

Dicembre 2005 con emendamenti



COMUNE DI ALGHERO

IMPIANTI PUBBLICITARI - regolamento -

- 1 Canone per l'installazione di mezzi pubblicitari
- 2 Diritti sulle pubbliche affissioni
- 3 Piano Generale degli Impianti

TITOLO I
- Canone per l'installazione dei mezzi pubblicitari -

pagina

Art. 1 - Ambito di applicazione ed oggetto del regolamento

Art. 2 - Tariffe

Art. 3 - Categoria delle località

Art. 4 - Modalità di effettuazione della pubblicità. Limitazioni e divieti

Art. 5 - Impianti pubblicitari. Tipologia

Art. 6 - Canone per l'installazione dei mezzi pubblicitari. Presupposto del canone

Art. 7 - Modalità per ottenere l'autorizzazione per l'esecuzione di pubblicità e/o l'installazione degli impianti pubblicitari

Art. 8 - Soggetto obbligato

Art. 9 - Modalità di applicazione del canone

Art. 10 - Pagamento del canone

Art. 11 - Rettifica ed accertamento d'ufficio

Art. 12 - Pubblicità ordinaria

Art. 13 - Pubblicità effettuata con veicoli

Art. 14 - Pubblicità effettuata con pannelli luminosi e proiezioni

Art. 15 - Pubblicità varia

Art. 16 - Esclusioni dal canone

Art. 17 - Riduzioni

Art. 18 - Esenzioni dal canone

Art. 19 - Sanzioni amministrative pecuniarie ed interessi

Art. 20 - Funzionario responsabile del procedimento

Art. 21 - Gestione del servizio

Art. 22 - Abolizione dell'imposta comunale sulla pubblicità

TITOLO II

-I diritti sulle pubbliche affissioni -

Art. 23 – Oggetto delle norme regolamentari

Art. 24 - Classificazione del Comune

Art. 25 - Gestione del servizio

Art. 26 - Pagamento del diritto

Art. 27 – Finalità

Art. 28 – Limitazioni

Art. 29 - Prenotazioni - Registro cronologico

Art. 30 - Criteri e modalità per l'espletamento del servizio

Art. 31 - Circuiti di impianti e scelta posizioni

Art. 32 - Maggiorazioni del diritto

Art. 33 – Modalità per l'ottenimento della riduzione del diritto

Art. 34 - Esenzioni dal diritto

Art. 35 - Attività di controllo

Art. 36 - Sanzioni amministrative

Art. 37 - Vigenza del Regolamento

TITOLO III

-Il Piano Generale degli Impianti -

Art. 38 – Oggetto del Piano

Art. 39 – Obbiettivi del Piano

Art. 40 – Ambito di applicazione del Piano

Art. 41 – Quadro normativo

Art. 42 – Definizione degli impianti pubblicitari e criteri di specificazione

Art. 43 – individuazione quantitativa degli impianti pubblicitari

Art. 44 – Ripartizione della superficie globale pubblicitaria tra soggetto pubblico e soggetti privati

- Art. 45 – Individuazione dei casi non compresi nel Piano in termini di quantità o di caratteristiche e non soggetti ad autorizzazione
- Art. 46 – Gli impianti di proprietà comunale
- Art. 47 – La pubblicità istituzionale, sociale ed annunci funebri
- Art. 48 – La pubblicità temporanea
- Art. 49 – Caratteristiche tecniche degli impianti pubblicitari
- Art. 50 – Collocazione degli impianti pubblicitari nell’ambito del centro abitato del territorio comunale
- Art. 51 - Limitazioni e divieti
- Art. 52 – Zonizzazione del centro abitato
- Art. 53 – Ammissibilità degli impianti per la zona A
- Art. 54 – Ammissibilità degli impianti per la zona B
- Art. 55 – Ammissibilità degli impianti per la zona C
- Art. 56 – Ammissibilità degli impianti per la zona D
- Art. 57 - Procedure di presentazione dell’istanza di autorizzazione
- Art. 58 – Impianti pubblicitari destinati a soggetti privati
- Art. 59 – Impianti pubblicitari nelle strutture sportive
- Art. 60 – Adeguamento degli impianti pubblicitari esistenti
- Art. 61 – Obblighi del titolare dell’autorizzazione
- Art. 62 – Cessazione dell’autorizzazione
- Art. 63 – Sanzioni

TITOLO I

- *Canone per l'installazione dei mezzi pubblicitari* -

-

Art. 1 - Ambito di applicazione ed oggetto del regolamento.

1. Il Comune di Alghero, con regolamento adottato a norma dell'art. 52 del D. Lgs. 15.12.1997 n° 446 e ss.mm., sottopone le iniziative pubblicitarie che incidono su tutto il territorio comunale ad un regime autorizzatorio e le assoggetta al pagamento di un canone in base a tariffa che, ad ogni effetto di legge, costituisce entrata di natura e carattere patrimoniale.

2. Il presente regolamento disciplina l'applicazione del canone per l'esecuzione e l'installazione di mezzi pubblicitari ai sensi dell'art. 62 del D. Lgs. 15.12.1997, n°446 e ss. mm. e ii..

Art. 2 – Tariffe.

1. Le tariffe del canone per la pubblicità e l'installazione di mezzi pubblicitari sono deliberate dalla Giunta Comunale entro il termine di approvazione del bilancio preventivo e, qualora non modificate entro il suddetto termine, si intendono prorogate di anno in anno. In ogni caso la tariffa del canone non può eccedere di oltre il 25% quella stabilita dal D.lgs. n. 507/1993 per l'imposta applicata dall'Amministrazione Comunale nell'anno solare antecedente la sua applicazione. La determinazione della tariffa terra' conto della rivalutazione annuale sulla base dell'indice dei prezzi al consumo 'ISTAT ai sensi della legge 31 marzo 2005, n. 43.

2. I criteri per la determinazione delle tariffe per l'applicazione del canone sono individuati sulla scorta di considerazioni e criteri generali di seguito indicati:

Considerazioni generali:

- Rilevanza nazionale ed internazionale della città sotto il profilo culturale, artistico, architettonico e paesaggistico;
- Rilevanza nazionale ed internazionale dei flussi turistici;
- Rilevanza dei flussi di pendolarismo che convergono sulla città dagli altri Comuni della Provincia e della Regione;
- Impatto ambientale degli impianti nel territorio;
- Ragionevolezza e gradualità;

- Popolazione residente;
- Caratteristiche urbanistiche delle diverse zone del territorio comunale;

Criteri generali:

3. Suddivisione delle strade, piazze ed altre aree di circolazione in tre categorie di località con graduazione tariffaria in conseguenza del differente flusso pedonale o veicolare e le caratteristiche commerciali e/o stagionali delle stesse secondo le specifiche indicazioni ed esclusioni riportate nel presente regolamento;

4. Differenziazione e conseguente graduazione delle tariffe del canone a seconda delle tipologie e della durata dell'autorizzazione;

5. Attribuzione di una maggiorazione di canone per i mezzi pubblicitari luminosi o illuminati rispetto a quelli privi di luce;

6. Entità della superficie di ogni singolo mezzo pubblicitario e conseguentemente dell'impatto sull'ambiente o sull'arredo urbano.

7. Per talune tipologie la dimensione non ha determinato la suddivisione in classi di superficie in considerazione della loro specificità con i criteri stabiliti dal presente regolamento;

Art. 3 - Categoria delle località.

1. Agli effetti dell'applicazione del canone il territorio comunale è suddiviso in tre categorie in relazione all'importanza tenuto conto del differente flusso pedonale o veicolare e le caratteristiche commerciali e/o stagionali dello stesso:

- Categoria normale;
- Categoria speciale;
- Categoria super.

2. Appartengono alla categoria super le zone comprese e perimetrare nell'allegata planimetria sotto la lettera A) ed evidenziate in colore rosso;

3. Appartengono alla categoria speciale le zone comprese e perimetrare nell'allegata planimetria sotto la lettera A) ed evidenziate in colore verde;

4. Alla categoria normale appartengono tutte le altre zone del territorio comunale sulle quali si applica la tariffa base.

5. Le tariffe per la categoria speciale del canone sono maggiorate del 30 (trenta) per cento rispetto alle tariffe previste per la categoria normale; le tariffe per la categoria super del 50 (cinquanta) per cento rispetto delle tariffe previste per la categoria normale.

6. Le tariffe del canone per i mezzi pubblicitari installati su beni privati sono ridotte in misura di un terzo rispetto agli analoghi mezzi pubblicitari installati su beni pubblici.

7. Le tariffe per forme di pubblicità effettuate con impianti che per loro natura tendono a non avere una sede fissa appartengono ad un'unica categoria alla quale si potranno applicare graduazioni in base alla stagionalità.

8. La stagione di maggior flusso turistico è fra il 01 giugno ed il 30 settembre.

Art. 4 - Modalità di effettuazione della pubblicità. Limitazioni e divieti.

1. Qualsiasi forma di pubblicità eseguita nel Comune di Alghero è disciplinata dal presente regolamento e dalle disposizioni di legge vigenti in materia.

2. Per i divieti e le limitazioni di particolari forme di pubblicità, si fa rinvio alle disposizioni di cui al successivo art. 5.

Art. 5 - Impianti pubblicitari. Tipologia.

Il Consiglio Comunale adotta il Piano Generale degli Impianti Pubblicitari di cui al titolo III del presente regolamento, con il quale determina la quantità, le limitazioni e le caratteristiche degli stessi ai seguenti criteri generali:

I. Classificazione dei mezzi pubblicitari.

I mezzi pubblicitari si classificano in:

1. insegne di esercizio non luminose su proprietà privata o su immobili di proprietà comunale dati in uso, locazione o concessione;
2. insegne di esercizio luminose su proprietà privata o su immobili di proprietà comunale dati in uso, locazione o concessione;
3. insegne di esercizio non luminose installate sul suolo pubblico ed ubicate a meno di mt. 4 dall'esercizio commerciale nel medesimo lato stradale;
4. insegne di esercizio luminose installate sul suolo pubblico ed ubicate a meno di mt. 4 dall'esercizio commerciale nel medesimo lato stradale;
5. insegne, le targhe e simili non luminose apposte su suolo pubblico per l'individuazione delle sedi di comitati, associazioni, fondazioni ed ogni altro ente che non persegue scopo di lucro;
6. i segnali turistici e di territorio di cui all'art. 134 del D.P.R. 16 dicembre 1992, n. 495;
7. impianti pubblicitari di servizio di cui al comma 7 dell'art. 47 del D.P.R. 16 dicembre 1992, n. 495 quali le pensiline e le paline delle fermate autobus,

gli orologi, le transenne parapetonali, i cestini porta rifiuti, i contenitori per la raccolta dei rifiuti solidi urbani, le panchine, i quadri planimetrici;

8. impianti ubicati su aree o edifici privati utilizzati per conto altrui o, comunque, per la vendita di pubblicità caratterizzata dall'impiego di diodi luminosi, lampadine o simili, mediante controllo elettronico, elettromeccanico, programmati per garantire la variabilità del messaggio;
9. impianti pubblicitari in concessione a privati su aree pubbliche, individuali e quantificati dal Piano Generale degli Impianti;
10. impianti di diretta gestione comunale per cartelli pubblicitari;
11. impianti di diretta gestione comunale per manifesti e locandine;
12. impianti di diretta gestione comunale per striscioni e standardi;
13. gli impianti pubblicitari ubicati internamente ed esternamente alle strutture sportive;
14. impianti per la pubblicità da realizzarsi in luoghi pubblici o aperti al pubblico attraverso diapositive, proiezioni luminose o cinematografiche effettuate su schermi o pareti riflettenti;
15. impianti per la pubblicità visiva effettuata per conto proprio o altrui all'interno e/o all'esterno di veicoli in genere compreso i rimorchi, di vetture, autobus, battelli, barche e simili, di uso pubblico (per i quali la licenza è stata rilasciata dal Comune di Alghero) o privato se il proprietario risiede nel Comune;
16. impianti per la pubblicità effettuata con palloni frenanti e simili, da aeromobili mediante scritte, striscioni, disegni fumogeni, lancio di oggetti o manifestini anche se effettuata su specchi d'acqua limitrofi al territorio comunale;
17. impianti per la pubblicità effettuata mediante distribuzione, anche con veicoli, di manifestini ed altro materiale pubblicitario oppure mediante persone circolanti con cartelli o altri mezzi pubblicitari;
18. impianti amplificatori e simili per la pubblicità.

II Classificazione della pubblicità secondo funzione.

I cartelli ed i mezzi pubblicitari in genere sono classificati secondo la funzione in:

- messaggi istituzionali, sociali ed annunci funebri comunque privi di rilevanza economica;
- messaggi di natura commerciale;
- segnali di indicazione di destinazione.

Art. 6 - Canone per l'installazione dei mezzi pubblicitari. Presupposto del canone.

1. Ai fini dell'applicazione del presente canone si considerano rilevanti i messaggi diffusi nell'esercizio di una attività sia economica che non economica allo scopo di promuovere la domanda di beni o servizi, ovvero finalizzati a migliorare l'immagine del soggetto pubblicizzato. Si considerano messaggi pubblicitari anche quelli effettuati da enti senza scopo di lucro che reclamizzano un soggetto economico.

2. La diffusione di messaggi pubblicitari effettuata attraverso forme di comunicazione visive o acustiche, diverse da quelle individuate dal presente regolamento, effettuate in luoghi pubblici o aperti al pubblico o che sia da tali luoghi percepibile, è soggetta comunque al pagamento del presente canone.

Art. 7 - Modalità per ottenere l'autorizzazione per l'esecuzione di pubblicità e/o l'installazione degli impianti pubblicitari.

1. Le domande per ottenere il rilascio dell'autorizzazione per l'esecuzione di pubblicità e/o l'installazione degli impianti pubblicitari devono essere inoltrate all'Ufficio Demanio-Patrimonio e Pubbliche affissioni ovvero, in caso di affidamento a terzi, all'ente gestore del servizio con le modalità previste dal Piano Generale degli Impianti.

2. La domanda deve essere presentata anche nei casi di variazione della pubblicità, che comporti la modificazione della superficie esposta o del tipo di pubblicità effettuata, con conseguente nuova imposizione.

3. Il provvedimento per l'esecuzione di pubblicità e/o l'installazione degli impianti pubblicitari, ha effetto per gli anni autorizzati e non deve essere ripresentata domanda per l'ottenimento annuale di autorizzazione purché non si verificano modificazioni degli elementi dichiarati cui consegua un diverso ammontare del canone dovuto; tale pubblicità si intende prorogata con il pagamento del relativo canone effettuato entro il 31 marzo dell'anno di riferimento, sempre che non venga presentata denuncia di cessazione anticipata entro il 31 ottobre dell'anno precedente.

4. Qualora venga omessa la presentazione della domanda, la pubblicità di cui all'art. 5, punti 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 13 si presume effettuata in ogni caso con decorrenza dal primo gennaio dell'anno in cui è stata accertata l'omissione; per i restanti punti previsti dal precedente art. 5, la presunzione opera dal quindicesimo giorno precedente a quello in cui è stato effettuato l'accertamento.

Art. 8 - Soggetto obbligato.

1. Soggetto obbligato al pagamento del presente canone è colui che dispone a qualsiasi titolo del mezzo attraverso il quale il messaggio pubblicitario viene

diffuso.

2. E' solidamente obbligato al pagamento del canone colui che produce o vende la merce o fornisce i servizi oggetto della pubblicità.

Art. 9 - Modalità di applicazione del canone.

1. Il canone si determina in base alla superficie della minima figura piana geometrica in cui è circoscritto il mezzo pubblicitario indipendentemente dal numero dei messaggi in esso contenuti.

2. Le superfici inferiori ad un metro quadrato si arrotondano per eccesso al metro quadrato e le frazioni di esso, oltre il primo, a mezzo metro quadrato; non si fa luogo ad applicazione del canone, per la fattispecie di cui al punto 15 dell'art. 5, per superfici inferiori a 0,30 metri quadrati.

3. Per i mezzi pubblicitari polifacciali il canone è calcolato in base alla superficie complessiva adibita alla pubblicità.

