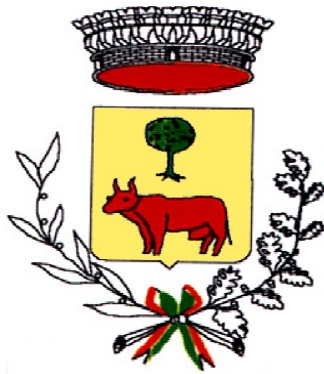


**COMUNE DI MURAVERA**  
*(Provincia di CAGLIARI)*



**PIANO GENERALE DEGLI IMPIANTI DI  
AFFISSIONE E ALTRI MEZZI DI  
PUBBLICITA'**

## INDICE

<b>PARTE I</b>	<b>DISPOSIZIONI GENERALI</b>	
<b>Titolo I</b>	<b>Generalità</b>	
<i>Art. 1</i>	<i>Contenuti e finalità</i>	<i>Pag. 3</i>
<i>Art. 2</i>	<i>Zonizzazione</i>	<i>Pag. 3</i>
<b>PARTE II</b>	<b>PUBBLICHE AFFISSIONI</b>	
<b>Titolo II</b>	<b>Impianti di Affissione</b>	
<i>Art. 3</i>	<i>Definizione e quantificazione degli Impianti di Pubbliche Affissioni</i>	<i>Pag. 4</i>
<i>Art. 4</i>	<i>Definizione e quantificazione degli impianti privati per affissione diretta</i>	<i>Pag. 4</i>
<i>Art. 5</i>	<i>Sostituzione degli impianti esistenti</i>	<i>Pag. 5</i>
<i>Art. 6</i>	<i>Tipologie di impianti per le affissioni: caratteristiche e materiali</i>	<i>Pag. 6</i>
<i>Art. 7</i>	<i>Criteri di individuazione degli spazi e collocazione</i>	<i>Pag. 7</i>
<i>Art. 8</i>	<i>Suddivisione tra affissioni commerciali e sociali</i>	<i>Pag. 8</i>
<b>PARTE III</b>	<b>PUBBLICITA' ESTERNA</b>	
<b>Titolo III</b>	<b>Definizioni e tipologie pubblicitarie</b>	
<i>Art. 9</i>	<i>Tipologie pubblicitarie</i>	<i>Pag. 9</i>
<i>Art. 10</i>	<i>Mezzi pubblicitari</i>	<i>Pag. 9</i>
<i>Art. 11</i>	<i>Cartelli pubblicitari</i>	<i>Pag. 10</i>
<i>Art. 12</i>	<i>Insegne d'esercizio e Insegne pubblicitarie</i>	<i>Pag. 10</i>
<i>Art. 13</i>	<i>Altri mezzi pubblicitari</i>	<i>Pag. 11</i>
<i>Art. 14</i>	<i>Preinsegna</i>	<i>Pag. 11</i>
<i>Art. 15</i>	<i>Striscioni, locandina e stendardo</i>	<i>Pag. 11</i>
<i>Art. 16</i>	<i>Segno orizzontale reclamistico</i>	<i>Pag. 11</i>
<i>Art. 17</i>	<i>Impianti pubblicitari di servizio</i>	<i>Pag. 12</i>
<i>Art. 18</i>	<i>Soggetti a cui è consentito l'uso di impianti pubblicitari di servizio</i>	<i>Pag. 12</i>
<b>Titolo IV</b>	<b>Regole per l'installazione</b>	
<i>Art. 19</i>	<i>Criteri generali</i>	<i>Pag. 13</i>
<i>Art. 20</i>	<i>Tipologie di cartelli pubblicitari: caratteristiche e materiali</i>	<i>Pag. 13</i>
<i>Art. 21</i>	<i>Modalità di installazione</i>	<i>Pag. 14</i>
<i>Art. 22</i>	<i>Distanze</i>	<i>Pag. 15</i>
<b>PARTE IV</b>	<b>DISPOSIZIONI FINALI</b>	
<i>Art. 23</i>	<i>Norme di attuazione</i>	<i>Pag. 16</i>
	<i>Stradario Ubicazione Impianti Pubblicitari</i>	<i>Pag. 17</i>
	<i>Stradario Ubicazione Impianti di Affissione</i>	<i>Pag. 18</i>
<i>Allegato A</i>	<i>Planimetria Impianti Pubblicitari e Pubbliche Affissioni – (Centro Urbano)</i>	
<i>Allegato B</i>	<i>Planimetria Impianti Pubblicitari e Pubbliche Affissioni – (Località Costa Rei)</i>	



