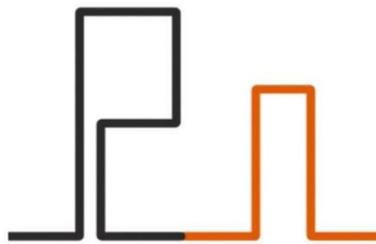




COMUNE DI ORISTANO
COMUNI DE ARISTANIS



PIANO DEGLI IMPIANTI
PUBBLICITARI

Tav.10 - Regolamento per l'installazione degli Impianti pubblicitari
e di Pubbliche affissioni

CAPO I - DISPOSIZIONI GENERALI

Art. 1 - Elaborati costitutivi del Piano Generale degli impianti pubblicitari

Il Piano generale degli impianti pubblicitari del Comune di Oristano è redatto secondo i criteri dettati dal Regolamento Comunale per l'applicazione del canone comunale sulla pubblicità e diritti sulle pubbliche affissioni, dalle disposizioni contenute nel D.Lgs n. 285/92 e s.m.i., nel D.P.R. n. 495/92, e s.m.i. e dalle norme in materia urbanistica e paesaggistica. Esso si articola nei seguenti allegati:

- 1 – Relazione illustrativa;
- 2 – Tavola planimetrica contenente la zonizzazione divisa in ambiti del Comune di Oristano;
- 3 – Planimetrie con il posizionamento degli impianti per le pubbliche affissioni esistenti;
- 4 – Abaco comprendente le tipologie di impianti esistenti;
- 5 – Tabella contenente il censimento degli impianti presenti divisi per categoria;
- 6 – Planimetrie con il posizionamento degli impianti per le pubbliche affissioni di futura installazione;
- 7 – Schede tipologico-descrittive impianti di nuova progettazione;
- 8 – Abaco comprendente le nuove tipologie di pregio;
- 9 – Tabella contenente il censimento degli impianti previsti di nuova installazione;
- 10 – Regolamento
- 11 – Schede tecniche di attuazione.

Art. 2 - Obiettivi del Piano

1. Il Piano generale degli impianti pubblicitari disciplina la quantità, la distribuzione sul territorio e la tipologia dei mezzi pubblicitari, in relazione alla esigenze di tutela ambientale e paesaggistica, di equilibrio della localizzazione degli impianti e del rispetto delle norme di sicurezza della circolazione stradale, oltre al rispetto delle previsioni e prescrizioni urbanistiche.
2. La finalità del Piano è quella di procedere al riordino degli impianti pubblicitari, così come classificati dall'art. 23 del Decreto legislativo 285/92, dall'art. 47 del D.P.R. 495/92 e dall'art. 37 del D.P.R. 610/96, e di disciplinare i criteri e le modalità per l'installazione di nuovi impianti pubblicitari, al fine di conformare la domanda del mercato con le esigenze di salvaguardia del decoro e della qualità estetica e funzionale dell'ambiente urbano.
3. Obiettivo preminente del Piano risulta pertanto quello di armonizzare l'inserimento dei mezzi pubblicitari nel contesto urbano in modo da favorire e tutelare i valori storico architettonici e quelli paesaggistici presenti nel territorio comunale.

Art. 3 - Ambito di applicazione

1. Il Piano stabilisce le norme, le condizioni e le eventuali deroghe da osservare per il collocamento sia permanente che temporaneo degli impianti pubblicitari, siano essi pubblici o privati, all'interno dei centri abitati delimitati ai sensi dell'art. 4 del D.Lgs. 30.04.1992 n. 285.

2. Fuori dal centro abitato l'installazione di cartelli e di altri mezzi pubblicitari è regolamentata dall'art. 23 D.Lgs. 30 aprile 1992 n. 285, dagli artt. da 47 a 59 del DPR 16 dicembre 1992 n. 495 e loro successive modificazioni ed integrazioni, nonché da altre norme di tipo sovraordinato che stabiliscono modalità, limitazioni e divieti per l'effettuazione, in determinati luoghi e su particolari immobili, di forme di pubblicità.

Art. 4 - Zonizzazione

1. Ai fini della distribuzione delle installazioni pubblicitarie il territorio comunale viene suddiviso in sei differenti ambiti.