4. Per i mezzi pubblicitari aventi dimensioni volumetriche il canone è calcolato in base alla superficie complessiva risultante dallo sviluppo del minimo solido geometrico in cui può essere circoscritto il mezzo stesso.

5. Ai mezzi pubblicitari fonici, per la proiezione luminosa o, comunque, con caratteristiche tali da rendere difficile la misurazione del messaggio, si applica un canone commisurato al tempo ed alla stagionalità.

6. I festoni di bandierine e simili nonché i mezzi di identico contenuto, ovvero riferibili al medesimo soggetto obbligato, collocati in connessione tra loro si considerano, agli effetti del calcolo della superficie imponibile, come un unico mezzo pubblicitario.

7. Le maggiorazioni del canone a qualunque titolo previste sono cumulabili e devono essere applicate alla tariffa base.

8. Qualora la pubblicità di cui al precedente art. 5 venga effettuata in forma luminosa o illuminata la relativa tariffa del canone può essere maggiorata fino ad un massimo del 50 per cento.

Art. 10 - Pagamento del canone.

1. Il canone è dovuto, per le fattispecie previste dall'art. 5, punti 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 13 del presente regolamento, per anno solare di riferimento cui corrisponde una autonoma obbligazione patrimoniale; per tutte le altre fattispecie il periodo del canone è quello specificato nelle relative autorizzazioni.

2. Il pagamento del canone deve essere effettuato mediante versamento a mezzo conto corrente postale intestato al Comune di Alghero, in caso di gestione in forma diretta, o al concessionario del servizio, con arrotondamento a

un euro per difetto se la frazione non è superiore a cinquanta eurocent o per eccesso se è superiore. L'attestazione dell'avvenuto pagamento deve essere allegata alla prescritta autorizzazione da esibire in caso di controllo.

3. Per la pubblicità relativa a periodi inferiori all'anno solare il canone deve essere corrisposto, in unica soluzione, prima del ritiro dell'autorizzazione. Il canone per la pubblicità annuale deve essere corrisposto entro il 31 marzo di ogni anno.

4. La riscossione coattiva del canone si effettua secondo le disposizioni del R. D. 639/1910 con consequenziale esecuzione.

5. Entro il termine di due anni decorrente dal giorno in cui è stato effettuato il pagamento, ovvero da quello in cui è stato definitivamente accertato il diritto al rimborso, il soggetto obbligato può chiedere la restituzione di somme versate e non dovute mediante apposita istanza. Il Comune, in caso di gestione in forma diretta, o il concessionario del servizio sono tenuti a provvedere nel termine di novanta giorni.

6. Qualora la pubblicità sia effettuata su impianti installati su beni appartenenti o dati in godimento al Comune, l'applicazione del canone sulla pubblicità non esclude quella della tassa o canone per l'occupazione di spazi ed aree pubbliche.

7. Non si procede al versamento né al rimborso quando l'importo non supera 11,00 euro.

Art. 11 - Rettifica ed accertamento d'ufficio.

1. Il Comune, in caso di gestione in forma diretta, o il concessionario del servizio entro due anni dalla data in cui l'istanza è stata o avrebbe dovuto essere presentata, procede a rettifica o ad accertamento d'ufficio, notificando al soggetto obbligato, anche a mezzo posta mediante raccomandata con avviso di ricevimento, apposito avviso motivato in relazione ai presupposti di fatto ed alle ragioni giuridiche che lo hanno determinato. Se la motivazione fa riferimento ad un altro atto non conosciuto ne' ricevuto dal soggetto obbligato, questo deve essere allegato all'atto che lo richiama, salvo che quest'ultimo non ne riproduca il contenuto essenziale.

2. Nell'avviso devono essere indicati il soggetto obbligato, le caratteristiche e l'ubicazione del mezzo pubblicitario, l'importo del canone o del maggior canone accertato, delle sanzioni dovute e dei relativi interessi, nonché il termine di sessanta giorni entro cui effettuare il relativo pagamento.

3. Gli avvisi di accertamento sono sottoscritti dal funzionario di cui al successivo art. 21 in caso di gestione in forma diretta, o da un rappresentante del concessionario del servizio.

Art. 12 - Pubblicità ordinaria.

1. Per la pubblicità effettuata mediante impianti di cui ai punti 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 10, 11, 12, 13 del precedente art. 5 la tariffa del canone è stabilita per ogni metro quadrato di superficie e per anno solare.
2. Per le fattispecie pubblicitarie di cui al comma 1 che abbiano durata non superiore a tre mesi si applica per ogni mese o frazione una tariffa pari ad un decimo di quella annuale per essa prevista.
3. Per la pubblicità effettuata mediante affissioni dirette, anche per conto altrui, di manifesti e simili sulle strutture di cui al punto 9 del precedente art. 5, si applica il canone in base alla superficie complessiva degli impianti nella misura e con le modalità previste dal comma 1 ridotto del 10%.
4. Alla tariffa del canone stabilita ai sensi del comma 1 per gli impianti comunali di cui ai punti 10, 11, 12 del precedente art. 5, si sommano i diritti per il servizio delle pubbliche affissioni di cui al successivo titolo II.
5. La tariffa del canone stabilita ai sensi del comma 1 per gli impianti di cui al punto 13 del precedente art. 5 è ridotta del 80%, anche per messaggi di natura commerciale, se tali impianti sono dati in concessione ad Associazioni o Società sportive senza scopo di lucro operanti nelle stesse strutture;
6. Per la pubblicità di cui ai commi precedenti la Giunta Comunale, tenuto conto dell'impatto ambientale dei vari impianti, prevede delle maggiorazioni per scaglioni di superficie fino ad un massimo del 100 per cento.

Art. 13 - Pubblicità effettuata con veicoli.

1. Per la pubblicità visiva effettuata per conto proprio o altrui all'interno e all'esterno di veicoli in genere compreso i rimorchi, di vetture autobus, battelli, barche e simili, di uso pubblico o privato di cui al punto 15 del precedente art. 5, è dovuto il canone in base alla superficie complessiva dei mezzi pubblicitari installati su ciascun veicolo nella misura e con le modalità previste dall'art. 12, comma 1 del presente regolamento; per la pubblicità effettuata all'esterno dei veicoli suddetti è dovuta una maggiorazione del 50%.
2. Il canone è dovuto per i veicoli adibiti ad uso pubblico per i quali la licenza di esercizio è stata rilasciata dal Comune di Alghero. Per i veicoli adibiti ad uso privato il canone è dovuto qualora il proprietario del veicolo abbia la residenza anagrafica o la sede nel Comune. Il canone si applica, altresì, a qualsiasi veicolo, compresi i rimorchi, costruiti e/o attrezzati per effettuare pubblicità aventi portata di cui alla lettera b) del successivo comma 3 anche se il proprietario del veicolo o l'impresa non hanno la residenza anagrafica o la sede nel Comune.
3. Il canone è dovuto per anno solare al Comune per la pubblicità effettuata per

conto proprio su veicoli di proprietà dell'impresa o adibiti ai trasporti per suo conto o qualora la sede dell'impresa o qualsiasi altra dipendenza siano ubicate nel Comune di Alghero ovvero siano domiciliati in detto Comune i suoi agenti o mandatari che alla data del primo gennaio di ciascun anno, o quella successiva di immatricolazione, hanno in dotazione detti veicoli. La tariffa è classificata a seconda che si tratti di:

- a) autoveicoli con portata superiore a 3.500 Kg;
- b) autoveicoli con portata inferiore a 3.500 Kg;
- c) motoveicoli e veicoli non compresi nelle due precedenti categorie.

Per i veicoli circolanti con rimorchio la tariffa di cui al presente comma è raddoppiata

4. Per i veicoli di cui al comma 3 non è dovuto il canone per l'indicazione del marchio della ragione sociale e dell'indirizzo dell'impresa, purché sia apposta non più di due volte e ciascuna iscrizione non sia complessivamente di superficie superiore ad un metro quadrato.

5. Il canone non è dovuto altresì per l'indicazione, sui veicoli utilizzati per il trasporto, della ditta e dell'indirizzo dell'impresa che effettua l'attività di trasporto, anche per conto terzi, limitatamente alla sola superficie utile occupata da tali indicazioni e nei limiti di cui al precedente comma 4.

6. E' fatto obbligo di conservare l'attestazione dell'avvenuto pagamento del canone e di esibirla a richiesta degli agenti autorizzati.

Art. 14 - Pubblicità effettuata con pannelli luminosi e proiezioni.

1. Per la pubblicità effettuata per conto altrui con insegne, pannelli o altre analoghe strutture caratterizzate dall'impiego 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 similare di cui al punto 8 del precedente art. 5, si applica il canone indipendentemente dal numero di messaggi, per metro quadrato di superficie, e per anno solare in base alla tariffa approvata.

2. Per la pubblicità di cui al comma 1 di durata non superiore a tre mesi si applica, per ogni mese o frazione una tariffa pari a un decimo di quella sopra indicata.

3. Per la pubblicità realizzata in luoghi pubblici o aperti al pubblico attraverso diapositive, proiezioni luminose o cinematografiche effettuate su schermi o pareti riflettenti di cui al punto 14 del precedente art. 5, si applica il canone per ogni giorno, indipendentemente dal numero dei messaggi e dalla superficie adibita alla proiezione in base alla tariffa approvata.

4. Qualora la pubblicità di cui al comma 3 abbia durata superiore a trenta giorni, dopo tale periodo si applica una tariffa giornaliera pari alla metà di quella ivi prevista.

Art. 15 - Pubblicità varia.

1. Per la pubblicità effettuata da aeromobili mediante scritte, striscioni, disegni fumogeni, lancio di oggetti o manifestini, ivi compresa quella eseguita su specchi d'acqua limitrofi al territorio comunale di cui al punto 16 del precedente art. 5, è dovuto il canone per ogni giorno o frazione, indipendentemente dai soggetti pubblicizzati in base alla tariffa approvata.

2. Per la pubblicità effettuata mediante distribuzione, anche con veicoli, di manifestini ed altro materiale pubblicitario, oppure mediante persone circolanti con cartelli o altri mezzi pubblicitari, è dovuto il canone per ciascuna persona impiegata nella distribuzione od effettuazione e per ogni giorno o frazione, indipendentemente dalla misura dei mezzi pubblicitari o dalla quantità di materiale distribuito, in base alla tariffa approvata. Il canone è dovuto anche per i volantini o simili distribuiti quali inserti di giornali se gli stessi non sono distribuiti in busta o confezione sigillata.

3. Per la pubblicità effettuata a mezzo di impianti amplificatori e simili, il canone dovuto per ciascun giorno o frazione è quello stabilito nella tariffa approvata.

4. Alle tariffe del presente articolo si applica una maggiorazione del 50% per la pubblicità effettuata nel periodo intercorrente fra il 01 giugno ed il 30 di settembre.

Art. 16 - Esclusioni dal canone.

1. . La tariffa del canone non è dovuta per:

a. le insegne di esercizio, come definite dall'art. 47 del D.P.R. 16.12.1992, n. 495, e specificate ai punti 1, 2 del precedente art. 5, con superficie complessiva fino a 5 (cinque) metri quadrati per punto vendita. Le insegne di esercizio con superficie superiore a 5 (cinque) metri quadrati pagano per intero il canone senza poter godere di alcuna franchigia.

b. la pubblicità relativa a festeggiamenti nazionali e religiosi se limitati al periodo di svolgimento della manifestazione o dell'iniziativa cui si riferisce e comunque per un periodo non superiore a 15 gg. ed a condizione che non compaiano sul mezzo pubblicitario riferimenti a soggetti diversi da quelli istituzionali sopraindicati per i quali è prevista l'esclusione dal canone. La presenza di eventuali sponsor o altre diciture o logotipi a carattere commerciale, all'interno del mezzo pubblicitario, mantiene l'esclusione a condizione che la superficie utilizzata a tale scopo sia complessivamente inferiore al 5 % del totale.

c. la pubblicità editoriale, quella radiotelevisiva, e quella effettuata con altri mezzi telematici, purché non effettuata con mezzi collocati all'esterno con modalità che possono incidere sull'arredo urbano o sull'ambiente.

2. In presenza di pubblicità effettuata su impianti gestiti direttamente dal Servizio comunale, le fattispecie previste dal presente articolo e dai successivi articoli 17 e 18, non sono esentate dal pagamento dei diritti per le pubbliche affissioni di cui al successivo titolo II, fatta eccezione per quanto previsto dall'art. 34.

Art. 17 – Riduzioni.

1. La tariffa del canone è ridotta dell'50% per:

a. la pubblicità relativa a manifestazioni politiche, sindacali e di categoria, culturali, sportive, spettacoli viaggianti, iniziative filantropiche e religiose purché non contenenti messaggi commerciali oltre i limiti previsti nel punto b. del precedente art. 16;

b. la pubblicità per manifestazioni, eventi od iniziative di qualsiasi genere aventi il patrocinio del Comune di Alghero con specifico atto di Giunta Municipale.

c. la pubblicità effettuata, i primi 2 anni, negli impianti di cui al punto 7 del precedente art. 5, se realizzati a spese del richiedente ed a condizione che gli stessi diventino non appena installati di proprietà comunale. Tale riduzione non si applica per le paline delle fermate autobus.

Art. 18 - Esenzioni dal canone.

1. Sono esenti dal canone:

a. i mezzi pubblicitari realizzati per propri fini istituzionali e relativi ad iniziative dello Stato, della Regione Sardegna, della Provincia di Sassari, del Comune di Alghero, a condizione che non compaiano sul mezzo pubblicitario riferimenti a soggetti diversi da quelli istituzionali sopraindicati per i quali è prevista l'esenzione. La presenza di eventuali sponsor o altre diciture o logotipi a carattere commerciale, all'interno del mezzo pubblicitario, mantiene l'esenzione a condizione che la superficie utilizzata a tale scopo sia complessivamente inferiore al 10%;

b. la pubblicità realizzata all'interno dei locali adibiti alla vendita di beni o alla prestazione di servizi quando si riferisca all'attività nella stessa esercitata, nonché i mezzi pubblicitari (ad eccezione delle insegne) esposti nelle vetrine e sulle porte di ingresso dei locali medesimi purché siano attinenti all'attività in essi esercitata;

c. le installazioni pubblicitarie effettuate all'interno, negli ingressi, nelle vetrine esterne dei locali di pubblico spettacolo qualora si riferiscano

esclusivamente allo spettacolo in programmazione e non contengano eventuali sponsor o altre diciture o logotipi a carattere commerciale all'interno del mezzo pubblicitario. Tali impianti mantengono l'esenzione a condizione che la superficie utilizzata a scopo commerciale sia complessivamente inferiore al 5% del totale del messaggio pubblicitario;

d. gli avvisi al pubblico esposti nelle vetrine o sulle porte di ingresso dei locali riguardanti l'attività, la localizzazione e l'utilizzazione dei servizi di pubblica utilità che non superino la superficie di mezzo metro quadrato e quelli riguardanti la locazione o la compravendita degli immobili sui quali sono affissi, di superficie non superiore ad un quarto di metro quadrato;

e. i segnali di indicazione di cui alle lettere a), c), d), e) dell'art. 134 del D.P.R. 16.12.1992, n. 495;

f. la pubblicità esposta all'interno delle stazioni dei servizi di trasporto pubblico di ogni genere inerente attività esercitata dall'impresa di trasporto, nonché le tabelle esposte all'esterno delle stazioni stesse o lungo l'itinerario di viaggio, per la parte in cui contengano informazioni relative alle modalità di effettuazione del servizio;

g. la pubblicità esposta all'interno delle vetture ferroviarie, degli aerei e delle navi ad eccezione dei battelli di cui all'art. 13 del presente regolamento;

h. i messaggi contenenti in via esclusiva pubblicità sulla la donazione del sangue.

Art. 19 - Sanzioni amministrative pecuniarie ed interessi.

1. Ai soli fini del pagamento del canone, i mezzi pubblicitari installati senza preventiva autorizzazione sono equiparati a quelli autorizzati, con l'applicazione, oltre al canone, della sanzione amministrativa pecuniaria dal 100 al 200 per cento della relativa tariffa.

