



COMUNE DI CONVERSANO
(Provincia di Bari)



**PIANO GENERALE
DEGLI
IMPIANTI PUBBLICITARI**

**Approvato
con Delibera di Consiglio Comunale
n. 42 nell'adunanza del 16.09.2005**



PREAMBOLO

La presente proposta di Regolamento della Pubblicità e delle Pubbliche Affissioni nonché del Piano Generale degli impianti e relative Norme Tecniche di Attuazione, è scaturita dall'esigenza, anche se con più di due lustri di ritardo, di dotare l'Ente di un'organica disciplina nella materia che ci occupa, partendo da un'attenta ricognizione degli impianti esistenti, per giungere, alla luce delle norme che disciplinano l'intero settore, ad una proposta organica di sviluppo sul territorio comunale.

Il Comune di Conversano, pur avendo adottato il Regolamento approvato con delibera di Consiglio Comunale 28 dicembre 1994, N. 120, recante "la disciplina dell'Imposta di Pubblicità e i Diritti sulle Pubbliche affissioni", così come previsto dagli artt. 3 comma 5 e 36 comma 2 del D.Lgs. n. 507/93 – il cui ambito di applicazione era riferito all'anno 1995 – non ha mai redatto il Piano Generale triennale degli impianti, propedeutico allo stesso; pertanto, il Comune di Conversano dall'emanazione del predetto Regolamento, non aveva ancora disciplinato definitivamente il settore.

La presente proposta, ha tenuto nella dovuta considerazione l'esteso sviluppo del territorio comunale, accentuatosi nell'ultimo decennio; tale circostanza ha costituito il fondamento del considerevole aumento degli spazi da destinare alla pubblicità, dai quali potrà derivare il conseguente considerevole aumento delle entrate da essa derivanti.

E' stata posta particolare attenzione all'enorme pregio del nostro Centro Storico, ma senza, per questo, penalizzare la restante parte del territorio; è stata posta particolare attenzione alle esigenze di tutela, sia sotto l'aspetto urbanistico, che sotto quello paesaggistico, nonché al rispetto delle norme del vigente Codice della Strada.

Nell'abitato di Conversano – esteso su circa 7,5 kmq – attualmente risultano in opera circa 800 mq. di impianti pubblicitari e circa 450 mq. di impianti destinati alle pubbliche affissioni. Quest'ultima tipologia di impianti, peraltro, risulta essere per oltre il 95% non conforme alle più elementari norme di sicurezza, oltre che alle norme che regolamentano la materia; quasi tutti necessitano del completo rifacimento, mentre solo alcuni di interventi di manutenzione..



Anche in applicazione dell'art. 18, D.Lgs. n. 507/93, dal rapporto proporzionale "superficie territoriale/popolazione" è scaturito che gli impianti pubblicitari permanenti, eccettuate le insegne d'esercizio e le targhe professionali, può essere determinata in 2.400 mq. – 100 mq per ogni 1000 abitanti 1– mentre la superficie destinabile agli impianti per le pubbliche affissioni (che restano di di proprietà comunale) può essere determinata in 400 mq. (comunque superiore a 12 mq per ogni 1000 abitanti, come previsto dal citato D.Lgs. n. 507/93) così distribuita:

- per affissioni di natura istituzionale e sociale mq. 40 (pari al 10%);
- per affissioni di natura commerciale mq. 360 (pari al 90%);

Inoltre, la superficie da destinare alla pubblicità effettuata da privati su impianti propri di tipo cartellonistica può essere determinata in mq. 1.580 (pari al 66% dei 2.400 mq), mentre la pubblicità estesa con elementi di arredo urbano quali pensiline, paline, orologi, etc., può essere determinata in mq. 480 (pari al 20%).

Dai riferimenti innanzi descritti, scaturiscono alcune considerazioni. Il Comune di Conversano, nonostante la congiuntura internazionale, seppure a piccoli passi, risulta essere in crescita; ogni anno si registra un aumento di attività economiche nei vari settori, ognuna di esse bisognosa di pubblicità utile per la loro crescita. Inoltre, attraverso una organica disciplina del Settore pubblicitario, accompagnato da sistematici controlli da parte degli Organi all'uopo preposti, si potrà determinare un notevole incremento delle obbligazioni tributarie in favore dell'Ente.



