati dal Comune e previa autorizzazione del soggetto incaricato della gestione dei pali stessi.
7. La collocazione dovrà essere effettuata esclusivamente a mezzo di cestello o scala omologata e nel rispetto della sicurezza stradale e degli operatori addetti. I sostegni dovranno avere ancoraggi in gomma e non potranno essere mantenuti in caso di rimozione dello standardo.
8. Gli standardi non potranno essere collocati nella Zona Centro Storico e nella Zona 6 di cui all'allegato 1 del Piano, parte integrante del presente atto, relativamente alla 2° Tangenziale - Viale dell'Unione Europea.
9. Le locandine rigide possono essere collocate esclusivamente in posizioni indicate in appositi circuiti previsti dal Piano.
10. Per ogni campagna pubblicitaria è ammessa l'esposizione di n. 30 locandine rigide.

Articolo 11: Ricollocamento a seguito di emersione.

In applicazione del Piano di emersione dell'abusivismo pubblicitario, approvato con Delibera del Consiglio Comunale di Prato N. 88 del 14.10.2010, il soggetto gestore della pubblicità procede all'eventuale ricollocamento degli impianti pubblicitari che sono stati oggetto di emersione in base alle norme contenute nell'Allegato 3 del Piano, parte integrante del presente atto. I costi da attribuire agli installatori per gli impianti pubblicitari rimossi dal comune a vario titolo sono individuati dalla D.G.C. n. 32 del 9/2/2010.

Articolo 12: Norme finali e transitorie.

La definizione del nuovo Piano, mediante analisi georeferenziata degli impianti e del territorio, avverrà progressivamente per fasi durante il biennio 2011-2012.

Al termine di ogni fase di localizzazione, la zona interessata sarà soggetta alla nuova disciplina prevista dal presente Piano.

Fino a completa e puntuale ridefinizione, ogni area resta soggetta, esclusivamente ai fini della localizzazione georeferenziata e della quantità e qualità degli impianti ammessi, a quanto previsto dal vigente Piano degli Impianti approvato con D.C.C. n. 93 del 03/05/1999.

Articolo 13: Abrogazioni.

Si intendono abrogate tutte le disposizioni regolamentari in contrasto con il presente atto.

Sono abrogati specificatamente i seguenti atti:

- Regolamento per la disciplina degli impianti pubblicitari di natura temporanea o permanente e per la pubblica affissione con esclusione delle localizzazioni territoriali, adeguatamente cartografate, relative al posizionamento di cartelli e standardi sui pali della pubblica illuminazione che manterranno la loro validità nei modi e termini previsti al precedente art. 12.

(Approvato con D.C.C. del 03/05/1999 n. 93 – integrato con D.C.C. del 03/04/2008 n. 60 – Modificato con D.C.C. del 14/10/2010 n. 88).

Elenco Allegati:

- Allegato 1: Zonizzazione del Comune di Prato per attività di pubblicità.
- Allegato 2: Caratteristiche tecniche degli impianti.
- Allegato 3: Norme per il ricollocamento in base al “Piano di emersione volontaria dell’abusivismo pubblicitario”.
- Allegato 4: Cartografie.