# **PARTE I**

## **DISPOSIZIONI GENERALI**

### **TITOLO I**

#### **Generalità**

##### **Art. 1**

##### **Contenuti e finalità**

1. Il Piano Generale degli Impianti di Affissione e degli altri mezzi di Pubblicità disciplina la quantità, la tipologia e la distribuzione sul territorio comunale dei mezzi pubblicitari in relazione alle esigenze di carattere sociale ed economico, della concentrazione demografica, della tutela ambientale e paesaggistica, di equilibrio della localizzazione degli impianti e del rispetto delle norme di sicurezza della circolazione stradale, oltre al rispetto delle previsioni e prescrizioni urbanistiche.
2. La finalità del Piano è quella di procedere al riordino degli impianti sopra elencati e di disciplinare i criteri e le modalità per l'installazione di nuovi impianti pubblicitari, al fine di contemperare la domanda del mercato con le esigenze di salvaguardia del decoro e della qualità estetica e funzionale dell'ambiente urbano.
3. Il Piano è completato dalle norme che ne programmano l'attuazione nel tempo, dispongono l'adeguamento degli impianti esistenti e disciplinano termini e modalità per la rimozione degli impianti in contrasto con lo stesso e le disposizioni di legge e regolamentari vigenti in materia.

##### **Art. 2**

##### **Zonizzazione**

1. Al fine di disciplinare la distribuzione dei mezzi pubblicitari, il territorio comunale si considera suddiviso nelle seguenti zone:
  - a) Centro Storico, corrispondente alla zona territoriale omogenea "A" del PRG vigente;
  - b) Centri Abitati (escluso il Centro Storico), delimitati con apposita deliberazione comunale ai sensi dell'art. 4 del Codice della Strada;
  - c) Aree esterne al territorio urbanizzabile, comprendenti tutte le zone agricole e le zone territoriali extraurbane del Piano Regolatore Generale;
  - d) Aree turistiche, corrispondenti alla zona territoriale omogenea "F" del PRG vigente.



## PARTE II PUBBLICHE AFFISSIONI

### TITOLO II Impianti di Affissione

#### Art. 3

##### **Definizione e quantificazione degli Impianti di Pubbliche Affissioni**

1. Per Impianti di Pubbliche Affissioni si intendono tutti gli impianti di proprietà del Comune o collocati esclusivamente su aree pubbliche o immobili privati sui quali il Comune esercita il diritto di affissione.
2. Lo stato di fatto degli impianti di affissione è il seguente: superficie di affissione pubblica (istituzionale, sociale e commerciale) circa mq 42.
3. Gli impianti di pubbliche affissioni attualmente installati dovranno essere sostituiti con gli impianti di nuova progettazione previsti dal Piano stesso. La superficie complessiva indicata può essere incrementata in misura adeguata a soddisfare la richiesta di affissione degli utenti, e comunque fino a mq 200, al fine di consentire il posizionamento di impianti in zone sprovviste, o di nuova edificazione, o dove maggiore è la domanda di affissione.
4. L'amministrazione si riserva di modificare i limiti di superficie sopra indicati per adeguarli ad eventuali nuove necessità.
5. La superficie complessiva degli impianti pubblici è destinata, così come stabilito dall'art. 11 comma 1 del Regolamento Comunale dell'Imposta sulla Pubblicità e Diritto di Affissione, per una parte pari al 30% a comunicazioni di natura istituzionale, sociale o comunque prive di rilevanza economica e per la restante quota pari al 70% ad affissioni di natura commerciale.

#### Art. 4

##### **Definizione e quantificazione degli impianti privati per affissione diretta**

1. Per affissioni dirette si intendono le affissioni di manifesti e simili effettuate per conto altrui direttamente da soggetti privati, diversi dai



Comuni e dai suoi concessionari, su apposite strutture adibite all'esposizione di tali mezzi.