INDICE

TITOLO I - Disposizioni generali

Art. 1 – Norme Generali	pag. 6
Art. 2 – Finalità del piano degli impianti pubblicitari.....	“ “
Art. 3 – Ambito di applicazione delle norme.....	“ “
Art. 4 – Criteri del piano degli impianti	“ 7

TITOLO II – Quantità degli impianti – Tipologie – Definizioni - caratteristiche e ubicazione dei mezzi pubblicitari

Art. 5 – Quantità degli impianti	pag. 8
Art. 6 – Tipologie dei mezzi pubblicitari	“ “
Art. 7 – Impianti di pubblicità varia	“ 9
Art. 8 – Pubblicità permanente e temporanea	“ “

TITOLO III – Tipologia “A” – Esposizioni semplici

Art. 9 – Locandine, manifesti, vetrofanie, scritte: definizione	pag. 11
Art.10 – Ubicazione e zonizzazione delle esposizioni semplici	“ “

TITOLO IV - Tipologia “B” – Insegne – Targhe - Preinsegne

Art.11 – Insegna di esercizio: definizione	pag. 12
Art.12 – Ubicazione e zonizzazione delle insegne di esercizio	“ “
Art.13 – Definizione, ubicazione e zonizzazione delle targhe	“ 14
Art.14 – Preinsegne: definizione	“ “
Art.15 – Dimensioni e caratteristiche delle preinsegne	“ 15
Art.16 – Zonizzazione delle preinsegne	“ 16
Art.17 – Ubicazione delle preinsegne lungo le strade e piazze e/o visibili da esse ..	“ “

TITOLO V – Tipologia “C” – Cartellonistica

Art.18 – Cartello: definizione	pag. 17
Art.19 – Plance a muro: definizione	“ “
Art.20 – Dimensioni e caratteristiche delle plance a muro	“ “
Art.21 – Zonizzazione delle plance a muro	“ 19
Art.22 – Ubicazione delle plance a muro lungo le strade e piazze e/o visibili da esse ...	“ “
Art.23 – Plance autoportanti: definizione	“ “
Art.24 – Dimensioni e caratteristiche delle plance autoportanti	“ “
Art.25 – Zonizzazione delle plance autoportanti	“ 20
Art.26 – Ubicazione delle plance autoportanti lungo le strade e piazze e/o visibili da esse ..	“ 21
Art.27 – Bachecha: definizione	“ 22
Art.28 – Dimensioni e caratteristiche delle bacheche	“ “
Art.29 – Zonizzazione delle bacheche	“ 23
Art.30 – Ubicazione delle bacheche lungo le strade e piazze e/o visibili da esse	“ “
Art.31 – Cartelloni: definizione	“ “
Art.32 – Dimensioni e caratteristiche dei cartelloni	“ “
Art.33 – Zonizzazione dei cartelloni	“ 24
Art.34 – Ubicazione dei cartelloni lungo le strade e piazze e/o visibili da esse	“ “
Art.35 – Totem pubblicitari: definizione	“ 25
Art.36 – Dimensioni e caratteristiche dei totem pubblicitari	“ “
Art.37 – Zonizzazione dei totem pubblicitari	“ 26



Art.38 – Ubicazione dei totem pubblicitari lungo le strade e piazze e/o visibili da esse...	pag.26
Art.39 – Pubblicità a messaggio variabile e a messaggio animato: definizione	“ 27
Art.40 – Dimensioni e caratteristiche della pubblicità a messaggio variabile e a messaggio animato	“ “
Art.41 – Zonizzazione della pubblicità a messaggio variabile e a messaggio animato ..	“ 28
Art.42 – Ubicazione della pubblicità a messaggio variabile e a messaggio animato lungo le strade e piazze e/o visibili da esse	“ “
Art.43 – Aree di addensamento pubblicitario	“ “

TITOLO VII - Tipologia “D” – Striscioni – Stendardi – Bandiere – Festoni

Art.44 – Definizione di striscioni – stendardi – bandiere – festoni	pag.29
Art.45 – Dimensioni e caratteristiche di striscioni – stendardi – bandiere – festoni ...	“ “
Art.46 – Zonizzazione di striscioni – stendardi – bandiere – festoni	“ 30
Art.47 – Ubicazione di striscioni – stendardi – bandiere – festoni lungo le strade e piazze e/o visibili da esse	“ 31

TITOLO VIII – Tipologia “E” – Impianti di servizio di arredo urbano

Art.48 – Definizione degli impianti pubblicitari di servizio	pag.32
Art.49 – Dimensioni e caratteristiche degli impianti pubblicitari di servizio	“ “
Art.50 – Zonizzazione degli impianti pubblicitari di servizio	“ “
Art.51 – Ubicazione degli impianti pubblicitari di servizio lungo le strade e piazze e/o visibili da esse	“ 33