Ambito 1: Tessuto storico – zona A (centro storico urbano di Oristano e frazioni). In tale ambito le esigenze di tutela architettonica ed urbanistica impongono la massima cautela negli inserimenti pubblicitari.



Ambito 2: Zona filtro tessuto storico/aree a regime ordinario. Questo Ambito nasce dall'esigenza di creare un passaggio graduale fra la zona storica, maggiormente tutelata, e le aree a carattere ordinario. In tale Ambito permane una media cautela negli inserimenti pubblicitari.



Ambito 3: Parchi, giardini e vie limitrofe; anche in questo Ambito si impongono le esigenze di tutela architettonica ed urbanistica, per cui permangono le ragioni di cautela negli inserimenti pubblicitari.



Ambito 4: Ingressi alla città (ponte del Rimedio fino alla rotonda della lottizzazione Cualbu; via Vandalino Casu fino all'incrocio con Viale Marconi, via Sardegna e via Ricovero; via Cagliari da Santa Giusta fino all'incrocio con via Gennargentu; Fenosu fino al ponte ferroviario; Brabau, viale Repubblica fino all'incrocio con via Libertà).



Ambito 5: Aree artigianali e industriali.



Ambito 6: Borgata e fascia costiera di Torregrande.



Ambito 7: Aree urbane a regime ordinario: rientrano in questo ambito le parti di territorio rimanenti. In tali aree l'esposizione dei mezzi pubblicitari risulta di minore impatto sulla struttura urbana.



2. Qualora un'area del territorio comunale ricada all'interno di più ambiti (ad esempio sia ricompresa nel tessuto storico e sia posizionata lungo la costa) valgono le norme maggiormente restrittive.

CAPO II - PUBBLICITA' ESTERNA

Art. 5 - Definizione e classificazione dei mezzi pubblicitari

1. I mezzi pubblicitari in relazione al periodo di esposizione sono classificati in:
 - a) **Temporanei.** Sono considerati temporanei i mezzi pubblicitari finalizzati all'esposizione di pubblicità relativa ad eventi di durata limitata: manifestazioni, spettacoli, mostre, fiere, vendite, etc., effettuate mediante striscioni, gonfaloni, cartelli, etc. Questi mezzi pubblicitari non potranno in alcun caso avere durata di esposizione superiore a quella strettamente indispensabile alla necessità dell'evento. L'esercizio della pubblicità temporanea viene autorizzato nel rispetto di quanto previsto nel presente piano fatta salva la discrezionalità del comune di valutare il contenuto in merito al rispetto ambientale ed alle caratteristiche degli edifici circostanti.
 - b) **Permanenti.** Sono considerati permanenti i manufatti saldamente ancorati al suolo od altre strutture destinati a costituire un supporto duraturo per l'esposizione di messaggi attraverso cartelli, tabelle murali, pensiline, transenne, orologi, panchine, etc. Per tali impianti all'atto del rilascio della autorizzazione l'ufficio comunale competente stabilisce la durata ammessa per ogni singola installazione.
2. Ai fini del Piano per impianto pubblicitario si intende qualunque manufatto destinato a supportare messaggi pubblicitari o promozionali in genere.
3. La definizione dei mezzi pubblicitari è quella descritta all'art. 47 del DPR n. 495/92 in combinato con quanto disposto dalle prescrizioni dell'articolo 23, comma 9, del Nuovo Codice della Strada, come di seguito elencate, per consentire l'individuazione della tipologia dei mezzi di effettuazione della pubblicità esterna:
 - a) **Insegna di esercizio**

Si definisce «insegna di esercizio» la 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 luminosa sia per luce propria che per luce indiretta.
 - b) **Preinsegne**

Si definisce «preinsegna» la scritta in caratteri alfanumerici, completata da freccia di orientamento, ed eventualmente da simboli e da marchi, 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. (vedi All. A)
 - c) **Cartello**