2. La superficie degli impianti da destinare ad affissioni dirette è computata nel limite quantitativo complessivo di cui al precedente art. 3 ed è stabilita nella percentuale del 50% delle affissioni di natura commerciale.
3. Per le affissioni dirette devono essere realizzati impianti uguali ai modelli adottati per le affissioni pubbliche.
4. L'assegnazione ai privati degli spazi per affissione diretta su area pubblica deve avvenire secondo le norme vigenti.
5. Possono essere autorizzati impianti di tipo "Bacheca con tabella pubblicitaria 70x100" e impianti tipo "m 3x2 classico" di proprietà privata, da collocarsi esclusivamente su spazi privati.
6. L'Amministrazione si riserva di modificare i limiti quantitativi di superficie sopra indicati una volta completato il processo di qualificazione dell'affissione pubblica e ridefinito le superfici degli impianti pubblici.

## **Art. 5**

### **Sostituzione degli impianti esistenti**

1. Gli impianti di affissione attualmente installati dovranno essere sostituiti con gli impianti di nuova tipologia previsti dal presente Piano, tenendo conto dei seguenti criteri:
  - a) rispetto dei vincoli posti a tutela dei beni culturali di cui alla legislazione vigente, e conseguente rimozione degli impianti posti in deroga ai vincoli, salvo parere favorevole della Soprintendenza sulla compatibilità della collocazione e della tipologia dell'impianto con l'aspetto, il decoro e il pubblico godimento degli edifici o dei luoghi soggetti a tutela;
  - b) redistribuzione degli spazi di affissione pubblica in base ai nuovi assetti urbani e della viabilità, nonché dell'ubicazione delle attività commerciali e relativi accessi;
  - c) adeguamento ai criteri di collocazione ed alle nuove tipologie di impianti (indicati in seguito), in relazione alla effettiva e specifica possibilità di fruizione dei messaggi.
2. La sostituzione degli impianti pubblici dovrà avvenire gradualmente, per stralci funzionali (vie o zone della città), compatibilmente con le risorse



finanziarie disponibili, sulla base dei criteri definiti dal presente Piano, dall'art. 7 , nel rispetto del Codice della Strada e relativo Regolamento attuativo.

3. Nelle strade e aree interessate da lavori pubblici gli impianti di affissione che possano interferire con le opere da eseguire devono essere rimossi per il periodo strettamente necessario all'intervento e ricollocati non appena possibile, indipendentemente dalla complessiva chiusura del cantiere.

## **Art. 6**

### **Tipologie di impianti per le affissioni: caratteristiche e materiali**

1. E' ammessa unicamente l'installazione di impianti per le affissioni delle seguenti tipologie:
  - a) cilindro (per formati 70x100 e 100x140);
  - b) cm 70x100 a parete;
  - c) cm 70x100 totem;
  - d) cm 100x140 a parete;
  - e) cm 100x140 bifacciale;
  - f) cm 100x140 a totem;
  - g) cm 140x200 a parete;
  - h) cm 140x200 standardo monofacciale e bifacciale;
  - i) cm 200x140 a parete;
  - j) cm 200x140 standardo monofacciale o bifacciale;
  - k) cm 600x300 monofacciale e bifacciale (poster);
  - l) cm 300x200 a parete;
  - m) cm 300x200 bifacciale.

Gli impianti previsti sono di nuova progettazione ed andranno gradualmente a sostituire quelli esistenti.

2. Gli impianti dovranno risultare uguali ai modelli adottati dal presente Piano e descritti dagli elaborati grafici allegati.
3. Ad esclusione del tipo cilindro, tutti gli altri impianti sono realizzati con struttura di sostegno in profilati metallici protetti dalla corrosione e verniciati, con procedimenti che assicurino assenza di manutenzione, nel colore nero. I pannelli di supporto per i manifesti saranno realizzati con materiali protetti dalla corrosione o inossidabili (metallo zincato) e saranno fissati alla struttura con sistemi che ne rendano agevole la rimozione per esigenze di manutenzione o sostituzione. Gli impianti del tipo cilindro potranno essere realizzati con elementi in calcestruzzo o in altri materiali.