TITOLO IX -Tipologia “F” – Segni orizzontali reclamistici

Art.52 – Segni orizzontali reclamistici: definizione	pag.34
Art.53 – Dimensioni e caratteristiche dei segni orizzontali reclamistici	“ “
Art.54 – Zonizzazione dei segni orizzontali reclamistici	“ “
Art.55 – Ubicazione dei segni orizzontali reclamistici lungo le strade e piazze e/o visibili da esse	“ “

TITOLO X – Tipologia “G” – Ulteriori collocazioni pubblicitarie

Art.56 – Pubblicità su ponteggi e recinzioni di cantiere	pag.35
Art.57 – Pubblicità sui chioschi e sulle edicole	“ 37
Art.58 – Pubblicità nelle stazioni di servizio e aree di parcheggio	“ “
Art.59 – Impianti pubblicitari su lastrici solari	“ 38

TITOLO XI – Collocazione dei mezzi pubblicitari

Art.60 – Criteri generali d’installazione	pag.39
Art.61 – Targhetta d’identificazione	“ 40
Art.62 – Dimensioni e caratteristiche dei mezzi pubblicitari: norme generali	“ 41
Art.63 – Caratteristiche generali dei mezzi pubblicitari luminosi	“ 42
Art.64 – Definizione delle strade e ubicazione dei mezzi pubblicitari	“ “

TITOLO XII – Centro abitato

Art.65 – Centro abitato	pag.43
Art.66 – Superficie del Centro abitato	“ “
Art.67 – Entrata in vigore e norma transitoria	“ “

ALLEGATO “A”

Schemi grafici delle tipologie dei mezzi pubblicitari Targhetta d’identificazione	“ 45
--	------

ALLEGATO “B”

Elenco degli immobili vincolati	“ 53
---------------------------------	------



TITOLO I DISPOSIZIONI GENERALI

Art. 1 – Norme generali.

1. L'effettuazione della pubblicità nel territorio del Comune di Conversano è disciplinata dal Regolamento comunale di esecuzione al D.Lgs. n. 507/93 e sue modifiche e integrazioni (in seguito indicato come Regolamento comunale), dalle Norme Tecniche di Attuazione del presente piano e dagli elaborati grafici.
2. La Pubblica Amministrazione rende nota la disponibilità di spazi da assegnare alla pubblicità con la periodicità e gli strumenti di comunicazione più efficaci ed opportuni.

Art. 2 – Finalità del piano degli impianti pubblicitari.

1. Finalità del Piano Generale degli Impianti Pubblicitari (che in seguito sarà denominato P.G.I.P.), in ottemperanza a quanto stabilito dall'art. 3 del Regolamento comunale sulla Pubblicità, è di regolamentare l'inserimento e le varie "forme pubblicitarie", salvaguardando l'uniformità di arredo e le caratteristiche architettoniche, artistiche ed ambientali del tessuto urbano e paesaggistico del territorio comunale, nonché la sicurezza stradale, sia veicolare che pedonale.
2. Il P.G.I.P. disciplina, in particolare, le modalità e i criteri di installazione dei mezzi pubblicitari, con le relative condizioni, nel rispetto delle seguenti norme:
 - a) Codice della Strada (D.Lgs. n. 285/92) e s.m.i. e Regolamento di Esecuzione ed Attuazione del Codice della Strada (D.P.R. n. 495/92) – e loro seguenti variazioni e/o modificazioni;
 - b) Norme stradali, regionali e comunali in materia di tutela e salvaguardia del patrimonio artistico ed ambientale e specificatamente: D.Lgs. n. 42/2004; Piano Urbanistico Territoriale Tematico Paesaggio, approvato con deliberazione del Consiglio Regionale n. 1748 del 15.12.2000;
 - c) Piano Regolatore Generale di Conversano, approvato con Decreto Presidente Giunta Regionale n. 1475 dell'08.07.1976 e Regolamento Edilizio vigente;
 - d) Delibera di C.C. n. 39 del 23.07.1993, che definisce la delimitazione del Centro Abitato, ai sensi dell'art. 4 del D.Lgs. n. 285/92 (vigente "Codice della Strada").

Art. 3 – Ambito di applicazione delle norme.

1. Il Piano Generale comunale per l'Impiantistica Pubblicitaria pubblica e privata, a norma del D.Lgs. 30.04.1992 n. 285 e successive modifiche ed integrazioni si applica a tutto il territorio comunale secondo le disposizioni, i criteri di seguito riportati e le prescrizioni degli allegati e degli elaborati grafici di progetto.