2. In aggiunta alle sanzioni di cui al comma 1, il Comune procede alla rimozione dei mezzi pubblicitari privi della prescritta autorizzazione, o installati in difformità della stessa, o per i quali non sia stato effettuato il pagamento del relativo canone, nonché alla immediata copertura della pubblicità con essi effettuata, mediante contestuale processo verbale di contestazione redatto dal competente pubblico ufficiale. Resta ferma l'applicazione delle sanzioni amministrative pecuniarie di cui all'art. 23 del decreto legislativo 30 aprile 1992, n. 285, ovvero se non comminabili, di quelle stabilite dall'art. 24, comma 2, del decreto legislativo 15 novembre 1993, n. 507. Per l'applicazione delle sanzioni di cui al presente comma si osservano le disposizioni contenute nel capo I del titolo VI del citato decreto legislativo n. 285 del 1992.

3. Sulle somme dovute per il canone si applicano interessi moratori nella misura del saggio legale vigente, a decorrere dal giorno in cui detti importi sono

divenuti esigibili; interessi nella stessa misura spettano al soggetto obbligato per le somme ad esso dovute a qualsiasi titolo a decorrere dalla data dell'eseguito pagamento.

4 Al soggetto non in regola con il pagamento del canone non può essere rinnovata l'autorizzazione per il mantenimento o per l'installazione di un nuovo impianto pubblicitario.

Art. 20 - Funzionario responsabile del procedimento.

1. Nel caso di gestione in forma diretta, la Giunta Comunale designa un funzionario cui sono attribuiti la funzione ed i poteri per l'esercizio di ogni attività organizzativa e gestionale del canone; il predetto funzionario sottoscrive anche le richieste, gli avvisi, i provvedimenti relativi e dispone i rimborsi.

2. Nel caso di gestione in concessione le attribuzioni di cui al primo comma spettano al concessionario del servizio.

3. Il Comune, in ogni caso, è tenuto a comunicare alla direzione centrale per la fiscalità del Ministero dell'economia e delle finanze, il nominativo del funzionario responsabile del servizio entro sessanta giorni dalla sua nomina.

Art. 21 - Gestione del servizio.

1. La gestione del servizio di accertamento e riscossione del canone può essere effettuata in forma diretta dal Comune, o mediante l'adozione di altre forme e dei modelli di affidamento previste dalla legge ai soggetti che hanno i requisiti di cui all'art. 52, quinto comma e art. 53 del D.lgs 446/1997.

2. Il concessionario del servizio subentra al Comune in tutti i diritti ed obblighi inerenti la gestione del servizio, limitatamente alle funzioni ad esso trasferite dal Comune, ed è tenuto a provvedere a tutte le spese occorrenti, ivi comprese quelle per il personale impiegato. In ogni caso è fatto divieto al concessionario di emettere atti o effettuare riscossioni successivamente alla scadenza della concessione. Il concessionario è tenuto a trasmettere annualmente l'elenco ordinato per contribuente dei mezzi in essere nel Comune con l'indicazione della tariffa applicata.

Art. 22 - Abolizione dell'imposta comunale sulla pubblicità.

1. . Dal 1° gennaio dell'anno successivo di introduzione del presente canone è abolita l'imposta comunale sulla pubblicità di cui al capo I del decreto legislativo 15 novembre 1993, n. 507 e successive modificazioni. Le controversie attinenti il canone comunale sulla pubblicità appartengono alla giurisdizione tributaria ai sensi della legge 2 dicembre 2005, n. 245.

2. I presupposti di imposizione relativi all'imposta abolita, riferiti a periodi antecedenti all'introduzione del presente canone, sono regolati dai termini di decadenza indicati all'art. 10 del decreto legislativo indicato al comma 1.

TITOLO II

-I diritti sulle pubbliche affissioni -

Art. 23 – Oggetto delle norme regolamentari.

1. Il diritto sulle pubbliche affissioni, comprensivo del canone autorizzatorio per l'installazione dei mezzi pubblicitari, si applica ai manifesti di qualunque materiale costituiti esposti a cura del Comune negli appositi impianti a ciò destinati nell'ambito del proprio territorio in ottemperanza alle disposizioni di cui al Capo I del D.lgs. 15.11.1993, n. 507.

2. Le tariffe del diritto sono stabilite dalla Giunta Comunale secondo il presente regolamento e la normativa vigente e per ciascun anno con apposito provvedimento entro il termine di legge.

Art. 24 - Classificazione del Comune.

1. Il Comune di Alghero, agli effetti dell'applicazione del diritto sulle pubbliche affissioni, appartiene, in conformità a quanto disposto dall'art. 2 del D.Lgs. 15.11.1993 n. 507, alla III° classe.

2. Le tariffe tengono conto della divisione delle vie e piazze in 2 categorie: a) normale; b) speciale. La categoria normale è applicata alle affissioni effettuate nelle zone identificate al comma 4 dell'art. 3 del presente regolamento mentre la categoria speciale si applica alle restanti aree del territorio.

Art. 25 - Gestione del servizio.

1. Il Comune di Alghero gestisce in esclusiva il Servizio delle Pubbliche Affissioni effettuato nell'ambito del proprio territorio.

2. Fermo restando, in fase esecutiva, il diretto controllo del Comune sull'osservanza delle modalità descritte nell'art. 22 del D.Lgs 507/93, le operazioni di riscossione del diritto, espletamento del servizio di affissione e di defissione dei manifesti di qualunque materiale costituiti, nonché di installazione, manutenzione e rimozione degli impianti di affissione, possono essere affidate, mediante apposita convenzione, ad altri soggetti, pubblici o privati, i quali saranno tenuti ad osservare le disposizioni sia generali che particolari al riguardo impartite dal servizio comunale delle pubbliche affissioni

Art. 26 - Pagamento del diritto.

1. Il pagamento del diritto sulle pubbliche affissioni è dovuto in solido, da chi

richiede il servizio e da colui nell'interesse del quale il servizio stesso è richiesto, e deve essere effettuato, contestualmente alla richiesta del servizio.

2. L'importo dovuto è arrotondato per difetto o per eccesso ai cinquanta centesimi o all'unità di euro più vicina.

3. Il pagamento deve essere effettuato mediante versamento a mezzo di conto corrente postale intestato al Comune ovvero con le altre modalità previste dal regolamento delle entrate.

4. In caso di affidamento in concessione, il versamento deve essere effettuato a favore del concessionario del servizio.

5. Il pagamento ha efficacia liberatoria dalla data risultante dall'apposita ricevuta.

6. E' fatto obbligo di conservare per almeno tre anni le attestazioni di pagamento che dovranno essere esibite ad ogni richiesta del personale autorizzato.

7. Sulle somme dovute e non corrisposte anticipatamente si applicano gli interessi di mora nella misura del tasso legale per ogni semestre compiuto, a decorrere dal giorno in cui detti importi sono divenuti esigibili; interessi nella stessa misura spettano al contribuente per le somme ad esso dovute per qualsiasi titolo a decorrere dalla data dell'eseguito pagamento.

Art. 27 - Finalità.

1. Il Comune, a mezzo del servizio delle pubbliche affissioni assicura l'affissione negli appositi impianti a ciò destinati dal Piano Generale degli Impianti, di manifesti costituiti da qualunque materiale idoneo, contenenti comunicazioni aventi finalità istituzionali, sociali o comunque prive di rilevanza economica, nonché, ai sensi dall'art. 3 comma 3 del D.Lgs. 507/93, di messaggi diffusi nell'esercizio di attività commerciali.

Art. 28 - Limitazioni.

1. Le commissioni di manifesti non possono contenere richieste di affissione che superano:

- a. la durata di giorni 15 nel caso di manifesti di formato fino a cm 70x100, 100x140 e 140x200;
- b. la durata di giorni 56 nel caso di manifesti di formato superiore.

2. I limiti di durata indicati al comma precedente possono essere oltrepassati solo quando il maggior termine sia obbligatorio per disposizione di legge.

Art. 29 - Prenotazioni - Registro cronologico.

1. L'affissione si intende prenotata al momento del ricevimento della

commissione scritta (inviata anche via fax), accompagnata dall'attestazione dell'avvenuto pagamento del diritto.

2. Le commissioni devono specificare la denominazione del committente, il titolo preciso che comparirà sul manifesto, la quantità e il formato dei manifesti da affiggere, la suddivisione in categorie (nel caso di manifesti commerciali) e la data di affissione. Le commissioni complete di tutti gli elementi previsti sono iscritte nell'apposito registro, tenuto in ordine cronologico di prenotazione e costantemente aggiornato.

3. Il registro cronologico è tenuto presso l'Ufficio Affissioni e deve essere esibito a chiunque ne faccia richiesta.

4. Fermo restando quanto previsto dal successivo art. 57, verificato l'avvenuto pagamento del diritto, prima dell'affissione il responsabile del servizio è tenuto a rilasciare specifica ricevuta avente valore di autorizzazione.

Art. 30 - Criteri e modalità per l'espletamento del servizio.

1. I manifesti devono essere consegnati all'ufficio competente, nell'orario di apertura al pubblico, a cura del committente almeno tre giorni lavorativi prima della data prenotata per l'affissione.

2. I manifesti costituiti da più fogli devono essere accompagnati da uno schema di composizione con riferimenti numerici progressivi da sinistra a destra e dall'alto in basso dei singoli pezzi che lo compongono.

3. Oltre alle copie da affiggere dovranno essere consegnate all'ufficio due copie in più, da conservare per archivio.

4. Le affissioni devono essere effettuate secondo l'ordine di precedenza relativo al ricevimento della commissione, risultante dal registro cronologico di cui all'articolo precedente.

5. La durata dell'affissione decorre dal giorno in cui ciascuna commissione è stata eseguita al completo. Nello stesso giorno, su richiesta del committente, l'ufficio comunale mette a sua disposizione l'elenco delle posizioni utilizzate con l'indicazione dei quantitativi affissi.

6. Ogni manifesto affisso avrà impresso il timbro dell'ufficio delle pubbliche affissioni con la data di scadenza stabilita.

7. Il ritardo nell'effettuazione delle affissioni causato da avverse condizioni atmosferiche è considerato causa di forza maggiore. In ogni caso quando il ritardo è superiore a dieci giorni dalla data che era stata richiesta, l'ufficio comunale provvede a darne tempestiva comunicazione, per scritto, al committente.

8. La mancanza di spazi disponibili deve essere comunicata di norma al

committente al momento della richiesta o altrimenti per iscritto, entro 10 giorni dalla data di ricevimento della commissione, con l'indicazione del giorno in cui si presume di poter effettuare l'affissione.

9. Nei casi di cui ai commi 7 e 8 il committente può annullare la commissione con avviso da inviarsi al competente ufficio comunale prima della data proposta per l'esecuzione del servizio. L'annullamento della commissione non comporta oneri a carico del committente al quale l'ufficio comunale provvede su domanda a rimborsare integralmente la somma versata entro novanta giorni.

10. Nel caso in cui la disponibilità degli impianti consenta di provvedere all'affissione di un numero di manifesti inferiore a quelli pervenuti o per una durata inferiore a quella richiesta, l'ufficio comunale provvede ad avvertire il committente anche per scritto.

11. Il Comune ha l'obbligo di sostituire gratuitamente i manifesti strappati o comunque deteriorati e qualora non disponga di altri esemplari dei manifesti da sostituire, deve darne immediata comunicazione al richiedente mantenendo, nel frattempo, a sua disposizione i relativi spazi.

12. Il Comune si riserva la facoltà di ordinare, a suo insindacabile giudizio, per esigenze di servizio, qualsiasi spostamento di manifesti affissi o di impianti adibiti alle affissioni. Qualora lo spostamento avvenisse dalla categoria speciale alla categoria normale, o nel caso in cui il committente rinunciasse alla nuova esposizione, il Comune, su istanza del committente, provvederà al rimborso della differenza di tariffa già pagata.

13. Per motivate esigenze di servizio possono essere limitati sia il numero dei manifesti, sia la durata dell'affissione. Il servizio è tenuto a non affiggere manifesti contenenti evidenti messaggi od immagini offensive verso istituzioni, religioni o persone.

14. Le eventuali affissioni poste sopra i manifesti già tassati, richieste al servizio comunale per completamento o correzione degli stessi, sono assoggettate al pagamento del diritto pari alla tariffa prevista per i primi 10 giorni. La disposizione si applica anche quando l'affissione del manifesto e della striscia posta sopra lo stesso vengono eseguite contestualmente.

15. I manifesti pervenuti per l'affissione senza la relativa commissione formale e l'attestazione dell'avvenuto pagamento del diritto, come pure le eccedenze di qualsiasi genere, se non ritirati dal committente entro 30 giorni da quando sono pervenuti, verranno inviati al macero senza altro avviso.

16. Il servizio d'urgenza potrà essere reso, compatibilmente con le esigenze di servizio.

17. Nell'ufficio comunale devono essere tenuti a disposizione per la pubblica consultazione di chiunque ne faccia richiesta:

- a) le tariffe del servizio;
- b) il presente regolamento;
- c) l'elenco degli spazi destinati alle pubbliche affissioni con l'indicazione delle categorie alle quali detti spazi appartengono;
- d) il registro cronologico delle commissioni;

18. Gli eventuali reclami, concernenti l'attuazione pratica delle affissioni, possono essere presentati in forma scritta al Servizio comunale competente e, comunque, non oltre la scadenza del termine di validità dell'affissione. La mancata presentazione del reclamo comporta accettazione delle modalità di esecuzione del servizio, nonché la decadenza da ogni pretesa.

Art. 31 - Circuiti di impianti e scelta posizioni.

1. Il Comune, ai fini di una razionale gestione del servizio ed una oggettiva assegnazione degli spazi in relazione alla diversa efficacia pubblicitaria dei singoli impianti affissativi, istituisce, con atto del dirigente responsabile del servizio, una serie di circuiti per i vari tipi di manifesti.

2. I circuiti sono suddivisi in relazione alle tipologie ed al formato degli impianti in:

- a. circuiti di manifesti formato cm. 70 x 100;
- b. circuiti di standardi formato cm. 140 x 200 e cm. 200 x 140;
- c. circuiti di posters formato cm. 600 x 300.

3. L'utente può richiedere espressamente che l'affissione venga eseguita in un circuito prefissato disponibile da lui prescelto.

4. In ogni caso, non è consentita la scelta di posizioni singole e l'affissione di manifesti aventi formati maggiori di quelli individuati nei circuiti di cui al precedente comma 2.

Art. 32 - Maggiorazioni del diritto.

1. Il Comune applica le seguenti maggiorazioni del diritto:

- a. maggiorazione 150% per categoria speciale. Si applica alle sole affissioni di carattere commerciale;
- b. maggiorazione 100% per periodo stagionale. Si applica alle sole affissioni a carattere commerciale;
- c. maggiorazione 50% per grande formato. Si applica ai manifesti costituiti da 8 e fino a 12 fogli di cm. 70 x 100;
- d. maggiorazione 100% per grande formato. Si applica ai manifesti costituiti da più di 12 fogli di cm 70 x 100;
- e. maggiorazione 50% per commissioni di affissione inferiori a 50 fogli di cm 70 x 100;
- f. maggiorazione 10% per affissioni d'urgenza, con un minimo di euro 31,00 per ciascuna commissione di affissione. Si applica nei casi

previsti dall'art. 22, comma 9 del D.Lgs. 507/93;
g. maggiorazione 100% per scelta circuiti prefissati. Si applica con le modalità di cui all'art. 31 del presente regolamento.

2. Le maggiorazioni del diritto, a qualunque titolo previste, sono cumulabili e devono essere applicate alla tariffa base.

Art. 33 – Modalità per l'ottenimento della riduzione del diritto.

1. I comitati, le associazioni, le fondazioni ed ogni altro ente senza scopo di lucro al fine di ottenere la riduzione del 50% della tariffa del diritto di cui all'art. 20 del D.Lgs. 507/93 devono presentare copia dell'atto costitutivo e dello statuto. In alternativa può essere presentata autocertificazione nella quale sia dichiarato esplicitamente che gli scopi sociali escludono il fine di lucro. L'autocertificazione dovrà inoltre contenere le complete generalità del rappresentante legale che la sottoscrive nonché l'indicazione della sede dell'Associazione o dell'Ente.