4. Il fissaggio a terra o a parete degli impianti dovrà comunque essere verificato dal costruttore e dall'installatore e calcolato in relazione alle caratteristiche dei supporti in modo da garantire il rispetto delle norme di sicurezza e incolumità di persone e cose.
5. Ogni impianto sarà dotato di sistema di identificazione e differenziazione.

#### **Art. 7**

#### **Criteri di individuazione degli spazi e collocazione**

1. Per ogni tipologia di impianto sono previsti criteri di collocazione specifici che dovranno essere rispettati per garantire una corretta ed efficace fruizione dei messaggi. Gli elaborati grafici relativi a tali criteri sono stabiliti dall'art. 18 del Regolamento Imposta sulla Pubblicità e Diritto sulle Pubbliche Affissioni.
2. Le caratteristiche e le dimensioni dei manifesti determinano i criteri di massima da seguire per la collocazione degli stessi:
  - a) **Manifesti cm 70x100**  
Sono realizzati in questo formato la maggior parte dei manifesti culturali, istituzionali e commerciali ma di ambito locale. Il formato e il contenuto determinano una fruizione ravvicinata e lenta. La loro affissione dovrà avvenire preferibilmente in serie da nr 01 a nr 08 elementi su supporti a parete mono o bifacciale.
  - b) **Manifesti cm 100x140**  
Sono in questo formato manifesti culturali di interesse regionale, manifesti cinematografici e commerciali. L'affissione è preferibile in serie da 01 a 04 elementi, su supporti a parete mono o bifacciale.
  - c) **Manifesti cm 140x200 o 200x140**  
Formato quasi esclusivamente commerciale; anche quando riferibile ad attività culturale si tratta in genere di avvenimento di tale rilevanza da assumere comunque un preminente aspetto economico e quindi non assimilabile a comunicazione di pubblica utilità.
  - d) **Poster cm 600x300**  
Formato prevalentemente per messaggi commerciali da affiggere raramente a parete, generalmente su impianti con pali monofacciali o bifacciale. In considerazione dell'ingombro e del forte impatto visivo gli impianti devono essere dislocati preferibilmente soltanto negli spazi ammessi dalle regole del Codice della Strada Vigente.



**Art. 8**  
**Suddivisione tra affissioni commerciali e sociali**

1. Il Regolamento per l'applicazione dell'Imposta di Pubblicità e Diritti sulle Pubbliche Affissioni prevede all'art. 11 che la superficie complessiva degli impianti pubblici è destinata per una parte pari al 30% a comunicazioni di natura istituzionale, sociale o comunque priva di rilevanza economica e per la restante quota pari al 70% ad affissioni di natura commerciale.
  
2. L'Amministrazione si riserva di utilizzare grandi impianti o standardi per l'affissione di manifesti a più fogli, per la diffusione di particolari iniziative la cui importanza rende indispensabile una forte diffusione degli stessi sul territorio.



## **PARTE III PUBBLICITA' ESTERNA**

### **TITOLO III DEFINIZIONI E TIPOLOGIE PUBBLICITARIE**

#### **Art. 9 Tipologie pubblicitarie**

1. Ai soli fini del calcolo dell'imposta sulla pubblicità, le tipologie pubblicitarie, in riferimento al D.Lgs 507/93 e successive modifiche ed integrazioni sono così classificate:
  - a) pubblicità ordinaria: effettuata mediante insegne, cartelli, locandine, targhe, stendardi o qualsiasi altro mezzo non previsto dai successivi punti;
  - b) pubblicità effettuata con veicoli;
  - c) 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;
  - d) pubblicità varia, effettuata:
    - con striscioni o altri mezzi simili che attraversano strade o piazze;
    - da aeromobili mediante scritte, striscioni, disegni fumogeni, lancio di oggetti o manifestini, ivi compresa quella effettuata su specchi d'acqua;
    - con palloni frenati e simili;
    - mediante distribuzione, anche con veicoli, di manifestini o di altro materiale pubblicitario, oppure mediante persone circolanti con cartelli od altri mezzi pubblicitari;
    - a mezzo apparecchi amplificatori e simili.

#### **Art. 10 Mezzi pubblicitari**

1. Si definisce mezzo pubblicitario qualunque manufatto finalizzato alla pubblicità o alla propaganda, sia di prodotti che di attività.