2. Le norme di attuazione, gli elaborati grafici e gli allegati in seguito citati, costituiscono gli strumenti per la realizzazione del piano e ne fanno parte integrante.

Art. 4 – Criteri del piano degli impianti.

1. Il P.G.I.P. è stato elaborato con i seguenti criteri:

- a) **Zonizzazione** del territorio comunale in aree omogenee, considerate tali in base alle caratteristiche storico-ambientali, urbanistico-architettoniche e/o commerciali; tali zone sono riportate nella “mappa di zonizzazione aree omogenee” (cfr. Tav. n. 2).
 - **Zona A:** Centro Storico.
 - **Zona B:** Centro Abitato.
 - **Zona C:** Le zone per attività produttive, così come individuate nelle tavole grafiche allegate (P.I.P. Artigianale e P.I.P. Annonario).
 - **Zona D:** Restante parte del territorio comunale compresa nella perimetrazione del Centro Abitato e non inclusa nelle zone precedenti.
 - **Zona E:** Restante parte del territorio comunale fuori dalla perimetrazione del Centro Abitato e non inclusa nelle zone precedenti (zona industriale).

E' opportuno precisare che in corrispondenza delle strade di confine tra una zona e l'altra sono operanti le prescrizioni più restrittive.

Si tiene conto, altresì, della zonizzazione di cui ai P.U.T.T. Paesaggio, approvato con Delibera G.R. Puglia 15.12.2002 n. 1748, ai fini dell'individuazione delle zone vincolate ai sensi del D.Lgs. n. 42/2004, nonché le disposizioni pianificatorie che il Comune adotterà in materia ambientale.

- b) **Classificazione** dei mezzi pubblicitari per il Comune di Conversano, costituita attraverso la definizione di “gruppi tipologici” d'impianto pubblicitario.
- c) **Individuazione dei limiti di installazione per le diverse tipologie di impianti** attraverso i quali il P.G.I.P., in completamento al Regolamento di Esecuzione ed Attuazione del vigente Codice della Strada, pone i vincoli, le variazioni e le deroghe da questi demandate al P.G.I.P..



TITOLO II

QUANTITA' DEGLI IMPIANTI – TIPOLOGIE, DEFINIZIONI, CARATTERISTICHE E UBICAZIONE DEI MEZZI PUBBLICITARI

Art. 5 – Quantità degli impianti.

1. La superficie complessiva di tutti gli impianti pubblicitari permanenti, eccettuate le insegne di esercizio e le targhe professionali, è stabilita in mq. 2.400. In rapporto al numero dei residenti, al momento dell'elaborazione del piano, la quantità complessiva degli impianti è pari a circa mq 100 ogni mille abitanti.
2. La superficie degli impianti delle pubbliche affissioni di proprietà comunale è di mq 400, superiore ai 12 metri quadrati per ogni mille abitanti previsto dall'art.18 del D.Lgs. n. 507/93 e s.m.i., così distinti:
 - per affissioni di natura istituzionale e sociale è di mq 40 (10%);
 - per affissioni di natura commerciale è di mq 360 (90%).
3. La superficie da destinare a pubblicità effettuata da privati su impianti propri di tipo "cartellonistica" è di mq 1.600 (2/3 del totale), di cui massimo mq 400 (1/4 del totale) nelle Zone "A" e "B".
4. La superficie da destinare a pubblicità espressa tramite elementi di arredo urbano, quali pensiline, paline, orologi, etc. è di mq 480 (20%).

Art. 6 Tipologie dei mezzi pubblicitari.

1. Qualsiasi mezzo pubblicitario posto in luogo pubblico o aperto al pubblico o da tali luoghi percepibile, è soggetto alle specifiche limitazioni di cui al presente Regolamento.
2. In base al Regolamento di Esecuzione ed Attuazione del Codice della Strada (D.P.R. n. 495/92), al D.Lgs. n. 507/1993 e al D.Lgs. n. 285/1992, che definiscono in termini generali i vari mezzi pubblicitari, il P.G.I.P. include ulteriori tipologie di impianto pubblicitario riconducibili per analogia a quelle sinteticamente descritte dal Codice della Strada, definendo i seguenti gruppi tipologici:
 - **Tipologia A** - Tutti i mezzi, i sistemi e le tipologie di impianto pubblicitario definibili come "**esposizioni semplici**", locandine e manifesti, vetrofanie e scritte posti in opera direttamente su supporti quali vetrine, bacheche, tende e ombrelloni.
 - **Tipologia B** - Tutti i mezzi, i sistemi e le tipologie di impianto pubblicitario, anche luminosi, definibili come "**insegne di esercizio, targhe**" posti in opera direttamente su supporti murari o su strutture di



sostegno, in aggancio o appoggio ad elementi presenti in ambito urbano e nel territorio, nonché “preinsegne”.