Si definisce «cartello» un manufatto bidimensionale supportato da una idonea struttura di sostegno, con una sola o entrambe le facce finalizzate alla diffusione di messaggi pubblicitari e

propagandistici sia direttamente, sia tramite sovrapposizione di altri elementi, quali manifesti, adesivi, etc. (vedi All. B)

d) Manifesto

Si definisce «manifesto» l'elemento bidimensionale realizzato in materiale prevalentemente cartaceo, finalizzato alla diffusione di messaggi pubblicitari o propagandistici, posto in opera su supporto esistente.

e) Striscione

Si definisce «striscione» l'elemento bidimensionale realizzato in materiale di qualsiasi natura, privo di rigidità propria, mancante di una superficie di appoggio o comunque non aderente ad essa, realizzato in materiale resistente agli agenti atmosferici opportunamente ancorati saldamente alle strutture appositamente destinate, finalizzato alla promozione pubblicitaria di manifestazioni o spettacoli. (vedi All. C)

f) Locandina

Elemento realizzato in materiale rigido, vincolato temporaneamente al suolo con idonea struttura di sostegno. Finalizzato alla diffusione di messaggi pubblicitari o propagandistici, effettuati direttamente su pannello. Caratterizzato dalla serialità del messaggio promozionale. (vedi All. D)

g) Stendardo

- Elemento bidimensionale, privo di rigidità propria, mancante di una superficie di appoggio e comunque non aderente a essa. Realizzato in materiale resistente agli agenti atmosferici opportunamente ancorato saldamente alle strutture appositamente destinate. (vedi All. E1)
- Stendardo porta manifesti: Elemento monofacciale o bifacciale vincolato al suolo da idonea struttura di sostegno, finalizzato alla diffusione di messaggi pubblicitari, propagandistici o di informazione istituzionale, tramite sovrapposizione di altri elementi quali manifesti. (All. E2)

h) Gigantografia su ponteggi o pareti

Elemento bidimensionale caratterizzato dalla assenza di proprie strutture in elevazione, interamente vincolato a murature/ponteggi in elevazione con idonea struttura di ancoraggio e di supporto. (vedi All. F, G)

i) Tabellone elettronico

Elemento bidimensionale supportato da struttura di sostegno metallica propria, di tipo monofacciale finalizzato alla trasmissione di immagini o filmati video di breve durata a scopo pubblicitario proiettati su schermo luminoso di tipo LCD, plasma, etc. (vedi All. H)

l) Poster

Manufatto mono o bifacciale supportato da una idonea struttura di sostegno e costituito da materiale rigido finalizzato alla diffusione di messaggi pubblicitari; è utilizzabile in entrambe le

facciate anche per immagini diverse. Può essere luminoso, illuminato o privo di luce. Il manufatto bifacciale dovrà essere costituito da un unico manufatto o unico cassonetto, utilizzato su entrambe le facce. (vedi All. I)

m) Tabella a muro

Elemento monofacciale vincolato a parete da idonea struttura di sostegno, finalizzato alla diffusione di messaggi pubblicitari, propagandistici o di informazione istituzionale, sia direttamente sia tramite sovrapposizione di altri elementi quali manifesti o simili. (vedi All. L)

n) Impianto pubblicitario di servizio

Si definisce «impianto pubblicitario di servizio» qualunque manufatto avente quale scopo primario un servizio di pubblica utilità nell'ambito dell'arredo urbano e stradale (fermate autobus, pensiline, transenne parapetonali, cestini, panchine, orologi, totem o simili) recante uno spazio pubblicitario che può anche essere luminoso sia per luce diretta che per luce indiretta. (vedi All. M1, M2, M3, M4, M5, M6)

Art. 6 - Ubicazione degli impianti pubblicitari dentro i centri abitati

1. All'interno dei centri abitati, in conformità a quanto previsto al comma 6 dell'art.23 del D.Lgs.285/92 e successive modificazioni ed integrazioni, ed in deroga a quanto previsto ai commi 4 e 6 dell'art.51 del D.P.R.495/92 e successive modificazioni ed integrazioni, fatto salvo quanto stabilito nei successivi articoli per le varie tipologie di impianti pubblicitari, è consentito il posizionamento degli impianti pubblicitari nel rispetto delle seguenti distanze (vedi Fig. 1 – Fig. 2):