2. Nel presente Piano i mezzi pubblicitari sono classificati in:
  - a) cartelli pubblicitari
  - b) insegne d'esercizio e pubblicitarie
  - c) altri mezzi pubblicitari.

### **Art. 11** **Cartelli pubblicitari**

1. Si definisce “cartello pubblicitario” ogni manufatto mono o bifacciale, supportato da idonea struttura di sostegno o di collocazione su prospetti di edifici, recinzioni e simili, finalizzato alla diffusione di messaggi pubblicitari o propagandistici sia direttamente, sia tramite sovrapposizione di altri elementi, quali manifesti, adesivi, etc. I cartelli bifacciali sono utilizzabili nelle due facciate con immagini diverse. Possono essere luminosi sia per luce propria che per luce indiretta.
2. Ai fini dell'Imposta comunale sulla Pubblicità, i “cartelli pubblicitari” rientrano nella categoria della pubblicità ordinaria di cui al precedente art. 11.

### **Art. 12** **Insegne d'esercizio e Insegne pubblicitarie**

1. Si definisce “insegna d'esercizio” la scritta in caratteri alfanumerici, completata da simboli o marchi, installata nella sede dell'attività a cui si riferisce o nelle pertinenze accessorie alla stessa. Può essere realizzata in materiale di qualsiasi natura, purché essa sia in armonia con le caratteristiche dell'edificio sul quale viene installata e compatibile con l'ambiente del quale l'edificio stesso fa parte. Può essere luminosa sia per luce propria che per luce diretta.
2. Per “insegne pubblicitarie” si intendono le scritte, i simboli e similari, con le caratteristiche di cui al precedente comma, esposti in luogo diverso da quello ove ha sede l'esercizio.

### **Art. 13** **Altri mezzi pubblicitari**

1. Si definisce con il termine “altri mezzi pubblicitari” qualunque manufatto finalizzato alla pubblicità o alla propaganda, sia di prodotti che di attività, non individuabile secondo le definizioni precedenti ed in particolare riferito ai seguenti manufatti:



- a) preinsegna
- b) striscioni, locandina e stendardo
- c) segno orizzontale reclamistico
- d) impianti pubblicitari di servizio

#### **Art. 14** **Preinsegna**

1. Si definisce “preinsegna” la scritta in caratteri alfanumerici, completata da freccia di orientamento ed eventualmente da simboli e da marchi, realizzata su manufatto bifacciale e bidimensionale, utilizzabile su una sola o su entrambe le facce, supportato da una idonea struttura di sostegno, finalizzata alla pubblicizzazione direzionale della sede dove si esercita una determinata attività ed installata in modo da facilitare il reperimento della sede stessa.
2. Ai fini dell’Imposta Comunale sulla Pubblicità, le “preinsegne” rientrano nella categoria ‘pubblicità ordinaria’ di cui al precedente art. 11.

#### **Art. 15** **Striscioni, locandina e stendardo**

1. Si definiscono “striscioni, locandina e stendardo” gli elementi bidimensionali realizzati in materiale di qualsiasi natura, privo di rigidità, mancante di una superficie di appoggio o comunque non aderente alla stessa.
2. Ai fini dell’Imposta Comunale sulla Pubblicità, gli “striscioni” rientrano nella categoria pubblicità varia, le “locandine e gli stendardi” nella categoria pubblicità ordinaria di cui al precedente art. 11.

#### **Art. 16** **Segno orizzontale reclamistico**

1. È considerata tale la riproduzione sulla superficie stradale con pellicole adesive, in scritte alfanumeriche, di simboli e di marchi finalizzati alla diffusione di messaggi pubblicitari o propagandistici.
2. Ai fini dell’Imposta Comunale sulla Pubblicità, il “segno orizzontale reclamistico” rientra nella categoria pubblicità varia, le “locandine e gli stendardi” nella categoria pubblicità ordinaria di cui al precedente art. 11.



3. Non è consentita l'effettuazione della segnaletica orizzontale reclamistica mediante l'uso di vernici o di altri materiali diversi da quelli di cui al comma 1, che non consentono l'immediata rimozione al termine concesso con l'autorizzazione.
4. Nell'apposizione delle pellicole di cui al comma 1 deve essere evitato qualsiasi danno a pavimentazioni in materiali di particolare pregio e che per le loro caratteristiche possono essere deturpate dal loro collocamento.