- **Tipologia C** – Tutti i mezzi, i sistemi e le tipologie di impianto pubblicitario, anche luminosi, realizzati allo scopo di contenere i messaggi pubblicitari direttamente o con sovrapposizione di manifesti e definibili come “cartellonistica”.

Tali mezzi con superficie, minore o uguali a mq 2,80, saranno di seguito denominati “plance” e saranno distinti in riferimento alle modalità di collocazione: a muro, autoportante, su bacheca e affissioni diverse.

Tutti i mezzi, i sistemi e le tipologie di impianto pubblicitario, anche luminosi, con superficie espositiva superiore a mq 2,80; saranno di seguito definiti come “cartelloni”.

In riferimento alle caratteristiche tipologiche, la cartellonistica si distingue altresì in “quadri giganti, totem pubblicitari, pubblicità a messaggio variabile”.

- **Tipologia D** - Tutti i mezzi, i sistemi e le tipologie di impianto pubblicitario definibili come “striscioni” e “stendardi” oltre alla pubblicità tramite apposizione di “bandiere” e “festoni”.
- **Tipologia E** - Tutti mezzi, i sistemi e le tipologie di impianto pubblicitario definibili come “impianti pubblicitari di servizio” e aventi come scopo primario un servizio di pubblica utilità nell’ambito dell’arredo urbano e stradale (pensiline-fermata autobus, paline, orologi, servizi igienici, targhe viarie, archetti parapetonali, etc.), recanti uno spazio pubblicitario che può essere luminoso, sia per luce diretta che per luce indiretta.
- **Tipologia F** - Tutti i mezzi, i sistemi e le tipologie di impianto pubblicitario definibili come “segni orizzontali reclamistici” apposti direttamente sulla superficie del piano stradale.
- **Tipologia G** - Ulteriori collocazioni pubblicitarie quali “Pubblicità sui ponteggi e recinzioni di cantieri edili – Pubblicità sui chioschi e nelle edicole – Pubblicità nelle autostazioni e parcheggi – Pubblicità sui lastrici solari”.

Art. 7 – Impianti di pubblicità varia.

1. Non rientrano nelle quantità ammissibili dal presente P.G.I.P. altre forme o sistemi di pubblicità definibili come:

- a) **Pubblicità sui veicoli**
- b) **Pubblicità fonica – Pubblicità con aeromobili**
- c) **Volantinaggio**

Tali mezzi pubblicitari sono disciplinati nel Regolamento della pubblicità e delle pubbliche affissioni.

Art. 8 – Pubblicità permanente e temporanea.

1. Si intende per impianto pubblicitario temporaneo il manufatto che, indipendentemente dal supporto impiegato per l’esposizione del messaggio,



dalle caratteristiche costruttive e dalle modalità di posa in opera, non abbia carattere di oggettiva stabilità e comunque sia di durata in opera non superiore a tre mesi. Le presenti disposizioni tecniche di attuazione sono applicabili agli impianti pubblicitari a prescindere dalla loro natura permanente o temporanea.



TITOLO III TIPOLOGIA “A” – ESPOSIZIONI SEMPLICI

Art. 9 – Locandine, manifesti, vetrofanie, scritte: definizione.

1. Per “**locandine e manifesti**” si intendono gli elementi bidimensionali riportanti scritte in caratteri alfanumerici o simboli, marchi anche di fatto, fotografie, grafici o disegni, realizzati con materiali non rigidi e di natura precaria, senza una superficie di appoggio o comunque non in aderenza alla stessa.
2. Per “**vetrofanie**” si intendono pellicole di materiale non rigido e di natura precaria, trasparenti e non, applicate su vetro, riportanti scritte in caratteri alfanumerici o simboli, marchi anche di fatto, fotografie, grafici o disegni.
3. Per “**scritte**” si intendono parole o frasi scritte in caratteri alfanumerici o simboli, marchi anche di fatto riportati o su cartelli o su insegne, tende e ombrelloni.

Art. 10 – Ubicazione e zonizzazione delle esposizioni semplici.