- prima delle intersezioni stradali, degli impianti semaforici e dei segnali stradali di pericolo e di prescrizione m 15,00
- dopo le intersezioni stradali, gli impianti semaforici e i segnali stradali di pericolo e di prescrizione..... m 10,00
- dai segnali di indicazione e dagli altri Cartelli e Mezzi Pubblicitari m 15,00

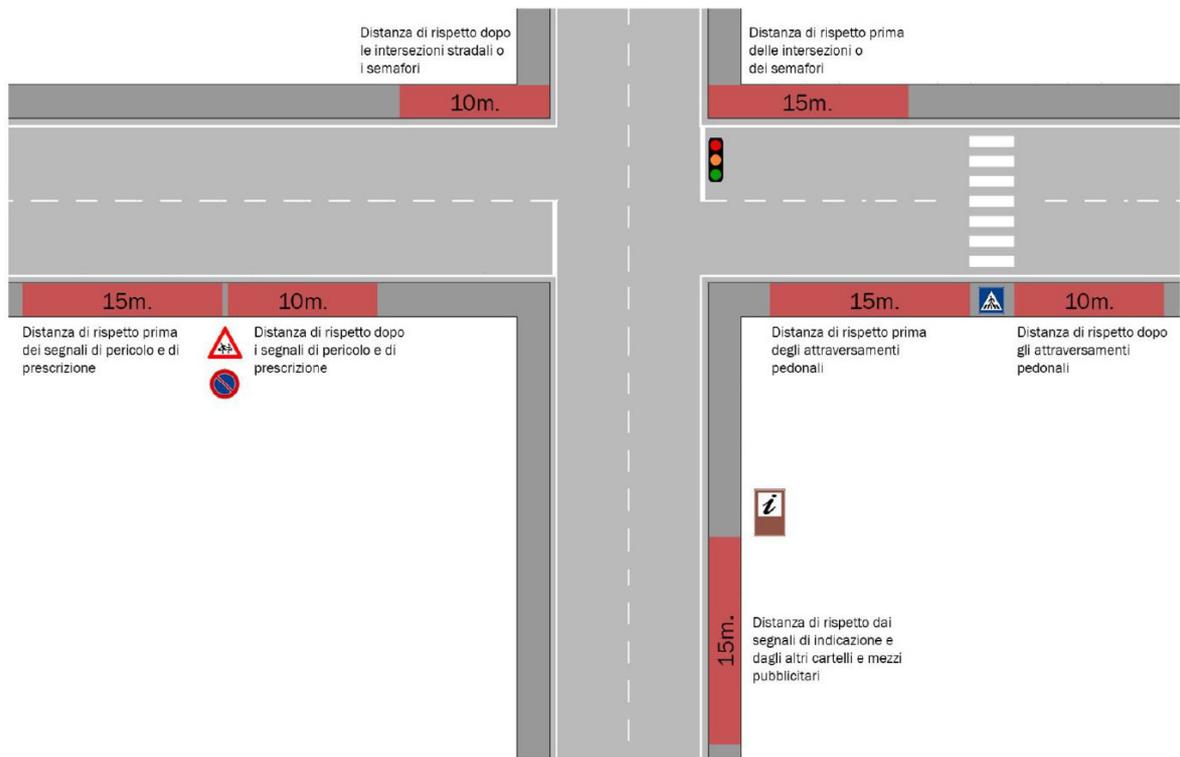


Figura 1

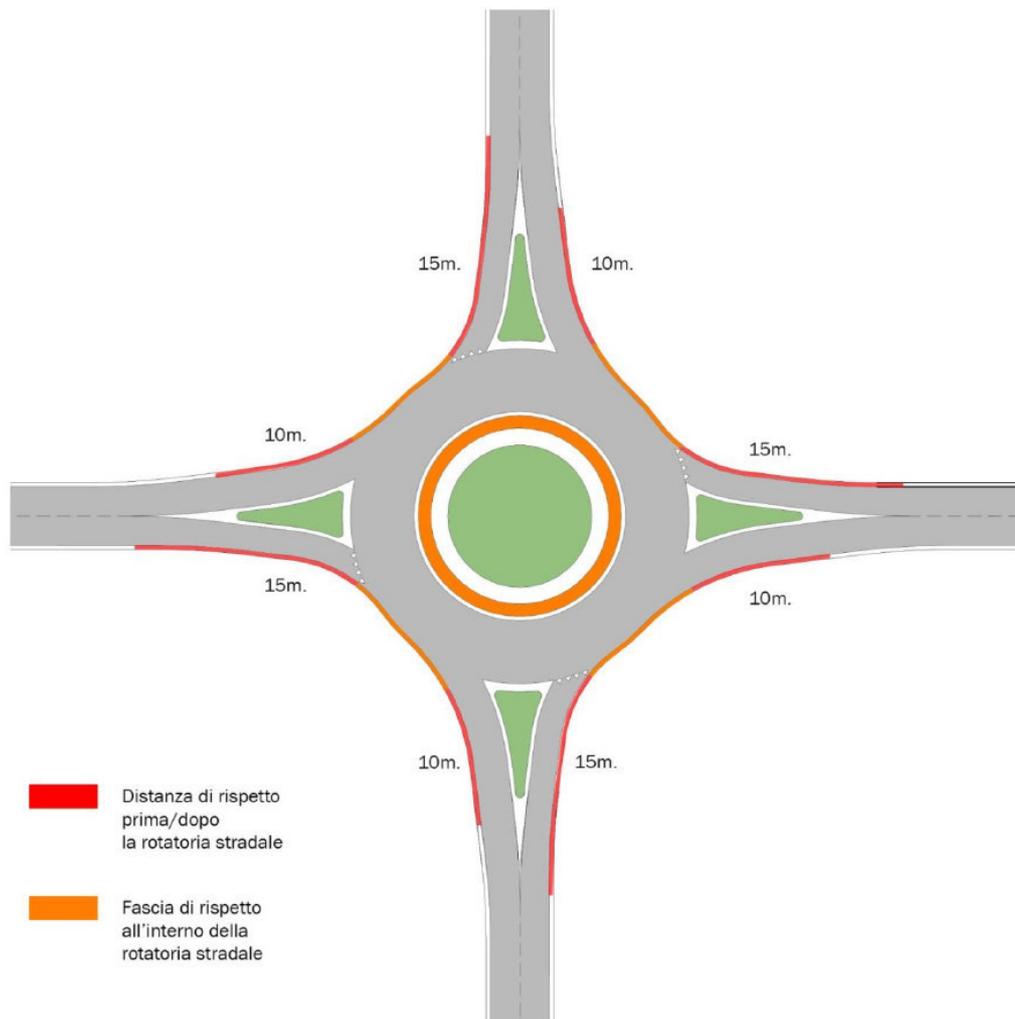


Figura 2

2. I pannelli pubblicitari ubicati sul percorso pedonale devono essere posizionati ad una altezza non inferiore a 2,20 m.

Allo scopo di consentire l'individuazione completa degli ostacoli da parte degli utenti ipovedenti che utilizzano il bastone:

- gli oggetti su una parete con sporgenza maggiore a 10 cm non possono essere posizionati ad una altezza superiore a 68 cm dal suolo (vedi Fig. 3);
- gli oggetti su una parete con sporgenza minore a 10 cm non possono essere posizionati ad una altezza inferiore a 68 cm dal suolo (vedi Fig. 4).