#### **Art. 17**

#### **Impianti pubblicitari di servizio**

1. Si definisce “impianto pubblicitario di servizio” qualunque manufatto avente quale scopo primario un servizio di pubblica utilità nell'ambito dell'arredo urbano e stradale (pensiline, transenne parapetonali, gettacarta, panchine, orologi, paline segnaletiche per preinsegne monopalo o bipalo o simili) recante uno spazio pubblicitario che può anche essere luminoso sia per luce diretta che per luce indiretta.

#### **Art. 18**

#### **Installazione degli impianti**

1. Gli impianti, di proprietà comunale, vengono concessi in uso ai soggetti indicati nel presente articolo previa concessione ottenuta dagli Uffici competenti a conclusione del procedimento che si avvia con la richiesta da parte dell'interessato su appositi modelli messi a disposizione dall'Ufficio.
2. L'uso dell'impiantistica pubblicitaria di servizio potrà essere concesso ad ogni operatore economico che ne faccia richiesta.
3. In caso di indisponibilità temporanea di impianti in relazione alle richieste pervenute, si procederà a soddisfare quelle acquisite cronologicamente prima delle altre agli atti dell'Ufficio incaricato dell'istruttoria, come documentato dal numero di Protocollo Generale.



# **TITOLO IV**

## **REGOLE PER L'INSTALLAZIONE**

### **Art. 19**

#### **Criteria generali**

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 DPR 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;
  - 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;
  - è vietata l'apposizione di messaggi pubblicitari sui bordi dei marciapiedi e dei cigli stradali;nella disposizione delle insegne di esercizio sugli edifici esistenti, dovranno essere rispettate le norme previste dal Regolamento Edilizio Comunale.

### **Art. 20**

#### **Tipologie di cartelli pubblicitari: caratteristiche e materiali**

1. I cartelli pubblicitari devono avere le seguenti caratteristiche: le strutture di sostegno devono essere realizzate in profilati metallici adeguatamente protetti dalla corrosione e verniciati del colore nero, la sagoma deve risultare essenziale.



2. In aree omogenee destinate ad insediamenti commerciali, direzionali, artigianali, industriali e simili, potrà essere autorizzata l'installazione di impianti di diversa tipologia e dimensioni sulla base di specifici progetti particolareggiati approvati dalla Giunta Comunale.
3. Le preinsegne potranno essere realizzate esclusivamente in base alle caratteristiche e dimensioni previste dall'Art. 134 del Regolamento di esecuzione e di attuazione del Nuovo Codice Della Strada (DPR n° 495 del 16/12/1992).
4. L'adeguamento alle caratteristiche e tipologie di cui al comma 1 dovrà essere realizzato all'atto della sostituzione degli impianti esistenti, e comunque alla scadenza dell'autorizzazione.

### **Art. 21** **Modalità di installazione**

1. Salvo casi particolari da valutare in relazione alle specifiche circostanze, i supporti verticali delle strutture di sostegno dei mezzi pubblicitari devono essere collocati in fregio ai muri dei fabbricati ovvero sul bordo esterno dei marciapiedi, garantendo comunque uno spazio adeguato per il transito pedonale e una larghezza minima di metri 1,50 o pari alla larghezza del marciapiede qualora inferiore a tale misura. In ogni caso il mezzo pubblicitario deve risultare, in ogni suo punto, ad una distanza dal limite della carreggiata non inferiore a metri 0,30.
2. L'installazione dei mezzi pubblicitari deve essere compiuta in osservanza dei profili architettonici come determinati dalla presenza di elementi quali ringhiere, muretti parapetto, e simili, e comunque in modo da non occultare o alterare le linee architettoniche degli edifici e le visuali del paesaggio.
3. La sistemazione degli impianti a muro deve essere eseguita nel rispetto degli allineamenti orizzontali e verticali, con perpendicolarità fra i medesimi. In presenza di elementi architettonici o decorativi gli impianti devono essere installati a una distanza minima di metri 0,30 dagli stessi.
4. La pubblicità sui ponteggi edilizi e sulle recinzioni dei grandi cantieri può essere realizzata, per la durata dei relativi lavori, esclusivamente utilizzando teli estesi a tutta la superficie di una facciata o supporti collocati lungo tutta una recinzione.
5. Gli striscioni e i festoni di bandierine possono essere installati esclusivamente utilizzando gli appositi supporti già posizionati lungo le strade dell'Amministrazione Comunale.