1. L’installazione di locandine, manifesti, vetrofanie e scritte è consentita in tutte le Zone del territorio con le seguenti limitazioni:
 - a) **Esposizioni a Muro:**

Sono da considerarsi abusive, in base all’art. 51, comma 1, del Regolamento di Attuazione ed Esecuzione del codice della Strada le pubblicità realizzate con manifesti, locandine, vetrofanie e scritte, affisse direttamente sui muri delle recinzioni o sui prospetti degli edifici, collocate fuori o dentro il Centro Abitato.
 - b) **Esposizioni precarie:**

In tutto il territorio comunale, sia fuori che dentro i centri abitati, è vietata la collocazione di locandine, manifesti e scritte su supporti precari di qualunque tipo, posti in appoggio o ancoraggio su monumenti e fontane, su pali d’illuminazione o altri supporti d’impianti, su alberi, arbusti e siepi, recinzioni od altro ovvero collocati in modo tale da creare danno al decoro urbano, all’immagine ambientale e pericolo per la circolazione e la pubblica incolumità.
 - c) **Esposizione nelle vetrine e altre esposizioni consentite:**

E’ consentita l’esposizione sia sulla superficie delle vetrine che all’interno degli esercizi commerciali di manifesti, locandine, vetrofanie. Le pubblicità mediante scritte su tende e ombrelloni sono consentite limitatamente al logo o ragione sociale dell’esercizio commerciale o pubblico esercizio.



TITOLO IV TIPOLOGIA “B” – INSEGNE, TARGHE, PREINSEGNE

Art. 11 – Insegna di esercizio: definizione.

1. Per “**insegna di esercizio**” si intende la scritta in caratteri alfanumerici, completata eventualmente da simboli e da marchi anche di fatto, realizzata e supportata con materiali adeguati, installata nella sede dell’attività a cui si riferisce o nelle pertinenze accessorie alla stessa.
2. Può essere luminosa sia per luce propria che per luce indiretta e deve essere realizzata con materiali non deperibili e resistenti agli agenti atmosferici.
3. Le strutture di sostegno devono essere calcolate per resistere alla spinta del vento secondo le normative vigenti, sia globalmente che nei singoli elementi, e comunque tenendo conto dell’art. 53 del D.P.R. n. 495/92.
4. La tipologia, le finiture, i materiali e i colori, con particolare riferimento all’uso del colore rosso, devono essere caratteristiche tali da integrarsi con il contesto architettonico e non generare confusione con la segnaletica stradale.
5. Sono consentite le insegne a messaggio variabile, a condizione che siano rispettate le prescrizioni di cui all’art. 23 del Codice della Strada.

Art.12 – Ubicazione e zonizzazione delle insegne di esercizio.

1. **Nella Zona A (Centro Storico)** sono ammissibili solo insegne collocate sotto il controllo attento dell’Amministrazione comunale, secondo un progetto che si coordini al pieno rispetto dell’architettura del paesaggio urbano e del Codice della Strada, nel rispetto delle seguenti prescrizioni:
 - a) le insegne devono essere realizzate in pietra o metallo di colore “ghisa” o brunito o in rame o in ottone o in legno e posizionate solo frontalmente; non devono coprire elementi decorativi degli edifici, quali fregi, riquadri di porte finestre e balconi e devono essere interne alla sporgenza minima dello stipite e dell’architrave; inoltre devono essere contenute tra i limiti del singolo accesso;
 - b) non è consentita la sporgenza dell’insegna dal filo muro, fatta eccezione per le insegne a bandiera, consentite in tutto il Centro Storico con le seguenti prescrizioni:
 - I. rispetto dei limiti massimi previsti dal Piano Particolareggiato Centro Storico (cioè inscrivibilità in un quadrato con il lato di cm. 100, compreso l’ingombro di staffe e sostegni di ancoraggio) e comunque contenimento delle dimensioni per garantire la compatibilità ambientale;
 - II. l’intradosso del mezzo pubblicitario deve avere un’altezza dal piano di calpestio di mt.3,00 e non deve superare i 2/3 della larghezza del marciapiede;