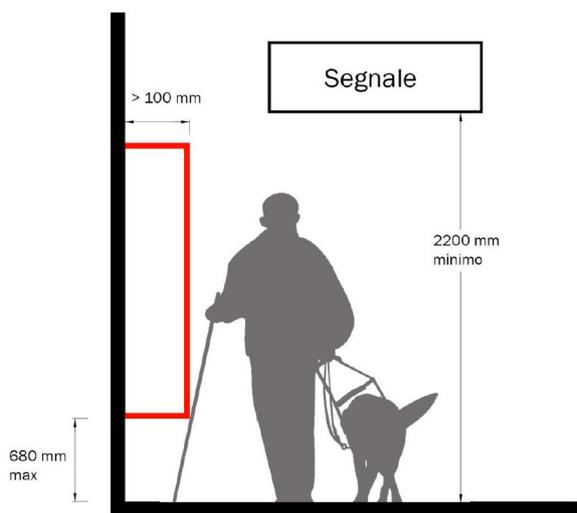


Figura 3

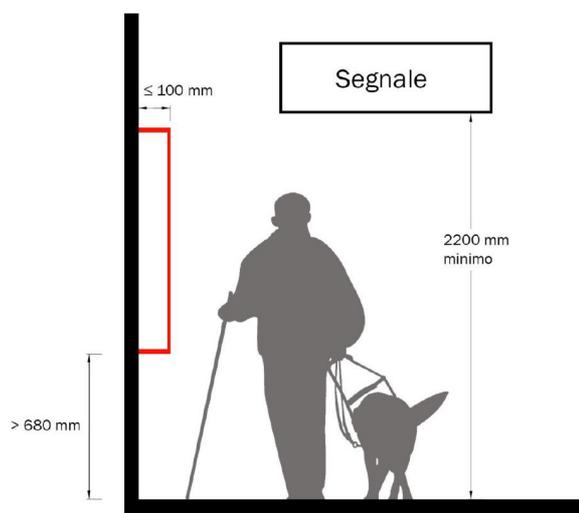


Figura 4

Nessun oggetto sporgente deve ridurre la larghezza libera del marciapiede o del passaggio pedonale a meno di 0,90 m.

3. All'interno dei centri abitati, in assenza di marciapiede il posizionamento dei cartelli pubblicitari è autorizzato nel rispetto della distanza di 2,00 m dal bordo della carreggiata, al netto di strisce erbose, alberature, dispositivi di ritenuta, pali, arredo urbano.

Art. 7 - Caratteristiche e requisiti prestazionali degli impianti pubblicitari

1. Tutti gli impianti pubblicitari di nuova realizzazione dovranno garantire il rispetto delle seguenti caratteristiche tecniche e prestazionali:

- L'attenta progettazione, l'utilizzo di materiali nobili, dovrà garantire, nel tempo, un'affidabilità funzionale ed estetica anche delle superfici in vista, garantendo la massima facilità di pulizia e manutenzione.
- L'impianto deve essere progettato, sia nella fondazione che nel dimensionamento delle singole parti, per resistere alle sollecitazioni ambientali previste dalla normativa in materia di sicurezza. Anche l'attività di sostituzione del messaggio pubblicitario rientra tra gli elementi della sicurezza sia per gli operatori che per i frequentatori degli spazi urbani.

- I cartelli, le insegne di esercizio e gli altri mezzi pubblicitari devono essere realizzati nelle loro parti strutturali con materiali non deperibili e resistenti agli agenti atmosferici.
 - 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.
 - Gli impianti dovranno essere mantenuti sempre in perfetta efficienza e in buono stato di manutenzione e non dovranno in alcun momento arrecare incomodo o pericolo agli utenti della strada, né dovranno contrastare con il decoro urbano.
 - In caso di riparazione o modifiche di marciapiede o del piano stradale che richiedano la temporanea rimozione degli impianti pubblicitari occupanti il suolo o lo spazio pubblico, i titolari degli stessi sono obbligati ad eseguirne a proprie spese e responsabilità la rimozione e la ricollocazione in sito con le modifiche che si saranno eventualmente rese necessarie. In caso di mancato rispetto delle disposizioni di cui al presente comma, l'autorità competente potrà ordinare la rimozione d'ufficio dell'impianto a spese del titolare.
 - La manutenzione ordinaria e straordinaria dei mezzi pubblicitari, nonché i danni a cose e/o persone è a totale carico del titolare dell'impianto, al quale compete anche la sostituzione dello stesso in caso di danneggiamento da parte di terzi.
 - Il titolare dell'impianto è obbligato a procedere alla rimozione dei mezzi pubblicitari nel caso di decadenza o revoca del titolo autorizzativo, o nel caso di motivata richiesta da parte del Comune o dell'ente proprietario della strada per insussistenza delle condizioni di sicurezza o per motivi di decoro urbano.
2. Qualora le suddette strutture costituiscano manufatti la cui realizzazione e posa in opera è regolamentata da specifiche norme, l'osservanza delle stesse e l'adempimento degli obblighi da queste previste devono essere documentati prima del ritiro dell'autorizzazione.