2. La documentazione dovrà essere prodotta almeno tre giorni lavorativi prima della data richiesta per l'affissione ed ha valore, oltre a quanto previsto nei successivi commi, per le esenzioni, esclusioni e riduzioni di cui ai precedenti artt. 16, 17 e 18 riguardanti il canone per la pubblicità.

3. La mancata presentazione nei termini suddetti della documentazione per ottenere la riduzione comporta la non attribuzione della riduzione medesima.

4. Nel caso di patrocinio o partecipazione degli enti pubblici territoriali ai fini della riduzione del 50% della tariffa del diritto dovrà essere presentata idonea documentazione da produrre almeno tre giorni lavorativi prima dell'inizio dell'affissione.

5. I requisiti necessari per ottenere la riduzione sono verificati direttamente dal Funzionario responsabile attraverso l'esame dei manifesti o dei loro fac-simili. Quando ciò non sia possibile o sussistono incertezze in merito alle finalità del messaggio pubblicitario, il soggetto passivo autocertifica con apposita dichiarazione la corrispondenza delle finalità delle manifestazioni, festeggiamenti e spettacoli a quelle previste dalle norme sopracitate che danno diritto alla riduzione del diritto.

6. La presenza all'interno del manifesto di eventuali sponsor o altre diciture o logotipi a carattere commerciale, relativamente alle fattispecie previste dall'art. 20 del D.Lgs 507/93, mantiene la riduzione a condizione che la superficie utilizzata a tale scopo sia inferiore al 5% del totale.

Art. 34 - Esenzioni dal diritto.

1. Sono esenti dal diritto le fattispecie previste dall'art. 21 del D.Lgs 507/93:

a) i manifesti riguardanti le attività istituzionali del Comune di Alghero

da esso svolte in via esclusiva; (il riferimento è alle attività e funzioni che il Comune esercita secondo le leggi statali e regionali, le norme statutarie, le disposizioni regolamentari e quelle che hanno per finalità la cura degli interessi e la promozione dello sviluppo della comunità, ai sensi del D.Lgs. 18.8.2000 n° 267);

b) i manifesti riguardanti le autorità militari relativi alla iscrizione nelle liste di leva, alla chiamata ed ai richiami alle armi;

c) i manifesti dello Stato, delle Regioni o delle Province in materia di tributi;

d) i manifesti delle autorità di polizia in materia di pubblica sicurezza;

e) i manifesti relativi ad adempimenti di legge in materia di referendum, elezioni politiche, per il parlamento europeo, regionali, amministrative;

f) i manifesti concernenti corsi scolastici e professionali gratuiti regolarmente autorizzati; (il richiedente deve allegare alla richiesta copia dei documenti dai quali risulta che i corsi sono gratuiti e regolarmente autorizzati dall'autorità competente);

g) i manifesti la cui affissione sia obbligatoria per legge; (il richiedente l'affissione gratuita è tenuto a precisare la disposizione di Legge per effetto della quale l'affissione sia obbligatoria con spesa a carico del Comune);

2. La presenza all'interno del manifesto di eventuali sponsor o altre diciture o logotipi a carattere commerciale, mantiene l'esenzione a condizione che la superficie utilizzata a tale scopo sia inferiore al 5% del totale;

Art. 35 - Attività di controllo.

1. I controlli sulle affissioni, sull'assolvimento dei relativi obblighi derivanti dal diritto sulle pubbliche affissioni, sono svolti dai soggetti di cui all'art. 12 del decreto legislativo 285/92. E' altresì conferita al personale del Servizio, appositamente individuato, la potestà di effettuare sopralluoghi o verifiche ed eseguire accertamenti tecnici e non, richiedendo anche l'esibizione dei bollettini di versamento del relativo diritto, previa esibizione dell'apposito tesserino di identificazione. Il verbale di accertamento redatto dai suddetti funzionari costituisce titolo per l'azione di cui al successivo art. 36 del presente regolamento. Nell'esercizio di tali funzioni ispettive, al personale sopra indicato, sono attribuite le stesse qualifiche e prerogative della Polizia Municipale.

Art. 36 - Sanzioni amministrative.

1. Per la violazione delle norme stabilite dal presente Regolamento in esecuzione del D.Lgs. 15 novembre 1993, n. 507 si applicano le sanzioni amministrativa da euro 206,00 a euro 1.549,00. Il verbale con riportati gli estremi delle violazioni e l'ammontare della sanzione è notificato agli interessati entro 150 giorni dall'accertamento delle violazioni.

2. Indipendentemente dalla procedura di applicazione della sanzione di cui al comma precedente, il Comune o il concessionario del servizio, dispone la rimozione delle affissioni abusive.

3. Oltre all'applicazione delle sanzioni di cui al primo comma del presente articolo, il Comune provvede all'accertamento d'ufficio del canone dovuto per le affissioni abusive, disponendo il recupero dello stesso e l'applicazione delle sanzioni, delle penalità e degli interessi, così come previsto dal presente regolamento agli artt. 19 e 63.

Art. 37 - Vigenza del Regolamento.

1. Il presente Regolamento, per quanto previsto nei titoli I e II, entra in vigore a decorrere dal 1° Gennaio 2006. Le controversie attinenti il diritto sulle pubbliche affissioni appartengono alla giurisdizione tributaria ai sensi della legge 2 dicembre 2005, n. 245.

2. Il Piano Generale degli Impianti di cui al successivo titolo III è vigente dalla data di pubblicazione della delibera di approvazione.

TITOLO III

-Il Piano Generale degli Impianti -

Art. 38 – Oggetto del Piano.

1. Oggetto del presente Piano è la definizione delle tipologie, dei quantitativi e dei criteri distributivi degli impianti pubblicitari all'interno del territorio urbano del Comune di Alghero, nel rispetto delle prescrizioni e vincoli imposti dai vigenti strumenti urbanistici e dalle norme generali in materia di installazioni pubblicitarie.

Art. 39 – Obiettivi del Piano.

1. L'obiettivo principale del Piano Generale degli Impianti Pubblicitari consiste nel regolamentare la quantità e la distribuzione complessiva degli impianti pubblicitari, imponendo così la rivisitazione di quelli esistenti che spesso risultano in contrasto con quanto stabilito dal NUOVO CODICE DELLA STRADA.

2. Il potenziamento degli impianti, l'adozione di caratteristiche tipologiche e dimensionali compatibili con l'ambiente in cui vengono installati e la loro rispondenza ad esigenze di sicurezza in ambito stradale, rappresentano le strategie attuate dall'Amministrazione Comunale per sopperire ad un vuoto normativo non più procrastinabile.

3. E' altresì importante rilevare come la pubblicità, influenzando direttamente il paesaggio circostante, costituisca, di fatto, un motivo d'arredo urbano capace, se validamente regolato, di migliorare l'immagine stessa della città. Il Piano, pertanto, ha lo scopo di individuare la tipologia degli impianti pubblicitari pubblici e privati, la loro collocazione sul territorio tenendo conto delle particolari esigenze di carattere sociale, della concentrazione demografica ed economica, della salvaguardia dei beni culturali ed ambientali e della viabilità cittadina.

4. I mezzi pubblicitari non devono porsi sul territorio comunale come elementi di disturbo all'estetica ed all'ambiente naturale, ma, al contrario, ove possibile, devono diventare veri e propri elementi di arredo, in particolar modo nelle immediate vicinanze degli edifici scolastici, di culto ed a quelli storici e di uso pubblico.

Art. 40 – Ambito di applicazione del Piano.

Il Piano prende atto dell'attuale configurazione spaziale dei centri abitati e

disciplina, all'interno di tale delimitazione, l'inserimento sia temporaneo che permanente degli impianti pubblicitari sia pubblici che privati.

Le caratteristiche tipologiche, dimensionali ed il posizionamento degli impianti pubblicitari posti fuori dal centro abitato sono regolamentati dal Regolamento di esecuzione del Codice della Strada (D.P.R. 16 dicembre 1992, n. 495).

Non vengono quantificati dal presente Piano:

1. le insegne di esercizio su proprietà privata o su immobili di proprietà comunale dati in uso, locazione o concessione;
2. le insegne di esercizio installate sul suolo pubblico ed ubicate a meno di mt. 4 dall'esercizio commerciale nel medesimo lato stradale;
3. le insegne, le targhe e simili non luminose apposte su suolo pubblico per l'individuazione delle sedi di comitati, associazioni, fondazioni ed ogni altro ente che non persegua scopo di lucro;
4. i segnali turistici e di territorio di cui all'art.134 del D.P.R. 16 dicembre 1992, n. 495;
5. gli impianti pubblicitari di servizio di cui al comma 7 dell'art. 47 del D.P.R. 16 dicembre 1992, n. 495 quali le pensiline e le paline delle fermate autobus, gli orologi, le transenne parapetonali, i cestini porta rifiuti, i contenitori per la raccolta dei rifiuti solidi urbani, le panchine, i quadri planimetrici;
6. gli impianti per la pubblicità temporanea di cui al successivo articolo 48;
7. gli impianti pubblicitari ubicati internamente ed esternamente alle strutture sportive;
8. gli impianti pubblicitari non soggetti ad autorizzazione di cui al successivo art. 45;
9. gli impianti ubicati su aree od edifici privati per conto altrui o, comunque, per la vendita di pubblicità caratterizzata dall'impiego di diodi luminosi, lampadine o simili mediante controllo elettronico, elettromeccanico programmati per garantire la variabilità del messaggio;
10. gli impianti per la pubblicità da realizzarsi in luoghi pubblici o aperti al pubblico attraverso diapositive, proiezioni luminose o cinematografiche effettuate su schermi o pareti riflettenti;
11. la pubblicità visiva effettuata per conto proprio o altrui all'interno e/o all'esterno di veicoli in genere, di vetture, autobus, battelli, barche e simili, di uso pubblico o privato di cui all'art. 13.
12. la pubblicità effettuata con palloni frenanti e simili, da aeromobili mediante

scritte, striscioni, disegni fumogeni, lancio di oggetti o manifestini anche se effettuata su specchi d'acqua limitrofi al territorio comunale;

13. la pubblicità effettuata mediante distribuzione, anche con veicoli, di manifestini ed altro materiale pubblicitario oppure mediante persone circolanti con cartelli o altri mezzi pubblicitari;

14. la pubblicità effettuata a mezzo apparecchi amplificatori e simili.

15. gli impianti pubblicitari installati fuori dai centri abitati su aree demaniali dello stato, provincia o regione nonché quelli installati in aree pubbliche nelle zone specificatamente individuate dal piano urbanistico per gli insediamenti industriali, commerciali ed artigianali.

La Giunta, previa adozione di criteri uniformati a principi di trasparenza per la selezione delle domande, è autorizzata alla stipula di convenzioni della durata massima di 5 anni con imprese artigianali o commerciali per la manutenzione delle aree verdi cittadine a scomputo di canoni dovuti dalle stesse imprese per il posizionamento di impianti pubblicitari. La convenzione dovrà, comunque, indicare le somme soggette allo scomputo, tenuto conto della riduzione di cui alla lettera b. , comma 1 dell'art. 17, al fine di provvedere alla regolarizzazione contabile. A tale fine, in deroga a quanto previsto al comma 4 dell'art. 51, salvo quanto disposto dall'art. 57, è possibile l'installazione di impianti pubblicitari su aree comunali destinate a verde e nei parchi urbani a condizione che la dimensione degli impianti pubblicitari da installare non sia superiore ad 1 metro quadrato ogni ettaro di area verde oggetto di manutenzione. La dimensione del singolo impianto pubblicitario, la cui costruzione è a totale carico dell'impresa, non potrà essere inferiore a mq. 0,005 e superiore a mq. 0,35 e non potrà contenere messaggi pubblicitari diversi dall'impresa convenzionata. Tali impianti, comunque, devono essere conformi alle leggi vigenti, alle caratteristiche previste dal codice della strada ed al successivo art. 49 del presente regolamento nonché alle specifiche indicazioni fornite dall'Amministrazione Comunale per la realizzazione degli arredi urbani.

In ogni caso tutti gli impianti pubblicitari, fatta eccezione per quelli di cui al punto 8, sono soggetti ad autorizzazione da parte dell'Ufficio Demanio – Patrimonio e Pubbliche Affissioni con le modalità indicate nell'art. 57.

Art. 41 – Quadro normativo.

Le norme contenute nel presente Piano sono conformi al quadro normativo nazionale e precisamente:

1. D.L.vo 30 aprile 1992, n. 285;
2. D.P.R. 16 dicembre 1992, n. 495;
3. D.L.vo 10 settembre 1993, n. 360;
4. D.P.R. 16 settembre 1996, n. 610;
5. L. 7 dicembre 1999, n. 472;

6 D.L.vo 15 novembre 1993, n. 507;

7 D.L.vo 29 ottobre 1999, n. 490.

Art. 42 – Definizione degli impianti pubblicitari e criteri di specificazione.

S'intendono impianti o mezzi pubblicitari i manufatti definiti dall'art.37 del D.P.R. 16.9.1996, n.610, che ha modificato l'art.47 del D.P.R. 16.12.1992, n.495 (Regolamento di esecuzione e di attuazione del nuovo Codice della strada), che qui di seguito vengono elencati:

1. **insegna di esercizio**: la scritta in caratteri alfanumerici, completata eventualmente da un simbolo o da un marchio 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 diretta;

2. **cartello**: quel manufatto bidimensionale, supportato da una idonea struttura di sostegno, che è finalizzato alla diffusione di messaggi pubblicitari o propagandistici sia per luce propria che per luce indiretta;

3. **preinsegna**: la scritta in caratteri alfanumerici, completata da una freccia di orientamento, ed eventualmente da simboli e da marchi, realizzata su un 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 di svolgimento dell'attività. Può essere installata in un raggio di 5 Km. Dalla sede dell'esercizio, e non può essere luminosa, né per luce propria né per luce indiretta;

4. **manifesto**: elemento bidimensionale realizzato in materiale di qualsiasi natura, privo di rigidità, finalizzato alla diffusione di messaggi pubblicitari o propagandistici, posto in opera su strutture murarie e su altri supporti comunque diversi dai cartelli e dagli altri mezzi pubblicitari. Non può essere luminoso né per luce propria né per luce indiretta;

5. **striscione – locandina – stendardo**: elemento bidimensionale realizzato in materiale di qualsiasi natura, privo di rigidità, mancante di una superficie di appoggio o comunque non aderente alla stessa, finalizzato alla promozione pubblicitaria di manifestazioni o spettacoli. Può essere luminoso per luce indiretta. Ai sensi dell'art. 51, comma 10 del D.P.R. 495 del 1992 l'esposizione di detti impianti è limitata al periodo di svolgimento della manifestazione, dello spettacolo o dell'iniziativa cui si riferisce;

6. **Pensilina – Palina – Orologio – Transenna parapetonale – Cestino porta rifiuti – Contenitore per la raccolta differenziata dei rifiuti solidi urbani – Panchina** (ed altri impianti pubblicitari di cui al comma7 dell'art. 47 del D.P.R. n. 495 del 1992): Elemento di arredo urbano finalizzato alla fornitura di un servizio di pubblica utilità, rigidamente fissato al suolo, idoneo

all'esposizione di messaggi pubblicitari.

Criteri di specificazione:

a) Sistemazione. Le insegne, targhe, pannelli e simili si classificano secondo la loro sistemazione in:

- 1) a bandiera (orizzontale e verticale) sporgenti dal muro;
- 2) frontali (orizzontali o verticali) contro muro;
- 3) a giorno (su tetti, pensiline, cancelli, paline).

b) Dimensione e posizione delle insegne di esercizio e simili. Le dimensioni delle insegne a bandiera devono essere proporzionate all'altezza del fabbricato ed alla larghezza della sede stradale. Per la collocazione di detta pubblicità devono essere osservate le sotto indicate disposizioni:

- 1) gli impianti collocati in corrispondenza di vie e di piazze pubbliche sprovviste di marciapiede, l'altezza del mezzo pubblicitario non deve essere inferiore a m 2.50 dal piano stradale;
- 2) gli impianti installati su fabbricati nelle vie e piazze munite di marciapiede devono essere contenuti a non meno di cm 30 entro il bordo del marciapiede stesso e l'altezza non deve essere inferiore a m 2.50 dal piano stradale.
- 3) la collocazione delle insegne luminose attraverso i portici, da fondo portico o pilastro e da pilastro a pilastro può avvenire ad una altezza da terra non inferiore a m 2.50.
- 4) le insegne luminose a bandiera, da sistemarsi a fondo portico, sempre nel rispetto della altezza da terra di m 2.50, non possono sporgere oltre il quarto della larghezza del portico, compresi i supporti.