## **Art. 22**

### **Distanze**

1. Nell'ambito delle strade urbane di quartiere e delle strade locali, come definite dall'art. 2, comma 3, lettere E) e F), del vigente Codice della Strada, si devono rispettare le seguenti prescrizioni:
  - a) i mezzi pubblicitari non possono essere collocati nell'area delle intersezioni stradali e devono osservare la distanza minima da queste di metri 20, calcolando la distanza intercorrente tra il punto di installazione del supporto verticale più vicino all'intersezione ed il vertice tra il proseguimento ideale delle linee di cordolo dei marciapiedi o, in mancanza di questi, della base dei fabbricati o di contorno dei terreni laterali o delle banchine;
  - b) tra i diversi mezzi pubblicitari deve essere osservata una distanza minima di metri 15. la medesima distanza minima deve essere osservata dai segnali stradali eventualmente installati in corrispondenza o in prossimità di intersezioni, fermo restando il limite minimo di metri 20 di cui alla lettera a);
  - c) per i mezzi pubblicitari collocati in posizione parallela al senso di marcia dei veicoli e posti in aderenza dei fabbricati o comunque ad una distanza non inferiore a metri 2 dal limite della carreggiata, la distanza minima di cui alla lettera a) è ridotta a metri 3. per i medesimi mezzi pubblicitari la distanza minima di cui alla lettera b) deve essere almeno pari alla larghezza massima della cornice degli impianti già in essere e comunque non può essere inferiore a metri 1,00.
  
2. I mezzi pubblicitari non possono essere collocati a una distanza inferiore a metri 1,70 dallo spigolo dei fabbricati.



# **PARTE IV**

## **DISPOSIZIONI FINALI**

### **Art. 23**

#### **Norme di attuazione**

1. Le disposizioni stabilite nel presente Piano si applicano a tutti i mezzi pubblicitari dei quali viene disposta l'installazione dopo la sua entrata in vigore, anche autorizzati anteriormente ad essa.
2. I mezzi pubblicitari installati nelle zone, sugli edifici o loro adiacenze per le quali vigono i divieti e le limitazioni del presente Piano devono essere adeguati o, se non compatibili, rimossi entro 4 mesi dall'entrata in vigore del Piano.
3. I mezzi pubblicitari, esistenti nei centri storici (Zona A), la cui installazione è stata a suo tempo autorizzata, qualora risultino in contrasto con le tipologie e caratteristiche stabilite dal Piano devono essere adeguate ad esse o rimosse entro 4 mesi dall'entrata in vigore del Piano.
4. I mezzi pubblicitari di qualsiasi natura installati lungo le strade comunali al di fuori dei centri abitati sono soggetti alla disciplina stabilita dal D. Lgs.285/92, dal D.P.R. 16 dicembre 1992, n. 495 dal Regolamento di esecuzione e attuazione del Nuovo Codice della Strada, dal D. Lgs 507/93 e dal Regolamento Comunale.
5. Il programma di adeguamento delle superfici degli impianti per le pubbliche affissioni viene realizzato entro i termini stabiliti dal Piano , gradualmente, secondo le disponibilità delle risorse. Per gli impianti destinati alle affissioni di natura economica effettuate direttamente dai soggetti privati può essere autorizzata la realizzazione diretta a cura degli interessati, stabilendo l'ubicazione, le dimensioni, le caratteristiche ed i materiali. L'impianto sarà trasferito, dal momento della sua costruzione, in proprietà al Comune, con il diritto da parte dell'interessato di utilizzarlo per il periodo convenuto, corrispondendo l'imposta sulla pubblicità nella misura prevista dalla tariffa comunale.
6. Per l'utilizzazione e la destinazione degli impianti per le pubbliche affissioni si osservano le disposizioni per gli stessi stabilite dal Regolamento Comunale.