Art. 8 - Caratteristiche dei cartelli e dei mezzi pubblicitari luminosi

1. Tutti gli impianti luminosi, al fine di garantire il più basso assorbimento di energia devono adottare gli opportuni provvedimenti in modo da contribuire al risparmio energetico e ridurre gli interventi di manutenzione.
2. Le sorgenti luminose, i cartelli, le insegne di esercizio e gli altri mezzi pubblicitari luminosi, per luce propria o per luce indiretta, posti fuori dai centri abitati, lungo o in prossimità delle strade dove ne è consentita l'installazione, non possono avere luce né intermittente, né di intensità luminosa che provochi abbagliamento.
3. Le sorgenti luminose, i cartelli, le insegne di esercizio e gli altri mezzi pubblicitari luminosi hanno una sagoma regolare che in ogni caso non deve generare confusione con la segnaletica stradale. Particolare cautela è adottata nell'uso dei colori, specialmente del rosso e del verde, e del loro abbinamento, al fine di non generare confusione con la segnaletica luminosa specialmente in corrispondenza e in prossimità delle intersezioni. Nel caso di intersezioni semaforizzate, ad una distanza dalle stesse inferiore a 300 m, fuori dai

centri abitati, è vietato l'uso dei colori rosso e verde nelle sorgenti luminose, nei cartelli, nelle insegne di esercizio e negli altri mezzi pubblicitari posti a meno di 15 m dal bordo della carreggiata.

4. La croce verde/rossa luminosa è consentita esclusivamente per indicare farmacie, ambulatori e posti di pronto soccorso.

Art. 9 - Divieti e Limitazioni

1. Il posizionamento dei cartelli e degli altri mezzi pubblicitari è vietato, fuori e dentro i centri abitati, nei seguenti punti:
 - a) Sulle isole di traffico delle intersezioni canalizzate è vietata la posa di qualunque installazione diversa dalla prescritta segnaletica.
 - b) E' sempre vietato utilizzare alberi e i supporti della segnaletica stradale per l'apposizione di supporti pubblicitari.
 - c) Il posizionamento dei mezzi pubblicitari in genere deve avvenire in modo tale da non pregiudicare la sicurezza della circolazione veicolare e pedonale, non deve essere di ostacolo alla visibilità o di ingombro alle vetrine, finestre e portoni di ingresso e possibilmente in allineamento con pali ed altri impianti esistenti.
2. Il posizionamento dei cartelli e degli altri impianti pubblicitari dovrà comunque sempre garantire un passaggio libero conforme alle normative previste sull'abbattimento delle barriere architettoniche negli spazi pubblici di cui al DPR 24.07.1996 n.503.
3. Non è consentita l'apposizione di manifesti al di fuori dei supporti appositamente previsti per tale uso e non contemplati dal Piano.
4. Sono vietati l'abbinamento o l'interferenza di qualsiasi forma di pubblicità con i segnali stradali.
5. E' tassativamente vietata ogni opera o iscrizione che nuoccia al decoro dell'ambiente, turbi l'estetica, alteri elementi architettonici o limiti la visuale di sfondi architettonici o paesistici.
6. Sulle facciate degli immobili di interesse storico-artistico soggetti alle disposizioni del D.Lgs n.42/2004 non è ammessa nessuna forma di pubblicità, ad eccezione dell'installazione di targhe indicanti professioni ed attività in genere esercitate nell'immobile stesso. L'autorizzazione è condizionata al nulla osta rilasciato dalla Soprintendenza ai beni Ambientali ed Architettonici, quando dovuto, e in ogni caso alla normativa urbanistico- edilizia comunale vigente.
7. Il posizionamento degli impianti pubblicitari dovrà inoltre essere effettuato nel rispetto dei seguenti criteri di carattere generale:

- Ai sensi del 1° comma dell'articolo 23 del Codice della Strada, lungo le strade o in vista di esse è vietato collocare insegne, cartelli, manifesti, impianti di pubblicità o propaganda, segni orizzontali reclamistici e sorgenti luminose, visibili dai veicoli transitanti sulle strade, che per dimensioni, forma, colori, disegno e ubicazione possano ingenerare confusione con la segnaletica stradale, ovvero possano renderne difficile la comprensione o ridurre la visibilità o l'efficacia, ovvero arrecare disturbo visivo agli utenti della strada o distrarne l'attenzione con conseguente pericolo per la sicurezza della circolazione.
- L'installazione degli impianti Pubblicitari non deve costituire impedimento alla circolazione di persone invalide o con ridotta capacità motoria.