Art. 43 – individuazione quantitativa degli impianti pubblicitari.

1. Il piano in oggetto individua impianti pubblicitari per circa 3500 mq da utilizzare sia a gestione diretta sia a gestione privata per la pubblicità istituzionale, sociale e commerciale al netto di quanto previsto nel precedente art. 40.

Art. 44 – Ripartizione della superficie globale pubblicitaria tra soggetto pubblico e soggetti privati.

1. Il piano prevede la ripartizione degli impianti pubblicitari installati su aree pubbliche destinati al soggetto pubblico e quelli destinati ai privati secondo le seguenti proporzioni:

- a) 15% per impianti di proprietà esclusiva comunale destinati a messaggi di natura istituzionale, sociale ed annunci funebri;
- b) 60% per impianti di proprietà esclusiva comunale destinati a messaggi di natura commerciale;

c) 25% per impianti di proprietà privata destinati a messaggi di natura commerciale.

2. Gli impianti di cui al punto c) potranno essere utilizzati per un massimo di 3/4 da società o soggetti venditori di spazi pubblicitari e per una quota non inferiore al 1/4 da soggetti che esercitano in maniera diretta la propria pubblicità.

3. In nessun caso, comunque, il medesimo soggetto privato può utilizzare più del 25% del totale degli spazi pubblicitari messi a disposizione per la categoria di cui al punto c).

Art. 45 – Individuazione dei casi non compresi nel Piano in termini di quantità o di caratteristiche e non soggetti ad autorizzazione.

1. Non rientrano nelle quantità definite ammissibili dal presente Piano e/o non trovano in esso la loro disciplina per alcuni o tutti gli aspetti, le seguenti installazioni che non necessitano di specifica autorizzazione:

a) le installazioni pubblicitarie collocate all'interno dei locali adibiti alla vendita di beni od alla prestazione di servizi quando la pubblicità esposta si riferisca all'attività negli stessi esercitata o comunque in qualche modo ad essa collegata, nonché i mezzi pubblicitari esposti nelle vetrine (escluse le insegne) e sulle porte di ingresso dei locali medesimi purché siano attinenti all'attività in essa esercitata o comunque in qualche modo ad essa collegata;

b) le installazioni pubblicitarie effettuate all'interno, negli ingressi, nelle vetrine esterne dei locali (escluse le insegne) di pubblico spettacolo qualora si riferiscano esclusivamente alle manifestazioni in programmazione;

c) le installazioni pubblicitarie relative ai giornali ed alle pubblicazioni periodiche se esposte negli spazi di pertinenza di edicole o di negozi ove si effettua la vendita;

Art. 46 – Gli impianti di proprietà comunale.

1. Il Comune ha l'obbligo di provvedere alla manutenzione ordinaria e straordinaria degli impianti, al loro adeguamento nel rispetto del presente Piano, nonché al potenziamento degli impianti pubblicitari.

2. Sono consentite, in deroga a quanto stabilito dal presente Piano, ulteriori installazioni di impianti pubblicitari, solo per sopravvenute esigenze di pubblico servizio.

3. Tutti gli impianti di proprietà comunale dovranno riportare la scritta "Comune di Alghero - Pubbliche Affissioni"; tali impianti non sono soggetti al regime autorizzatorio fatto salvo il rispetto delle norme urbanistiche. Le entrate comunali, al netto dei costi per la gestione del servizio, relative a canoni per l'installazione di mezzi pubblicitari e diritti sulle pubbliche affissioni derivanti da

impianti ricadenti nel territorio di competenza dell'Azienda Parco di Porto Conte, sono trasferite alla Azienda stessa. A tal fine, il servizio finanziario dell'ente, in sede di predisposizione del bilancio preventivo, istituisce specifico capitolo di bilancio. Le somme dovranno essere trasferite, con le modalità concordate, a cadenza trimestrale. In caso di affidamento a terzi del servizio per la gestione degli impianti pubblicitari, tali entrate dovranno essere rendicontate in modo distinto da quelle relative alle altre aree comunali. Il comune provvede al trasferimento delle somme, al netto degli aggi, entro 30 gg. dall'avvenuto pagamento da parte del concessionario. Le spese relative alla costruzione e installazione degli impianti pubblicitari di cui al presente comma destinate al soggetto pubblico ai sensi dell'articolo 44, restano a carico dello stesso.

4. Le affissioni di manifesti sugli impianti comunali destinati alla pubblicità di natura commerciale, istituzionale e sociale devono essere effettuate, a cura del Comune, in virtù delle disposizioni previste nel titolo II del presente regolamento.

5. L'installazione degli impianti di proprietà comunale previsti dal Piano in aree demaniali dello stato, provincia o regione, è subordinata al nulla osta dell'ente competente.

Art. 47 – La pubblicità istituzionale, sociale ed annunci funebri.

1. L'affissione di manifesti di natura istituzionale, sociale, di annunci funebri o, comunque, privi di rilevanza economica da effettuarsi su impianti di proprietà del Comune, deve attenersi a quanto stabilito dal D.Lgs. n.507/93 e dal presente regolamento.

2. La superficie complessiva di tali impianti è determinata nel 15% del totale. Specifici impianti verranno riservati dall'Amministrazione per gli annunci funebri.

3. Le affissioni di cui al presente articolo devono aver luogo sugli impianti appositamente adibiti, salvo eventuali deroghe per particolari esigenze di ordine pubblico.

Art. 48 – La pubblicità temporanea.

1. Si intende impianto pubblicitario temporaneo, il manufatto che per le caratteristiche costruttive e le modalità di posa in opera non abbia carattere di oggettiva stabilità e che comunque sia di durata non superiore a mesi 3 per ciascuna autorizzazione;

2. Tale impianto può essere autorizzato unicamente durante il periodo dell'evento, manifestazione, iniziativa cui si riferiscono, oltre il periodo di 7 giorni antecedente gli eventi ai sensi del comma 10 dell'art. 51 del D.P.R. 495/92;

3. Il collocamento di tali impianti non potrà in ogni modo avere una durata complessiva superiore a 90 giorni solari.

4. E' tassativamente vietata l'installazione anche precaria di impianti pubblicitari di qualsiasi natura forma e dimensione su pali per l'illuminazione pubblica, cabine elettriche, telefoniche e altri manufatti di pubblica utilità.

Art. 49 – Caratteristiche tecniche degli impianti pubblicitari.

1. Tutti gli impianti pubblicitari da installare in modo permanente devono rispondere ad un unico criterio progettuale, se non prescritto diversamente, che tenga conto delle seguenti caratteristiche costruttive ed estetiche:

a. le strutture portanti (montanti o sostegni in genere) devono essere realizzate in materiale durevole, opportunamente trattato e verniciato per mantenerne la stabilità e durabilità.

b. le parti di impianto destinate ad accogliere le affissioni devono essere dotate di cornice e costituite da una plancia in lamiera zincata.

c. I colori ammessi per tutti gli impianti, se non prescritto diversamente, sono il verde, il fumo di Londra e l'alluminio ossidato naturale.

d. I cartelli e gli altri impianti luminosi e non luminosi devono essere realizzati in materiale avente le caratteristiche di consistenza, durevolezza, sicurezza e resistenza agli agenti atmosferici e dovranno risultare rifiniti anche sulla parte retrostante (anche se percettibili solo parzialmente alla pubblica vista).

e. Le eventuali 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.

Art. 50 – Collocazione degli impianti pubblicitari nell'ambito del centro abitato del territorio comunale.

1. L'installazione degli impianti pubblicitari all'interno del centro abitato deve essere eseguita nel rispetto dei parametri distributivi indicati nella tabella di seguito riportata, compilata in conformità al combinato disposto dall'art. 23 comma 6 del D.L.vo 30 aprile 1992, n. 285 e dall'art. 51 comma 4 del D.P.R. 16 dicembre 1992, n. 495 che definisce, a seconda della categoria di strada, il posizionamento dell'impianto pubblicitario. L'installazione degli impianti è soggetta, come previsto dal successivo art. 57, ad autorizzazione dell'Ufficio Edilizia Privata che valuterà oltre all'ubicazione, l'orientamento e la dimensione più idonea fra quelle previste nella zona interessata per un corretto inserimento paesaggistico-ambientale ed architettonico.

2. In ogni caso, fatte salve le limitazioni previste nel presente Piano e dalla normativa vigente, dovrà essere garantita una distanza minima di mt. 50 fra gli

impianti installati per le preinsegne commerciali di cui alla lettera b) dell'art. 134 del D.P.R. 16 dicembre 1992, n. 495.

3. Ai manufatti pubblicitari quantificati nel presente piano si applicano i parametri puntuali riportati in ogni singola scheda tipologica.

Tabella generale per l'inserimento degli impianti

In deroga secondo quanto stabilito dall'art. 23 comma 6 D.Lgs. 30 aprile 1992, n.285 limitatamente alle strade di tipo E ed F definite dal Nuovo Codice della Strada

Posizione dell'impianto rispetto alla strada (distanze minime)	I*	II*	III*
Prima di impianti semaforici	10m	10m	10m
Dopo impianti semaforici	10m	10m	10m
Prima di intersezioni	10m	10m	10m
Dopo le intersezioni	10m	10m	10m
Prima della segnaletica stradale di pericolo e di prescrizione	10m	10m	10m
Dopo la segnaletica stradale di pericolo e di prescrizione	10m	10m	10m
Prima della segnaletica stradale di indicazione	10m	10m	10m
Dopo la segnaletica stradale di indicazione	10m	10m	10m
Prima di attraversamenti pedonali	10m	10m	10m
Dopo gli attraversamenti pedonali	10m	10m	10m
Tra due impianti pubblicitari	25 m	25m	0m

- * **I** impianto posto in senso trasversale rispetto alla strada
II impianto posto in senso longitudinale rispetto alla strada
III impianto posto in aderenza a fabbricati o su muri

Art. 51 - Limitazioni e divieti.

1. Gli impianti pubblicitari devono avere sagoma regolare che in ogni caso non può essere quella di disco e di triangolo e non deve generare confusione con la segnaletica stradale.
2. l'uso del colore rosso o di particolari abbinamenti cromatici non deve generare confusione con la segnaletica stradale; è inoltre da evitare che il colore utilizzato per i mezzi pubblicitari sia il medesimo di quello utilizzato per lo sfondo dei segnali stradali causandone la scarsa percettibilità.
3. La collocazione di impianti pubblicitari nei luoghi sottoposti a vincolo paesaggistico-ambientale è subordinata all'autorizzazione rilasciata dai competenti organi regionali.
4. E' vietata l'installazione di qualsiasi tipo di impianto pubblicitario, con esclusione di quelli destinati alle pubbliche affissioni istituzionali, su aree comunali destinate a verde e nei parchi urbani.
5. Il posizionamento dei mezzi pubblicitari in genere deve avvenire in modo tale da consentire sempre la perfetta visibilità (nel senso di marcia) di semafori, incroci, segnali stradali di pericolo ed attraversamenti pedonali.
6. Gli impianti posti sui marciapiedi devono sempre garantire un passaggio libero per i pedoni di larghezza non inferiore a 1,5 metri.
7. Gli impianti posti in aderenza a muro devono essere posizionati in modo da risultare il più vicino possibile al muro stesso fatte salve le esigenze tecnico-costruttive.
8. E' comunque sempre vietata l'installazione di mezzi per la pubblicità (permanente e temporanea) all'interno delle rotatorie, in corrispondenza delle intersezioni, lungo le curve nell'area della corda interna tracciata tra i due punti di tangenza, in corrispondenza di cunette o dossi, sui cavalcavia e loro rampe, sui parapetti stradali, sulle banchine di sicurezza e sugli altri dispositivi laterali di protezione e di segnalamento o comunque in siti che pregiudichino la sicurezza della circolazione veicolare e pedonale.
9. Gli impianti posati diagonalmente rispetto all'asse strada devono rispettare le medesime prescrizioni relative agli impianti posti ortogonalmente all'asse stesso.
10. E' vietato utilizzare strutture provvisorie per l'apposizione di impianti pubblicitari a carattere permanente.
11. Le facciate degli immobili pubblici e privati, i porticati, gli assiti, gli steccati, i graticci e i ripari di ogni genere, ivi compresi quelli a protezione dei cantieri edili sono inutilizzabili per le pubbliche affissioni. Tale prescrizione ha effetto dal momento in cui l'Amministrazione Comunale realizza il 20% del totale dei propri impianti e comunque entro un anno dall'approvazione del presente Piano Generale degli Impianti. Nell'ambito delle zone A e B il Comune si riserva la facoltà di collocare appositi pannelli in aree date in concessione ove è consentita esclusivamente l'affissione di messaggi a carattere istituzionale in deroga al novero della superficie affissionale complessiva stabilita. L'uso esclusivo degli spazi di cui sopra, non comporta riduzione degli oneri inerenti alle occupazioni

accordate, dovuti da parte dei concessionari di suolo pubblico.

12. Per quanto non espressamente previsto valgono le disposizioni di cui al Nuovo Codice della Strada e relativo Regolamento di esecuzione.

Art. 52 – Zonizzazione del centro abitato.

1. Il centro abitato del territorio comunale algherese è suddiviso in quattro zone omogenee secondo criteri storico-culturali, di valore ambientale, di densità demografica e di viabilità. Tale suddivisione prevede installazioni di impianti pubblicitari diversi per destinazione d'uso, caratteristiche costruttive, forma e dimensioni.

Art. 53 – Ammissibilità degli impianti per la zona A.

1. La zona A rappresenta la porzione di territorio più importante dal punto di vista storico ed artistico ed è per questo motivo che lo si tutela da un sistema pubblicitario invasivo, per cui, a tutela dell'atmosfera caratteristica dell'antico borgo, i manufatti pubblicitari sono stati ridotti al minimo nel numero ed anche nel formato, preferendo messaggi di tipo istituzionale e/o sociale. Non è consentito in tale ambito l'installazione di impianti pubblicitari a carattere commerciale fatta eccezione per:

- le insegne di esercizio su proprietà privata o su immobili di proprietà comunale dati in uso, locazione o concessione;
- i segnali turistici e di territorio di cui alle lettere a), c), d), e) dell'art.134 del D.P.R. 16 dicembre 1992, n. 495;
- i quadri planimetrici definiti impianti pubblicitari di servizio di cui al comma 7 dell'art. 47 del D.P.R. 495/92;
- cartelli per monumenti contenenti messaggi pubblicitari di soggetti o aziende di riconosciuta immagine in ambito nazionale od internazionale aventi dimensione non superiore al 20% della superficie dell'impianto e comunque non maggiore di 1/8 di mq. autorizzati mediante specifica delibera di Giunta Municipale;
- gli impianti pubblicitari di cui all' art. 45 del presente regolamento.

2. Di seguito sono elencati dei prospetti recanti le varie tipologie di impianti ammissibili nella zona A con le rispettive caratteristiche tenuto conto che il dimensionamento degli impianti indicati deve intendersi larghezza per altezza:

TIPO DI IMPIANTO **CARTELLO**

TIPOLOGIA D'USO Istituzionale-Sociale

PROPRIETA' Pubblica

DURATA Permanente

DESCRIZIONE Elemento mono o bifacciale vincolato al suolo da idonea struttura di sostegno, finalizzato alla diffusione di messaggi istituzionali e/o sociali, esposizione pubblicitaria direttamente su manufatto mediante pannello serigrafato. Può essere illuminato, ma non luminoso.

DIMENSIONI AMMESSE (in cm)	70	100	140	140	200
	x	x	x	x	x
	100	140	100	200	140

POSIZIONE RISPETTO AL SUOLO (in cm)	Limite inferiore 100	Limite superiore 350
--	-------------------------	-------------------------

PRESCRIZIONI Le caratteristiche dei manufatti pubblicitari devono essere conformi a quelle riportate nella Tav. 11 allegata al presente Piano per installazioni nel borgo antico e alle Tavv.15 e 16 per installazioni in porzioni di territorio a quest'ultimo adiacenti.