- III. nel caso siano poste su strade prive di marciapiede, non sarà consentita alcuna installazione di insegna a bandiera;
- IV. la distanza dallo spigolo del fabbricato deve essere di almeno mt.1;
- c) le insegne possono essere illuminate dall'esterno con apparecchi integrati con il contesto sia per tipologia che per qualità della luce; non sono consentite insegne in plexiglas e insegne illuminate con lampade fluorescenti;
- d) la tipologia, le finiture, i materiali e i colori devono avere caratteristiche tali da integrarsi con il contesto architettonico.
2. **In tutte le altre Zone**, le insegne devono essere realizzate nel rispetto delle seguenti prescrizioni:
- a) realizzazione in metallo o plexiglas o legno o altri materiali e posizionamento sia frontale che a bandiera;
- b) in tutti i casi devono essere rapportate alle dimensioni dell'edificio su cui vanno collocate, nonché alle strutture architettoniche dell'edificio stesso;
- c) la sporgenza massima delle insegne frontali deve essere di cm 35 dal filo muro;
- d) le insegne a bandiera installate su muri di edifici o su recinzioni sono consentite con le seguenti prescrizioni:
- I) l'intradosso del mezzo pubblicitario deve avere un'altezza dal piano di calpestio di mt. 3,00 e nel caso siano poste su strade prive di marciapiede devono essere collocate con intradosso ad almeno mt. 5,10;
- II) la sporgenza massima dal filo muro non può essere superiore a mt. 1,5 (compreso l'ingombro di staffe e sostegni) e comunque non può superare i 2/3 della larghezza del marciapiede;
- III) nel caso di strade senza marciapiede la sporgenza massima consentita è di mt. 1,00 (compreso l'ingombro di staffe e sostegni), e la distanza minima dal limite della carreggiata è di 50 cm, nel rispetto del Codice della Strada;
- IV) la distanza dallo spigolo del fabbricato deve essere di almeno mt. 1,00;
- e) le insegne su palo sono vietate in quanto limitano la fruibilità degli spazi pubblici, con le seguenti eccezioni:
- I) limitatamente alla zona "D", sono consentite le insegne relative alle attività che non hanno un fronte su strada; in tal caso, se tali insegne di esercizio sono poste su suolo privato, sia il palo che la proiezione dell'ingombro dell'insegna devono ricadere all'interno dell'area privata, e comunque fuori dalla carreggiata; se poste su suolo pubblico il formato dell'insegna dovrà essere al massimo di cm. 70 x 100 e dovrà essere posizionata rispettando i limiti di cui alla precedente lettera d) del comma 1); per le caratteristiche e l'ubicazione del palo valgono le prescrizioni del presente Piano e del



relativo Regolamento riferite alle plance autoportanti, in quanto compatibili (vedi artt. 23 e 25);

II) le insegne delle farmacie, ambulatori ed esercizi primari di pubblica utilità e pubblici servizi sono consentite se realizzate secondo le direttive emanate dagli enti preposti, anche in deroga alle disposizioni del punto precedente;

3. **In tutte le zone** sono vietate le insegne polifacciali; inoltre, sugli edifici e nelle zone d'interesse paesaggistico vincolate ai sensi del D.Lgs n. 42/2004 l'autorizzazione è subordinata a quanto prescritto dal Decreto sopra citato.

Art. 13 – Definizione, ubicazione e zonizzazione delle targhe.

1. Le “**targhe**” indicanti professioni, mestieri ed attività in genere, anche se esenti da imposta, sono consentite in tutte le Zone.
2. Devono essere collocate lateralmente alla porta d'ingresso dell'edificio stesso e, nel caso in cui dette targhe siano in numero superiore all'unità, devono essere allineate in senso verticale ed avere dimensioni, colori e materiali rigorosamente uniformi e integrati con le caratteristiche architettoniche dell'edificio.
3. Le dimensioni massime delle targhe sono: altezza cm. 25,00; lunghezza cm. 40,00 e spessore cm. 5,00.
4. Il procedimento autorizzativo per l'installazione di targhe su edifici vincolati ai sensi del D.Lgs. n. 42/2004 (vedi elenco immobili all. “B”) è subordinato a quanto previsto dal decreto stesso.

Art.14 – Preinsegna: definizione.

1. Per “**preinsegna**” si intende l'indicatore direzionale recante scritta con caratteri alfanumerici, simboli e marchi anche di fatto, completata da freccia di orientamento, realizzata su manufatto bifacciale e bidimensionale, utilizzabile su una sola o su entrambe le facce e supportata da una idonea struttura di sostegno.
2. La preinsegna, finalizzata alla individuazione direzionale della sede dove si esercita una determinata attività viene installata in modo da facilitare il reperimento della sede stessa, comunque nelle immediate vicinanze e ad una distanza massima di 500 mt.; nonché dovrà essere rispettato quanto previsto dall'art.39 del vigente Codice della Strada e dagli artt.77-78-79-80-81 e 82 del Regolamento di Esecuzione, D.P.R. n. 495/92.
3. La preinsegna non può essere luminosa né per luce propria né per luce indiretta.



Art.15 – Dimensioni e caratteristiche delle preinsegne.