CAPO III – PIANO DELLE AFFISSIONI

Art. 10 – Servizio delle pubbliche affissioni

1. Il servizio delle pubbliche affissioni è inteso a garantire l'affissione, in appositi impianti, di manifesti da qualunque materiali costituiti, contenenti comunicazioni istituzionali, sociali o culturali e di messaggi diffusi nell'esercizio di una attività economica.
2. Le Pubbliche Affissioni possono effettuarsi esclusivamente nei modi previsti nel presente Piano.

Art. 11 – Prescrizioni ubicative

1. Gli impianti affissionistici devono essere installati nelle modalità previste nel presente Piano. Sono consentite limitate traslazioni dovute alle effettive esigenze di posa in opera.
2. Le deroghe sono disposte con apposito atto dirigenziale.
3. All'interno dei centri abitati, in conformità a quanto previsto al comma 6 dell'art. 23 del D.Lgs. 285/92 e successive modificazioni ed integrazioni, ed a quanto previsto ai commi 4 e 6 dell'art. 51 del D.P.R. 495/92 e successive modificazioni ed integrazioni, è consentito il posizionamento degli impianti affissionistici nel rispetto dei seguenti criteri di carattere generale:
 - a) che gli stessi siano posizionati nel rispetto delle esigenze di sicurezza della circolazione stradale;
 - b) che siano collocati preferibilmente in allineamento con i pali pubblici ed altri impianti esistenti;
 - c) che non siano di ostacolo alla visibilità dei segnali e degli impianti semaforici entro lo spazio di avvistamento;
 - d) che non fronteggino vetrine, finestre e portoni di accesso ai fabbricati.
4. Lungo le strade, nei luoghi sottoposti a vincolo panoramico, a vincoli di tutela di bellezze naturali e paesaggistiche, a vincolo storico, artistico o archeologico, o in prossimità di edifici e luoghi di interesse storico artistico o archeologico, l'installazione degli impianti affissionistici è subordinata al rilascio del Nulla Osta da parte dell'Ente preposto alla tutela del vincolo, nonché al rispetto della tipologia dell'impianto previsto nella relativa zonizzazione.

Art. 12 – Tipologia degli impianti

Nel presente piano i supporti per le affissioni possono rientrare nelle seguenti tipologie:

1. Vetrina

Elemento costituito da un supporto rigido e da uno sportello in vetro destinato all'affissione di un solo manifesto di cm 70 x 100 (1 foglio).

2. Stendardo porta manifesti

Manufatto mono o bifacciale supportato da una idonea struttura di sostegno e costituito da materiale rigido utilizzabile in entrambe le facciate (vedi All. E2).

3. Poster

Manufatto mono o bifacciale supportato da una idonea struttura di sostegno e costituito da materiale rigido finalizzato alla diffusione di messaggi pubblicitari; esso è utilizzabile in entrambe le facciate anche per immagini diverse. Può essere luminoso, illuminato o privo di luce. Il manufatto bifacciale dovrà essere costituito da un unico manufatto o unico cassonetto, utilizzato su entrambe le facce (vedi All. I).

4. Tabella a muro

Struttura monofacciale con superfici adeguatamente delimitate e predisposte per l'affissione di manifesti, apposte su muri di recinzione o di sostegno (vedi All. L).

Art. 13 - Tolleranze, norme transitorie e finali

1. Le norme del presente Piano si applicano a tutti i mezzi pubblicitari di nuova installazione; tutti gli impianti attualmente esistenti ed in contrasto con tali norme dovranno essere adeguati entro 18 mesi dall'approvazione del presente Piano.

Art. 14 - Entrata in vigore

1. Il presente Piano, adottato con provvedimento del Consiglio Comunale, entra in vigore dalla data di esecutività del relativo provvedimento.
2. Da tale data sono abrogate tutte le disposizioni contenute in altri regolamenti comunali che disciplinano e contrastano la materia di cui al presente Piano.