TIPO DI IMPIANTO **CARTELLO AFFISSIONALE**

TIPOLOGIA D'USO Istituzionale-Sociale

PROPRIETA' Pubblica

DURATA Permanente

DESCRIZIONE Elemento mono o bifacciale vincolato al suolo da idonea struttura di sostegno, finalizzato alla diffusione di messaggi pubblicitari istituzionali o sociali, tramite sovrapposizione di altri elementi quali manifesti o simili.

DIMENSIONI AMMESSE (in cm)	70	100	140	140	200
	x	x	x	x	x
	100	140	100	200	140

POSIZIONE RISPETTO AL SUOLO (in cm)	Limite inferiore 100	Limite superiore 350
--	-------------------------	-------------------------

PRESCRIZIONI Le caratteristiche dei manufatti pubblicitari devono essere conformi a quelle riportate nella Tav. 11 allegata al presente Piano per installazioni nel borgo antico e alle Tavv.15 e 16 per installazioni in porzioni di territorio a quest'ultimo adiacenti.

TIPO DI IMPIANTO **TABELLA AFFISSIONALE**

TIPOLOGIA D'USO Istituzionale-Sociale

PROPRIETA' Pubblica

DURATA Permanente

DESCRIZIONE Elemento monofacciale vincolato totalmente a parete da idonea struttura di sostegno, finalizzato alla diffusione di messaggi pubblicitari istituzionali o sociali, sia direttamente sia tramite sovrapposizione di altri elementi quali manifesti o simili. L'impianto deve essere posizionato su frontespizi privi di aperture, elementi decorativi di pregio (ciechi).

DIMENSIONI	70	100	140	140	200
AMMESSE (in cm)	x	x	x	x	x
	100	140	100	200	140

POSIZIONE RISPETTO AL SUOLO (in cm)	Limite inferiore 100	Limite superiore 350
-------------------------------------	-------------------------	-------------------------

PRESCRIZIONI

TIPO DI IMPIANTO **TABELLA**

TIPOLOGIA D'USO Istituzionale-Sociale

PROPRIETA' Pubblica

DURATA Permanente

DESCRIZIONE Elemento monofacciale vincolato totalmente a parete da idonea struttura di sostegno, finalizzato alla diffusione di messaggi pubblicitari istituzionali o sociali. L'impianto deve essere posizionato su frontespizi privi di aperture, elementi decorativi di pregio (ciechi).

DIMENSIONI	70	100	140	140	200
AMMESSE (in cm)	x	x	x	x	x
	100	140	100	200	140

POSIZIONE RISPETTO AL	Limite inferiore	Limite superiore
SUOLO (in cm)	100	350

PRESCRIZIONI

TIPO DI IMPIANTO	TOTEM	
TIPOLOGIA D'USO	Istituzionale-Sociale	
PROPRIETA'	Pubblica	
DURATA	Permanente	
DESCRIZIONE	Elemento tridimensionale multifacciale, vincolato al suolo da qualsiasi struttura di sostegno, finalizzato alla diffusione dei messaggi pubblicitari istituzionali, sia direttamente sia con sovrapposizione di altri elementi come manifesti o simili.	
DIMENSIONI AMMESSE	Per ciascuna faccia 100 x 270	
POSIZIONE RISPETTO AL SUOLO (in cm)	Limite inferiore 80	Limite superiore 350
PRESCRIZIONI	Le caratteristiche dei manufatti pubblicitari devono essere conformi a quelle riportate nella Tav. 11 allegata al presente Piano per installazioni nel borgo antico.	

TIPO DI IMPIANTO **TRANSENNA PARAPEDONALE**

TIPOLOGIA D'USO Istituzionale-Sociale

PROPRIETA' Pubblica

DURATA Permanente

DESCRIZIONE Struttura pubblicitaria mono o bifacciale o altri mezzi espositivi di superficie inferiore ad 1 mq, solidamente vincolati a barriere parapetonali.

DIMENSIONI AMMESSE 1mq max per singolo impianto

POSIZIONE RISPETTO AL SUOLO (in cm)	Limite inferiore 20	Limite superiore 120
-------------------------------------	------------------------	-------------------------

PRESCRIZIONI Le caratteristiche dei manufatti pubblicitari devono essere conformi a quelle riportate nella Tav. 11 allegata al presente Piano per installazioni nel borgo antico.

TIPO DI IMPIANTO **OROLOGIO**

TIPOLOGIA D'USO Istituzionale-Sociale

PROPRIETA' Pubblica/Privata

DURATA Permanente

DESCRIZIONE Struttura integrata ad orologi, barometri ecc.; ad essi rigidamente vincolata finalizzata alla diffusione dei messaggi pubblicitari, direttamente con l'esposizione di elementi come pannelli serigrafati o simili.

DIMENSIONI AMMESSE Inferiore ad 1mq

POSIZIONE RISPETTO AL SUOLO (in cm)	Limite inferiore 220	Limite superiore 320
-------------------------------------	-------------------------	-------------------------

PRESCRIZIONI Le caratteristiche dei manufatti pubblicitari devono essere conformi a quelle riportate nella Tav. 11 allegata al presente Piano per installazioni nel borgo antico.

TIPO DI **QUADRO PLANIMETRICO**
IMPIANTO

TIPOLOGIA D'USO Istituzionale-Sociale/Commerciale

PROPRIETA' Pubblica/Privata

DURATA Permanente

DESCRIZIONE Elemento mono o bifacciale vincolato al suolo da idonea struttura di sostegno, finalizzato alla esposizione di planimetrie su un lato e diffusione di messaggi pubblicitari o propagandistici, tramite sovrapposizione di altri elementi quali pannelli serigrafati e simili

DIMENSIONI	70	100	140	140	200	250
AMMESSE (in cm)	x	x	x	x	x	x
	100	140	100	200	140	250

POSIZIONE	RISPETTO	Limite inferiore	Limite superiore
AL		100	350
SUOLO (in cm)			

PRESCRIZIONI

TIPO DI IMPIANTO **STENDARDO/BANDIERA**

TIPOLOGIA D'USO Istituzionale-Sociale

PROPRIETA' Pubblica/Privata

DURATA Temporanea

DESCRIZIONE Elemento mono o bidimensionale, realizzato con materiali di qualsiasi natura, privo di rigidità propria, mancante di una superficie di appoggio e comunque non aderente ad essa.

DIMENSIONI AMMESSE Non superiore a 2 mq

POSIZIONE RISPETTO AL SUOLO (in cm)	Limite inferiore 250	Limite superiore 600
-------------------------------------	-------------------------	-------------------------

PRESCRIZIONI Può essere collocato solo all'esterno del luogo dove si tiene l'evento pubblicitario.

Art. 54 – Ammissibilità degli impianti per la zona B.

1. La zona B è costituita dalla porzione di territorio a più alto flusso turistico dopo la zona A ed è contraddistinta da un notevole interesse ambientale, comprende infatti gli affacci della città di Alghero sul mare. In questa zona sono ammessi impianti pubblicitari che possono ospitare affissioni di carattere sia istituzionale che commerciale.

2. Di seguito sono elencati dei prospetti recanti le varie tipologie di impianti ammissibili nella zona B con le rispettive caratteristiche tenuto conto che il dimensionamento degli impianti indicati deve intendersi larghezza per altezza:

TIPO DI IMPIANTO **CARTELLLO**

TIPOLOGIA D'USO Istituzionale-Sociale/Commerciale

PROPRIETA' Pubblica/Privata

DURATA Permanente

DESCRIZIONE Elemento mono o bifacciale vincolato al suolo da idonea struttura di sostegno, finalizzato alla diffusione di messaggi istituzionali e commerciali, esposizione pubblicitaria direttamente su manufatto mediante pannello serigrafato. Può essere illuminato, ma non luminoso.

DIMENSIONI	70	100	140
AMMESSE (in cm)	x	x	x
	100	140	100

POSIZIONE RISPETTO AL SUOLO (in cm)	Limite inferiore 100	Limite superiore 350
-------------------------------------	-------------------------	-------------------------

PRESCRIZIONI

TIPO DI IMPIANTO **CARTELLI AFFISSIONALE**

TIPOLOGIA D'USO Istituzionale-Sociale/Commerciale

PROPRIETA' Pubblica/Privata

DURATA Permanente

DESCRIZIONE Elemento mono o bifacciale vincolato al suolo da idonea struttura di sostegno, finalizzato alla diffusione di messaggi pubblicitari istituzionali o commerciali, tramite sovrapposizione di altri elementi quali manifesti o simili. Può essere illuminato, ma non luminoso.

DIMENSIONI	70	100	140
AMMESSE (in cm)	x	x	x
	100	140	100

POSIZIONE RISPETTO AL SUOLO (in cm)	Limite inferiore 100	Limite superiore 350
-------------------------------------	-------------------------	-------------------------

PRESCRIZIONI

TIPO DI IMPIANTO **TABELLA AFFISSIONALE**

TIPOLOGIA D'USO Istituzionale-Sociale/Commerciale

PROPRIETA' Pubblica/Privata

DURATA Permanente

DESCRIZIONE Elemento monofacciale vincolato totalmente a parete da idonea struttura di sostegno, finalizzato alla diffusione di messaggi pubblicitari istituzionali o commerciali, sia direttamente sia tramite sovrapposizione di altri elementi quali manifesti o simili. L'impianto deve essere posizionato su frontespizi privi di aperture, elementi decorativi di pregio (ciechi).

DIMENSIONI	70	100	140
AMMESSE (in cm)	x	x	x
	100	140	100

POSIZIONE RISPETTO AL	Limite inferiore	Limite superiore
SUOLO (in cm)	100	350

PRESCRIZIONI

TIPO DI IMPIANTO **TABELLA**

TIPOLOGIA D'USO Istituzionale-Sociale/Commerciale

PROPRIETA' Pubblica/Privata

DURATA Permanente

DESCRIZIONE Elemento monofacciale vincolato totalmente a parete da idonea struttura di sostegno, finalizzato alla diffusione di messaggi pubblicitari istituzionali o commerciali. L'impianto deve essere posizionato su frontespizi privi di aperture, elementi decorativi di pregio (ciechi).

DIMENSIONI	70	100	140
AMMESSE (in cm)	x	x	x
	100	140	100

POSIZIONE RISPETTO AL	Limite inferiore	Limite superiore
SUOLO (in cm)	100	350

PRESCRIZIONI

TIPO DI IMPIANTO **TOTEM**

TIPOLOGIA D'USO Istituzionale-Sociale/Commerciale

PROPRIETA' Pubblica/Privata

DURATA Permanente

DESCRIZIONE Elemento tridimensionale multifacciale, vincolato al suolo da qualsiasi struttura di sostegno, finalizzato alla diffusione dei messaggi pubblicitari istituzionali o commerciali, sia direttamente sia con sovrapposizione di altri elementi come manifesti o simili.

DIMENSIONI Per ciascuna faccia
AMMESSE (in cm) 100 x 270

POSIZIONE RISPETTO AL SUOLO (in cm)	Limite inferiore 80	Limite superiore 350
-------------------------------------	------------------------	-------------------------

PRESCRIZIONI

TIPO DI IMPIANTO **CARTELLO A MESSAGGIO VARIABILE, A CASSONETTO LUMINOSO O ILLUMINATO**

TIPOLOGIA D'USO Istituzionale-Sociale/Commerciale

PROPRIETA' Pubblica/Privata

DURATA Permanente

DESCRIZIONE Elemento mono o bifacciale vincolato al suolo da idonea struttura di sostegno caratterizzato dalla presenza di cassonetto specificatamente realizzato per la diffusione di messaggi propagandistici mediante teli retroilluminati o messaggi variabili mediante l'impiego di prismi rotanti comandati da meccanismi elettromeccanici programmati. Nel caso di impianto a messaggio variabile è consentito l'inserimento di corpi illuminanti esterni.

DIMENSIONI	70	100	140
AMMESSE (in cm)	x	x	x
	100	140	100

POSIZIONE RISPETTO AL SUOLO (in cm)	Limite inferiore 100	Limite superiore 350
-------------------------------------	-------------------------	-------------------------

PRESCRIZIONI I periodi di esposizione di ogni singolo messaggio non possono essere inferiori a 30".

TIPO DI IMPIANTO **TRANSENNA PARAPEDONALE**

TIPOLOGIA D'USO Istituzionale-Sociale/Commerciale

PROPRIETA' Pubblica/Privata

DURATA Permanente

DESCRIZIONE Struttura pubblicitaria mono o bifacciale o altri mezzi espositivi di superficie inferiore ad 1 mq, solidamente vincolati a barriere parapetonali.

DIMENSIONI AMMESSE 1mq max per singolo impianto

POSIZIONE RISPETTO AL SUOLO (in cm)	Limite inferiore 20	Limite superiore 120
-------------------------------------	------------------------	-------------------------

PRESCRIZIONI

TIPO DI IMPIANTO **OROLOGIO**

TIPOLOGIA D'USO Istituzionale-Sociale/Commerciale

PROPRIETA' Pubblica/Privata

DURATA Permanente

DESCRIZIONE Struttura integrata ad orologi, barometri ecc.; ad essi rigidamente vincolata finalizzata alla diffusione dei messaggi pubblicitari, direttamente con l'esposizione di elementi come pannelli serigrafati o simili.

DIMENSIONI AMMESSE Inferiore ad 1mq

POSIZIONE RISPETTO AL SUOLO (in cm)	Limite inferiore 220	Limite superiore 320
-------------------------------------	-------------------------	-------------------------

PRESCRIZIONI

TIPO DI IMPIANTO **QUADRO PLANIMETRICO**

TIPOLOGIA D'USO Istituzionale-Sociale/Commerciale

PROPRIETA' Pubblica/Privata

DURATA Permanente

DESCRIZIONE Elemento mono o bifacciale vincolato al suolo da idonea struttura di sostegno, finalizzato alla esposizione di planimetrie su un lato e diffusione di messaggi pubblicitari o propagandistici, tramite sovrapposizione di altri elementi quali pannelli serigrafati e simili

DIMENSIONI	70	100	140
AMMESSE (in cm)	x	x	x
	100	140	100

POSIZIONE RISPETTO AL SUOLO (in cm)	Limite inferiore 100	Limite superiore 350
-------------------------------------	-------------------------	-------------------------

PRESCRIZIONI

TIPO DI IMPIANTO **STENDARDO/BANDIERA**

TIPOLOGIA D'USO Istituzionale-Sociale/Commerciale

PROPRIETA' Pubblica/Privata

DURATA Temporanea

DESCRIZIONE Elemento mono o bidimensionale, realizzato con materiali di qualsiasi natura, privo di rigidità propria, mancante di una superficie di appoggio e comunque non aderente ad essa.

DIMENSIONI AMMESSE Non superiore a 2 mq

POSIZIONE RISPETTO AL SUOLO (in cm)	Limite inferiore	Limite superiore
	250	600

PRESCRIZIONI Nel caso di pubblicità commerciale l'impianto è ammesso esclusivamente su aree private o su fabbricati.

TIPO DI IMPIANTO **STRISCIONE**

TIPOLOGIA D'USO Istituzionale-Sociale/Commerciale

PROPRIETA' Pubblica/Privata

DURATA Temporanea

DESCRIZIONE Elemento bidimensionale, situato trasversalmente su vie o piazze realizzato con materiali di qualsiasi natura, privo di rigidità propria, mancante di una superficie di appoggio e comunque non aderente ad essa.

DIMENSIONI AMMESSE Non superiore a 5 mq

POSIZIONE RISPETTO AL SUOLO (in cm)	Limite inferiore 510	Limite superiore ---
-------------------------------------	-------------------------	-------------------------

PRESCRIZIONI

TIPO DI IMPIANTO **GONFALONE**

TIPOLOGIA D'USO Istituzionale-Sociale/Commerciale

PROPRIETA' Pubblica/Privata

DURATA Temporanea

DESCRIZIONE Elemento bidimensionale, realizzato con materiali di qualsiasi natura, privo di rigidità propria mancante di una superficie di appoggio e comunque non aderente ad essa.