## STRADARIO – UBICAZIONE IMPIANTI PUBBLICITARI

NUMERO IMPIANTO	UBICAZIONE	TIPOLOGIA
1	Muravera – Via Roma (ang. Viale Rinascita)	BACHECA PUBBLICITARIA
2	Muravera – Piazza Europa	BACHECA PUBBLICITARIA
3	Muravera – Via Montessori (ang. Via Roma)	BACHECA PUBBLICITARIA
4	Muravera – Viale dei Platani (ang. Via Roma)	BACHECA PUBBLICITARIA
5	Via Roma - (fronte Tabacchino Saveriana)	BACHECA PUBBLICITARIA
6	Ex S.S. 125 - (Zona Industriale)	BACHECA PUBBLICITARIA
7	Costa Rei – Via Ichnusa (Bivio Via Ginestre)	BACHECA PUBBLICITARIA
8	Costa Rei – Via Ichnusa ( altezza Piazza Italia)	BACHECA PUBBLICITARIA
8B	Costa Rei – Via Ichnusa (altezza Piazza Italia)	BACHECA PUBBLICITARIA
9	Costa Rei – Via Ichnusa (Fronte Edicola)	BACHECA PUBBLICITARIA
10	Costa Rei – Via Colombo (fronte Market Farci)	BACHECA PUBBLICITARIA
11	Costa Rei – Piazza Colombo	BACHECA PUBBLICITARIA
12	Costa Rei – Via Ichnusa (ingresso Free Beach)	BACHECA PUBBLICITARIA
13	Costa Rei – Via Ichnusa (fronte Lott. Turagri)	BACHECA PUBBLICITARIA
14	Costa Rei – Rei Marina (fronte Edicola Mocco)	BACHECA PUBBLICITARIA
15	Costa Rei – Piazza Mercato	BACHECA PUBBLICITARIA
16	Costa Rei – Loc. Iba sa Cresia	BACHECA PUBBLICITARIA
<b>Totale Impianti</b>		<b>17</b>



## STRADARIO – UBICAZIONE IMPIANTI DI AFFISSIONE

NUMERO IMPIANTO	UBICAZIONE	FINALITA'	TIPOLOGIA	SUPERFICIE	FOGLI *
1	Muravera – Via Roma (Polizia Stradale)	Istituzionale	m3x2	Mq 6	8
2	Muravera – Via Roma (fianco Sa Forredda)	Istituzionale	m3x2	Mq 6	8
3	Muravera – Via Roma (Curvone lato Todde)	Commerciale	m3x2 bifacciale	Mq 12	16
4	Muravera – Via Roma (fianco Autolavaggio)	Commerciale	m3x2	Mq 6	8
5	Muravera - Via Roma (Recinzione Ospedale)	Commerciale	m3x2	Mq 6	8
6	Muravera – Via Sarrabus (Uff. Collocamento)	Commerciale	m3x2	Mq 6	8
7	Muravera – Via Roma (angolo Via Quattroventi)	Commerciale	m3x2	Mq 6	8
8	Muravera – Via Marconi (Scuola Elem. S. Antonio)	Commerciale	m3x2	Mq 6	8
9	Muravera – Via Roma (Farmacia)	Commerciale	m3x2	Mq 6	8
10	Muravera – Via Sarrabus (scuola materna)	Commerciale	m3x2	Mq 6	8
11	Muravera – Via Montessori (Scuola Materna)	Commerciale	m3x2	Mq 6	8
12	Muravera – Via Roma (Recinzione Campo Sportivo)	Commerciale	m3x2	Mq 6	8
13	Muravera - Via Roma (Ingresso campo sportivo)	Istituzionale	m6x3	Mq 18	24
14	Costa Rei – Via Ginestre	Istituzionale	m3x2	Mq 6	8
15	Costa Rei – Piazza Colombo	Commerciale	m3x2	Mq 6	8
16	Costa Rei – Rei Marina (Fronte Edicola Mocco)	Commerciale	Bacheca	Mq 1,40	2
17	Costa Rei – Piscina Rei (Fronte Il Vascello)	Istituzionale	m3x2	Mq 6	8
18	Costa Rei – Piazza Mercato	Commerciale	Bacheca	Mq 1,40	2
<b>Totale Impianti</b>				<b>Tot. 118,20</b>	<b>Tot. 158</b>