DIMENSIONI AMMESSE Non superiore a 1.5 mq

POSIZIONE RISPETTO AL SUOLO (in cm)	Limite inferiore	Limite superiore
	400	---

PRESCRIZIONI L'esposizione è consentita in occasione di iniziative commerciali limitatamente al periodo di svolgimento dell'iniziativa per 7 giorni prima dell'inizio della manifestazione sino a 24 ore dopo il termine. Il messaggio pubblicitario non può comunque rimanere esposto per un periodo superiore a 90 giorni. L'autorizzazione può essere rinnovata una sola volta nell'arco dell'anno solare.

Art. 55 – Ammissibilità degli impianti per la zona C.

1. La zona C rappresenta la porzione di territorio a vocazione commerciale ed a più alta concentrazione demografica del Comune di Alghero.
2. Di seguito sono elencati dei prospetti recanti le varie tipologie di impianti ammissibili nella zona C con le rispettive caratteristiche tenuto conto che il dimensionamento degli impianti indicati deve intendersi larghezza per altezza:

O DI IMPIANTO **CARTELLO**

TIPOLOGIA D'USO Istituzionale-Sociale/Commerciale

PROPRIETA' Pubblica/Privata

DURATA Permanente

DESCRIZIONE Elemento mono o bifacciale vincolato al suolo da idonea struttura di sostegno, finalizzato alla diffusione di messaggi istituzionali e commerciali, esposizione pubblicitaria direttamente su manufatto mediante pannello serigrafato. Può essere illuminato, ma non luminoso.

DIMENSIONI	70	100	140	140	200	300
AMMESSE (in cm)	x	x	x	x	x	x
	100	140	100	200	140	200

POSIZIONE RISPETTO AL SUOLO (in cm)	Limite inferiore 100	Limite superiore 450
-------------------------------------	-------------------------	-------------------------

PRESCRIZIONI

TIPO DI IMPIANTO **CARTELLI AFFISSIONALE**

TIPOLOGIA D'USO Istituzionale-Sociale/Commerciale

PROPRIETA' Pubblica/Privata

DURATA Permanente

DESCRIZIONE Elemento mono o bifacciale vincolato al suolo da idonea struttura di sostegno, finalizzato alla diffusione di messaggi pubblicitari istituzionali o commerciali, tramite sovrapposizione di altri elementi quali manifesti o simili.

DIMENSIONI	70	100	140	140	200	300
AMMESSE (in cm)	x	x	x	x	x	x
	100	140	100	200	140	200

POSIZIONE RISPETTO AL SUOLO (in cm)	Limite inferiore 100	Limite superiore 450
-------------------------------------	-------------------------	-------------------------

PRESCRIZIONI

TIPO DI IMPIANTO **TABELLA AFFISSIONALE**

TIPOLOGIA D'USO Istituzionale-Sociale/Commerciale

PROPRIETA' Pubblica/Privata

DURATA Permanente

DESCRIZIONE Elemento monofacciale vincolato totalmente a parete da idonea struttura di sostegno, finalizzato alla diffusione di messaggi pubblicitari istituzionali o commerciali, sia direttamente sia tramite sovrapposizione di altri elementi quali manifesti o simili. L'impianto deve essere posizionato su frontespizi privi di aperture, elementi decorativi di pregio (ciechi).

DIMENSIONI	70	100	140	140	200	300
AMMESSE (in cm)	x	x	x	x	x	x
	100	140	100	200	140	200

In via del tutto eccezionale sono ammessi due impianti pubblicitari da 18mq ciascuno (600x300) nelle vie Giovanni XXIII e XX Settembre in corrispondenza del loro incrocio.

POSIZIONE RISPETTO AL SUOLO (in cm)	Limite inferiore 100	Limite superiore 450
-------------------------------------	-------------------------	-------------------------

PRESCRIZIONI

TIPO DI IMPIANTO **TABELLA**

TIPOLOGIA D'USO Istituzionale-Sociale/Commerciale

PROPRIETA' Pubblica/Privata

DURATA Permanente

DESCRIZIONE Elemento monofacciale vincolato totalmente a parete da idonea struttura di sostegno, finalizzato alla diffusione di messaggi pubblicitari istituzionali o commerciali. L'impianto deve essere posizionato su frontespizi privi di aperture, elementi decorativi di pregio (ciechi).

DIMENSIONI	70	100	140	140	200	300
AMMESSE (in cm)	x	x	x	x	x	x
	100	140	100	200	140	200

POSIZIONE RISPETTO AL	Limite inferiore	Limite superiore
SUOLO (in cm)	100	450

PRESCRIZIONI

TIPO DI IMPIANTO **CARTELLO A MESSAGGIO VARIABILE, A CASSONETTO LUMINOSO O ILLUMINATO**

TIPOLOGIA D'USO Istituzionale-Sociale/Commerciale

PROPRIETA' Pubblica/Privata

DURATA Permanente

DESCRIZIONE Elemento mono o bifacciale vincolato al suolo da idonea struttura di sostegno caratterizzato dalla presenza di cassonetto specificatamente realizzato per la diffusione di messaggi propagandistici mediante teli retroilluminati o messaggi variabili mediante l'impiego di prismi rotanti comandati da meccanismi elettromeccanici programmati. Nel caso di impianto a messaggio variabile è consentito l'inserimento di corpi illuminanti esterni.

DIMENSIONI	70	100	140	140	200
AMMESSE (in cm)	x	x	x	x	x
	100	140	100	200	140

POSIZIONE RISPETTO AL SUOLO (in cm)	Limite inferiore 100	Limite superiore 350
-------------------------------------	-------------------------	-------------------------

PRESCRIZIONI I periodi di esposizione di ogni singolo messaggio non possono essere inferiori a 30".

TIPO DI IMPIANTO **TRANSENNA PARAPEDONALE**

TIPOLOGIA D'USO Istituzionale-Sociale/Commerciale

PROPRIETA' Pubblica/Privata

DURATA Permanente

DESCRIZIONE Struttura pubblicitaria mono o bifacciale o altri mezzi espositivi di superficie inferiore ad 1 mq, solidamente vincolati a barriere parapetonali.

DIMENSIONI AMMESSE 1mq max per singolo impianto

POSIZIONE RISPETTO AL SUOLO (in cm)	Limite inferiore 20	Limite superiore 120
-------------------------------------	------------------------	-------------------------

PRESCRIZIONI

TIPO DI IMPIANTO **OROLOGIO**

TIPOLOGIA D'USO Istituzionale-Sociale/Commerciale

PROPRIETA' Pubblica/Privata

DURATA Permanente

DESCRIZIONE Struttura integrata ad orologi, barometri ecc.; ad essi rigidamente vincolata finalizzata alla diffusione dei messaggi pubblicitari, direttamente con l'esposizione di elementi come pannelli serigrafati o simili.

DIMENSIONI AMMESSE Inferiore ad 1mq

POSIZIONE RISPETTO AL SUOLO (in cm)	Limite inferiore 220	Limite superiore 320
-------------------------------------	-------------------------	-------------------------

PRESCRIZIONI

TIPO DI IMPIANTO **QUADRO PLANIMETRICO**

TIPOLOGIA D'USO Istituzionale-Sociale/Commerciale

PROPRIETA' Pubblica/Privata

DURATA Permanente

DESCRIZIONE Elemento mono o bifacciale vincolato al suolo da idonea struttura di sostegno, finalizzato alla esposizione di planimetrie su un lato e diffusione di messaggi pubblicitari o propagandistici, tramite sovrapposizione di altri elementi quali pannelli serigrafati e simili

DIMENSIONI	70	100	140	140	200	300
AMMESSE (in cm)	x	x	x	x	x	x
	100	140	100	200	140	200

POSIZIONE RISPETTO AL	Limite inferiore	Limite superiore
SUOLO (in cm)	100	350

PRESCRIZIONI

TIPO DI IMPIANTO **STENDARDO/BANDIERA**

TIPOLOGIA D'USO Istituzionale-Sociale/Commerciale

PROPRIETA' Pubblica/Privata

DURATA Temporanea

DESCRIZIONE Elemento mono o bidimensionale, realizzato con materiali di qualsiasi natura, privo di rigidità propria, mancante di una superficie di appoggio e comunque non aderente ad essa.

DIMENSIONI AMMESSE Non superiore a 2 mq

POSIZIONE RISPETTO AL SUOLO (in cm)	Limite inferiore 250	Limite superiore 600
-------------------------------------	-------------------------	-------------------------

PRESCRIZIONI Nel caso di pubblicità commerciale l'impianto è ammesso esclusivamente su aree private o su fabbricati.

TIPO DI IMPIANTO **STRISCIONE**

TIPOLOGIA D'USO Istituzionale-Sociale/Commerciale

PROPRIETA' Pubblica/Privata

DURATA Temporanea

DESCRIZIONE Elemento bidimensionale, situato trasversalmente su vie o piazze realizzato con materiali di qualsiasi natura, privo di rigidità propria, mancante di una superficie di appoggio e comunque non aderente ad essa.

DIMENSIONI AMMESSE Non superiore a 5 mq

POSIZIONE RISPETTO AL SUOLO (in cm)	Limite inferiore 510	Limite superiore ---
-------------------------------------	-------------------------	-------------------------

PRESCRIZIONI

TIPO DI IMPIANTO **GONFALONE**

TIPOLOGIA D'USO Istituzionale-Sociale/Commerciale

PROPRIETA' Pubblica/Privata

DURATA Temporanea

DESCRIZIONE Elemento bidimensionale, realizzato con materiali di qualsiasi natura, privo di rigidità propria mancante di una superficie di appoggio e comunque non aderente ad essa.

DIMENSIONI AMMESSE Non superiore a 1.5 mq

POSIZIONE RISPETTO AL SUOLO (in cm)	Limite inferiore	Limite superiore
	400	---

PRESCRIZIONI L'esposizione è consentita in occasione di iniziative commerciali limitatamente al periodo di svolgimento dell'iniziativa per 7 giorni prima dell'inizio della manifestazione sino a 24 ore dopo il termine. Il messaggio pubblicitario non può comunque rimanere esposto per un periodo superiore a 90 giorni. L'autorizzazione può essere rinnovata una sola volta nell'arco dell'anno solare.

Art. 56 – Ammissibilità degli impianti per la zona D.

1. La zona D è costituita da tutto il territorio non compreso nelle zone precedenti, ovvero la parte più moderna e in continua espansione del Comune di Alghero, comprese le aree artigianali e industriali.
2. Di seguito sono elencati dei prospetti recanti le varie tipologie di impianti ammissibili nella zona D con le rispettive caratteristiche tenuto conto che il dimensionamento degli impianti indicati deve intendersi larghezza per altezza:

TIPO DI IMPIANTO **CARTELLO**

TIPOLOGIA D'USO Istituzionale-Sociale/Commerciale

PROPRIETA' Pubblica/Privata

DURATA Permanente

DESCRIZIONE Elemento mono o bifacciale vincolato al suolo da idonea struttura di sostegno, finalizzato alla diffusione di messaggi istituzionali e commerciali, esposizione pubblicitaria direttamente su manufatto mediante pannello serigrafato. Può essere illuminato, ma non luminoso.

DIMENSIONI	70	100	140	140	200	300	400	600
AMMESSE (in cm)	x	x	x	x	x	x	x	x
	100	140	100	200	140	200	300	300

POSIZIONE RISPETTO AL SUOLO (in cm)	Limite inferiore 100	Limite superiore 450
-------------------------------------	-------------------------	-------------------------

PRESCRIZIONI

TIPO DI IMPIANTO **CARTELLO AFFISSIONALE**

TIPOLOGIA D'USO Istituzionale-Sociale/Commerciale

PROPRIETA' Pubblica/Privata

DURATA Permanente

DESCRIZIONE Elemento mono o bifacciale vincolato al suolo da idonea struttura di sostegno, finalizzato alla diffusione di messaggi pubblicitari istituzionali o commerciali, tramite sovrapposizione di altri elementi quali manifesti o simili.

DIMENSIONI	70	100	140	140	200	300	400	600
AMMESSE (in cm)	x	x	x	x	x	x	x	x
	100	140	100	200	140	200	300	300

POSIZIONE RISPETTO AL SUOLO (in cm)	Limite inferiore 100	Limite superiore 450
-------------------------------------	-------------------------	-------------------------

PRESCRIZIONI

TIPO DI IMPIANTO **TABELLA AFFISSIONALE**

TIPOLOGIA D'USO Istituzionale-Sociale/Commerciale

PROPRIETA' Pubblica/Privata

DURATA Permanente

DESCRIZIONE Elemento monofacciale vincolato totalmente a parete da idonea struttura di sostegno, finalizzato alla diffusione di messaggi pubblicitari istituzionali o commerciali, sia direttamente sia tramite sovrapposizione di altri elementi quali manifesti o simili. L'impianto deve essere posizionato su frontespizi privi di aperture, elementi decorativi di pregio (ciechi).

DIMENSIONI	70	100	140	140	200	300	400	600
AMMESSE (in cm)	x	x	x	x	x	x	x	x
	100	140	100	200	140	200	300	300

POSIZIONE RISPETTO AL	Limite inferiore	Limite superiore
SUOLO (in cm)	100	450

PRESCRIZIONI

TIPO DI IMPIANTO **TABELLA**

TIPOLOGIA D'USO Istituzionale-Sociale/Commerciale

PROPRIETA' Pubblica/Privata

DURATA Permanente

DESCRIZIONE Elemento monofacciale vincolato totalmente a parete da idonea struttura di sostegno, finalizzato alla diffusione di messaggi pubblicitari istituzionali o commerciali. L'impianto deve essere posizionato su frontespizi privi di aperture, elementi decorativi di pregio (ciechi).

DIMENSIONI	70	100	140	140	200	300	400	600
AMMESSE (in cm)	x	x	x	x	x	x	x	x
	100	140	100	200	140	200	300	300

POSIZIONE RISPETTO AL	Limite inferiore	Limite superiore
SUOLO (in cm)	100	450

PRESCRIZIONI

TIPO DI IMPIANTO **TOTEM**

TIPOLOGIA D'USO Istituzionale-Sociale/Commerciale

PROPRIETA' Pubblica/Privata

DURATA Permanente

DESCRIZIONE Elemento tridimensionale multifacciale, vincolato al suolo da qualsiasi struttura di sostegno, finalizzato alla diffusione dei messaggi pubblicitari istituzionali o commerciali, sia direttamente sia con sovrapposizione di altri elementi come manifesti o simili.

DIMENSIONI Per ciascuna faccia
AMMESSE 100 x 270

POSIZIONE RISPETTO AL Limite inferiore Limite superiore
SUOLO (in cm) 80 350

PRESCRIZIONI

TIPO DI IMPIANTO **CARTELLO A MESSAGGIO VARIABILE, A CASSONETTO LUMINOSO O ILLUMINATO**

TIPOLOGIA D'USO Istituzionale-Sociale/Commerciale

PROPRIETA' Pubblica/Privata

DURATA Permanente

DESCRIZIONE Elemento mono o bifacciale vincolato al suolo da idonea struttura di sostegno caratterizzato dalla presenza di cassonetto specificatamente realizzato per la diffusione di messaggi propagandistici mediante teli retroilluminati o messaggi variabili mediante l'impiego di prismi rotanti comandati da meccanismi elettromeccanici programmati. Nel caso di impianto a messaggio variabile è consentito l'inserimento di corpi illuminanti esterni.

DIMENSIONI	70	100	140	140	200	300
AMMESSE (in cm)	x	x	x	x	x	x
	100	140	100	200	140	200

POSIZIONE RISPETTO AL SUOLO (in cm)	Limite inferiore 100	Limite superiore 350
-------------------------------------	-------------------------	-------------------------

PRESCRIZIONI I periodi di esposizione di ogni singolo messaggio non possono essere inferiori a 30".

TIPO DI IMPIANTO **TRANSENNA PARAPEDONALE**

TIPOLOGIA D'USO Istituzionale-Sociale/Commerciale

PROPRIETA' Pubblica/Privata

DURATA Permanente

DESCRIZIONE Struttura pubblicitaria mono o bifacciale o altri mezzi espositivi di superficie inferiore ad 1 mq, solidamente vincolati a barriere parapetonali.

DIMENSIONI AMMESSE 1mq max per singolo impianto

POSIZIONE RISPETTO AL SUOLO (in cm)	Limite inferiore 20	Limite superiore 120
-------------------------------------	------------------------	-------------------------

PRESCRIZIONI

TIPO DI IMPIANTO **OROLOGIO**

TIPOLOGIA D'USO Istituzionale-Sociale/Commerciale

PROPRIETA' Pubblica/Privata

DURATA Permanente

DESCRIZIONE Struttura integrata ad orologi, barometri ecc.; ad essi rigidamente vincolata finalizzata alla diffusione dei messaggi pubblicitari, direttamente con l'esposizione di elementi come pannelli serigrafati o simili.

DIMENSIONI AMMESSE Inferiore ad 1mq

POSIZIONE RISPETTO AL SUOLO (in cm)	Limite inferiore 220	Limite superiore 320
-------------------------------------	-------------------------	-------------------------

PRESCRIZIONI

TIPO DI IMPIANTO **QUADRO PLANIMETRICO**

TIPOLOGIA D'USO Istituzionale-Sociale/Commerciale

PROPRIETA' Pubblica/Privata

DURATA Permanente

DESCRIZIONE Elemento mono o bifacciale vincolato al suolo da idonea struttura di sostegno, finalizzato alla esposizione di planimetrie su un lato e diffusione di messaggi pubblicitari o propagandistici, tramite sovrapposizione di altri elementi quali pannelli serigrafati e simili

DIMENSIONI	70	100	140	140	200	300
AMMESSE (in cm)	x	x	x	x	x	x
	100	140	100	200	140	200

POSIZIONE RISPETTO AL	Limite inferiore	Limite superiore
SUOLO (in cm)	100	350

PRESCRIZIONI

TIPO DI IMPIANTO	STENDARDO/BANDIERA		
TIPOLOGIA D'USO	Istituzionale-Sociale/Commerciale		
PROPRIETA'	Pubblica/Privata		
DURATA	Temporanea		
DESCRIZIONE	Elemento mono o bidimensionale, realizzato con materiali di qualsiasi natura, privo di rigidità propria, mancante di una superficie di appoggio e comunque non aderente ad essa.		
DIMENSIONI AMMESSE	Non superiore a 3 mq		
POSIZIONE RISPETTO AL SUOLO (in cm)	Limite inferiore 250	Limite superiore 600	
PRESCRIZIONI	Nel caso di pubblicità commerciale l'impianto è ammesso esclusivamente su aree private o su fabbricati.		

TIPO DI IMPIANTO **STRISCIONE**

TIPOLOGIA D'USO Istituzionale-Sociale/Commerciale

PROPRIETA' Pubblica/Privata

DURATA Temporanea

DESCRIZIONE Elemento bidimensionale, situato trasversalmente su vie o piazze realizzato con materiali di qualsiasi natura, privo di rigidità propria, mancante di una superficie di appoggio e comunque non aderente ad essa.

DIMENSIONI AMMESSE Non superiore a 5 mq

POSIZIONE RISPETTO AL SUOLO (in cm) Limite inferiore 510 Limite superiore ---

PRESCRIZIONI

TIPO DI IMPIANTO **GONFALONE**

TIPOLOGIA D'USO Istituzionale-Sociale/Commerciale

PROPRIETA' Pubblica/Privata

DURATA Temporanea

DESCRIZIONE Elemento bidimensionale, realizzato con materiali di qualsiasi natura, privo di rigidità propria mancante di una superficie di appoggio e comunque non aderente ad essa.

DIMENSIONI AMMESSE Non superiore a 1.5 mq

POSIZIONE RISPETTO AL SUOLO (in cm)	Limite inferiore 400	Limite superiore ---
-------------------------------------	-------------------------	-------------------------

PRESCRIZIONI L'esposizione è consentita in occasione di iniziative commerciali limitatamente al periodo di svolgimento dell'iniziativa per 7 giorni prima dell'inizio della manifestazione sino a 24 ore dopo il termine.
Il messaggio pubblicitario non può comunque rimanere esposto per un periodo superiore a 90 giorni. L'autorizzazione può essere rinnovata una sola volta nell'arco dell'anno solare.

Art. 57 - Procedure di presentazione dell'istanza di autorizzazione.

1. L'esecuzione di pubblicità e l'installazione degli impianti pubblicitari di qualsiasi natura, fatta eccezione per quanto previsto dall'art. 45, è subordinata al rilascio di specifica autorizzazione.

2. L'istanza per il rilascio dell'autorizzazione diretta, fatto salvo quanto previsto nei precedenti artt. 29 e 30, indirizzata al Servizio Demanio-Patrimonio e Pubbliche Affissioni ovvero, in caso di affidamento a terzi, al gestore del servizio, deve contenere:

- a) generalità, residenza o domicilio legale, e codice fiscale del richiedente. In caso di società, occorre specificare anche la ragione sociale, la sede legale, il codice fiscale o partita iva ed il numero d'iscrizione C.C.I.A.A.;
- b) ubicazione esatta del luogo ove si intende effettuare la pubblicità e/o installare l'impianto;
- c) durata e modalità di esecuzione;
- d) eventuale documentazione di cui all'art.33 del presente regolamento.

3. Inoltre, solo in caso di installazione di impianto pubblicitario:

3a. dichiarazione, ai sensi della legge 4.01.68, n. 15, e successive modificazioni ed integrazioni, di avere stipulato adeguata polizza assicurativa di responsabilità civile e di avere l'assenso del proprietario dell'eventuale edificio o area interessata (in caso di installazione in condomini dell'amministratore);

3b. la seguente documentazione tecnica, consegnata in 9 copie a firma di tecnico abilitato che lo stesso l'Ufficio Demanio-Patrimonio e Pubbliche Affissioni ovvero il gestore del servizio sottoporrà ad autorizzazione dell'Ufficio Edilizia Privata ed a nulla osta dell'Ufficio di Polizia Municipale competente per la viabilità:

3c. planimetria in scala 1:2000 con l'indicazione del luogo di installazione dell'impianto pubblicitario;

3d. documentazione fotografica dello stato dei luoghi ove il mezzo pubblicitario verrà collocato. Le due fotografie, una panoramica e l'altra particolareggiata, dovranno avere un formato minimo di cm. 9x12;

3e. relazione tecnica descrittiva del mezzo pubblicitario e del luogo d'inserimento dello stesso, comprensiva delle caratteristiche di realizzazione, dei materiali impiegati, dei supporti o sistemi di ancoraggio, e della qualità della luce emessa;

3f. disegni particolareggiati dell'impianto pubblicitario con precisione di quote, materiali, colori e caratteri grafici, in scala non inferiore a 1:50 ed inoltre:

- a) per la collocazione su edificio, stato attuale e di progetto in scala non inferiore a 1:100 della facciata interessata;
- b) per la collocazione su sedime, stato attuale e di progetto in scala non inferiore a 1:200 della porzione di area interessata con l'esatta posizione richiesta, riferita ad elementi certi quali marciapiedi, recinzioni, alberature, elementi di arredo, edifici, etc..

Dagli elaborati di progetto si deve chiaramente evincere l'inserimento ambientale del manufatto ed il suo inserimento nel contesto urbano circostante.

3g. relazione di asseveramento a firma di tecnico abilitato in cui si dichiara:

- il rispetto delle norme del Piano Generale degli Impianti Pubblicitari;
- la conformità del manufatto con i requisiti tecnico-prestazionali indicati nel regolamento;
- idoneità statica attestando che il manufatto è stato calcolato, realizzato e verrà posto in opera tenendo conto della natura del terreno, della spinta del vento e delle caratteristiche del ponteggio, in modo da garantire la stabilità.

4. La durata dell'autorizzazione edilizia segue la validità dell'autorizzazione all'installazione del mezzo pubblicitario e non potrà, comunque, essere superiore ad anni 5. Alla scadenza l'autorizzazione dovrà essere rinnovata seguendo la medesima procedura prevista dal presente articolo. I limiti di durata non si applicano per le fattispecie di cui ai punti 1 e 9 del precedente art. 40. fatto salvo quanto previsto dai successivi articoli 60, 61, 62.

5. Le richieste riguardanti il Piano Generale degli Impianti che necessitano di autorizzazione edilizia vengono inserite, acquisita tutta la documentazione prevista, in apposito registro a cura dell'Ufficio Demanio-Patrimonio e Pubbliche Affissioni ovvero del gestore del servizio. Da tale registro devono risultare in rigoroso ordine cronologico: i riferimenti anagrafici del richiedente, la data di presentazione dell'istanza, la data di ricezione dell'autorizzazione edilizia, la data di ricezione del nulla osta dell'Ufficio di Polizia Municipale, la data di rilascio e di scadenza dell'autorizzazione.

Art. 58 – Impianti pubblicitari destinati a soggetti privati

1. La quota prevista dall'art. 44 del presente regolamento, o parte di essa, da destinarsi agli impianti di proprietà privata su aree pubbliche per la pubblicità commerciale potrà essere affidata dall'Amministrazione Comunale per una durata massima di anni 5 mediante gara o, nel caso di preminente interesse pubblico e particolari convenzioni coi privati, mediante concessione diretta.

2. La quantità e l'ubicazione degli impianti del comma 1, effettuata nelle zone ammesse (B-C-D), sarà consentita con i medesimi criteri proporzionali degli impianti commerciali comunali previsti per ciascuna zona.

Art. 59 – Impianti pubblicitari nelle strutture sportive.

1. L'Amministrazione Comunale, con specifico atto di Giunta, concede annualmente l'utilizzo di spazi pubblicitari di cui al punto 7 dell'art. 40, alle Associazioni o Società sportive che ne facciano richiesta operanti nelle medesime strutture secondo criteri proporzionali e di equità.

2. L'autorizzazione potrà essere rilasciata a condizione che:
- a. tutte le spese per l'acquisizione, l'installazione, manutenzione e rimozione degli impianti pubblicitari sia a totale carico dell'Associazione o Società;
 - b. che venga regolarmente pagato il canone per la pubblicità nonché ogni altro tributo dovuto per l'impianto;
 - c. che l'Associazione risulti in regola verso l'Amministrazione Comunale per il pagamento di qualsivoglia tributo, imposta, canone o pendenza varia.

Art. 60 – Adeguamento degli impianti pubblicitari esistenti.

1. Gli impianti pubblicitari di qualsiasi natura non rispondenti alle disposizioni del presente Piano dovranno essere riautorizzati e delocalizzati a spesa dei rispettivi proprietari nei termini prescritti dal Comune di Alghero Ufficio Demanio-Patrimonio e Pubbliche Affissioni ovvero dal gestore del servizio, e comunque entro 180 (centottanta) giorni dall'approvazione del presente Piano, fatto salvo il diritto di richiedere il rimborso della somma anticipata per la residua durata dell'autorizzazione non usufruita. I titolari di impianti di cui al punto 1 dell'articolo 40, autorizzati alla data di entrata in vigore del presente regolamento, dovranno presentare idonea dichiarazione dalla quale risultino gli estremi dell'autorizzazione edilizia e le dimensioni dell'impianto installato. La dichiarazione dovrà essere trasmessa entro 180 (centottanta) giorni dalla data di approvazione del citato schema a cura dell'Ufficio Demanio-Patrimonio e Pubbliche Affissioni da effettuarsi entro 90 gg. dall'entrata in vigore del presente regolamento. Dell'avvenuta approvazione dello schema, il servizio competente è tenuto a darne ampia comunicazione anche tramite le organizzazioni di categoria. Gli impianti per i quali non è stata presentata, entro il termine stabilito, la citata dichiarazione sono da considerarsi non autorizzati ai fini del presente Piano. Ai responsabili delle violazioni si applicano le disposizioni di cui agli artt.19 e 63.

2. Entro 60 giorni dall'approvazione del presente regolamento l'Ufficio comunica, ai detentori di impianti pubblicitari ubicati su aree pubbliche, i termini previsti dal presente regolamento entro i quali gli impianti dovranno essere adeguati. La mancata comunicazione non disapplica le disposizioni previste nel comma 1 del presente articolo.

3. Per lo spostamento di cartelli e di altri mezzi pubblicitari si procede, per ogni lato della strada, nella direzione inversa al corrispondente senso di marcia, effettuando gli spostamenti unicamente negli interspazi risultanti tra i successivi punti di riferimento (intersezioni, segnali stradali).

Art. 61 – Obblighi del titolare dell'autorizzazione.

1. L'installazione del mezzo pubblicitario da parte dei soggetti privati deve avvenire, pena la decadenza dell'autorizzazione, entro centoventi giorni dalla

data di comunicazione dell'avvenuto rilascio.

2. La collocazione del mezzo pubblicitario sarà verificata dal personale dell'Amministrazione Comunale per la verifica dell'esatto posizionamento dell'impianto, su comunicazione della ditta titolare dell'autorizzazione amministrativa.

3. Il titolare dell'autorizzazione ha obbligo di:

- a. verificare periodicamente il buono stato dell'impianto pubblicitario;
- b. effettuare periodicamente gli interventi necessari per il mantenimento delle condizioni di sicurezza;
- c. adempiere, nei termini prescritti, a tutte le disposizioni impartite dal Comune di Alghero, sia al momento del rilascio dell'autorizzazione che a seguito di intervenute e motivate esigenze;
- d. provvedere alla rimozione dell'impianto pubblicitario a seguito di rinuncia, e decadenza;

4. Su ogni impianto pubblicitario autorizzato, fatta eccezione per quelli di cui ai punti 1, 6, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14 dell'art. 40, dovrà essere saldamente fissata una targhetta metallica, a cura e spese del titolare dell'autorizzazione, posta in posizione facilmente accessibile, sulla quale sono riportati, con caratteri incisi, i seguenti dati:

- comune di Alghero;
- soggetto titolare;
- numero dell'autorizzazione;
- data di scadenza.

Qualora risulti difficoltosa l'applicazione della targhetta, è ammesso che i dati identificativi sopra citati siano riportati con scritte a carattere indelebile.

La targhetta deve essere sostituita ad ogni rinnovo dell'autorizzazione ed ogni qualvolta intervenga una variazione di uno dei dati su di essa riportati.

Art. 62 – Cessazione dell'autorizzazione.

1. L'autorizzazione all'installazione di impianti pubblicitari da parte di soggetti privati può essere revocata prima della scadenza naturale per:

- inadempienze degli obblighi da parte del titolare dell'impianto;
- motivi di interesse pubblico legati alla realizzazione di interventi pubblici sul territorio comunale incompatibili con la permanenza dell'impianto;
- formale rinuncia presentata dal titolare dell'impianto con la riconsegna dell'autorizzazione;
- mancata corresponsione del canone sulla pubblicità;
- mancato utilizzo dell'impianto per un periodo superiore ad un anno.

Art. 63 – Sanzioni.

1. L'esecuzione di pubblicità e/o l'installazione di un impianto pubblicitario collocato sul territorio comunale senza la prescritta autorizzazione costituisce una violazione al presente Piano ed è punibile con una sanzione amministrativa prevista dall'art.24 del D. Lgs. n.507/93 e successive modificazioni ed integrazioni.

2. Ai sensi dell'art.3 e dell'art.52 del D.P.R. 26/10/72 n.639 e del D.P.R. 15/06/59 n.393, il Comune di Alghero dovrà, altresì, disporre la rimozione dell'impianto pubblicitario abusivo, previa notifica del relativo provvedimento, ed in caso di inottemperanza nel termine fissato, procedere alla rimozione d'ufficio, addebitando ai responsabili le spese sostenute, ferma restando la possibilità di effettuare l'immediata copertura della pubblicità abusiva.

3. Ai sensi dell'art. 6 della legge 25 marzo 1997, n. 77, in caso di recidiva nella utilizzazione di mezzi pubblicitari e nella occupazione di suolo pubblico in violazione delle norme di legge e del regolamento comunale, l'autorità che ha rilasciato l'autorizzazione per l'esercizio dell'attività di vendita in sede fissa e su area pubblica di cui alle leggi 11 giugno 1971, n. 426 e 28 marzo 1991 n. 112, nonché per l'esercizio dell'attività di somministrazione al pubblico di alimenti e bevande di cui alla legge 25 agosto 1991, n. 287, dispone, previa diffida, la sospensione dell'attività per un periodo non superiore a 3 giorni.