1. Le dimensioni indicate nelle disposizioni seguenti sono da intendersi riferite alla sola superficie espositiva, escluso i supporti: distanziatori e palo/i di sostegno.
2. I supporti devono essere adeguatamente dimensionati e calcolati in relazione alle superfici espositive e secondo le normative vigenti.
3. Le preinsegne devono essere realizzate in metallo e le scritte possono essere serigrafate o realizzate con diciture adesive.
4. Le preinsegne singole devono avere forme rettangolare e dimensioni contenute in mt. 1,00 di lunghezza e mt. 0,20 di altezza o in mt. 1,50 di lunghezza e mt. 0,30 di altezza.
5. I supporti dell'impianto devono essere di colore grigio canna di fucile (rif. Ral. 7022).
6. Su ogni impianto direzionale multiplo installato non possono essere collocate più di 6 tabelle per ogni senso di marcia (art. 48, comma 3, D.P.R. n. 495/92); può essere prevista al vertice dell'impianto una tabella che identifichi l'area o la zona di collocazione dell'attività (di dimensione massima di mt. 1,00/1,50 di base e mt. 0,40/0,50 di altezza) con indicazione della relativa distanza.
7. Le preinsegne, comunque, devono essere installate su strade che conducono direttamente al luogo segnalato.
8. L'altezza dal piano di calpestio del bordo inferiore dell'impianto multiplo deve essere di mt. 1,50 e l'altezza totale non potrà superare i mt. 4,00.
9. Nel caso di preinsegna singola l'altezza del bordo inferiore deve essere di mt. 2,20 ed il supporto deve essere costituito da un solo palo.
10. Ogni tabella direzionale deve essere collocata in armonia con le indicazioni direzionali delle altre tabelle e nel caso vengano aggiunte altre tabelle nel corso del tempo deve essere riorganizzata la distribuzione delle tabelle stesse nell'impianto direzionale multiplo.
11. Gli indicatori devono essere posti sempre sul margine destro della strada rispetto al senso di marcia degli autoveicoli; si potrà derogare a tale regola, consentendo quindi anche il raddoppio delle concessioni, solo nel caso in cui tali impianti si collochino all'interno di aree di sosta, parcheggi od autostazioni.
12. I colori di fondo dei singoli pannelli e delle lettere devono rispettare la normativa di cui agli artt. 78 e 134 del Regolamento di Esecuzione ed



Attuazione del vigente Codice della Strada, relativa alla segnaletica stradale ivi comprese le segnalazioni turistiche.

Art.16 – Zonizzazione delle preinsegne.

1. **Nelle Zone A e B (Centro Storico e Centro Abitato)** è vietata la pubblicità realizzata con tali sistemi, eccetto per impianti installati secondo un progetto unitario e coordinato, sottoposto all'Amministrazione comunale da gruppi coordinati di Esercenti o Associazioni, pubbliche o private, al fine di giungere ad una convenzione che verifichi le tipologie proposte, la qualità degli impianti, i punti e le modalità di installazione, e vengano soddisfatte le esigenze di un inserimento ambientale armonico.
2. **Nella Zona C (Zone produttive commerciali, artigianali e industriali)** le preinsegne sono concesse se realizzate secondo impianti multipli anche se non totalmente occupati. Solo in casi eccezionali possono essere singole.
3. **Nel resto del territorio** è possibile installare impianti singoli nel caso di una sola attività commerciale e ove si verifichi la presenza di più attività nel corso del tempo, è obbligatorio installare impianti multipli, in sostituzione del precedente impianto singolo, con spese da ripartire tra le Ditte interessate e con vincolo di solidarietà passiva nei confronti del comune.

Art. 17 – Ubicazione delle preinsegne lungo le strade e piazze e/o visibili da esse.

1. **Nel Centro Abitato**, limitatamente alle strade di quartiere, tali impianti possono essere collocati in corrispondenza delle intersezioni in qualunque posizione: perpendicolare, obliqua e parallela, purché non impediscano la visibilità della segnaletica stradale, ai sensi dell'art. 23, comma 6, del Codice della Strada e dell'art. 51 del D.P.R. n. 495/92 e s.m.i.; per le altre strade valgono i limiti dell'art. 51 del richiamato D.P.R. n. 495/92.
2. **Fuori dal Centro Abitato**, il posizionamento delle preinsegne in tutte le strade è regolamentato dall'art. 51, comma 13, del D.P.R. n. 495/92.
3. **In ogni caso** il supporto dell'impianto e la proiezione dell'intero ingombro deve lasciare uno spazio di cm. 50 dal bordo del marciapiede o dal limite della carreggiata in caso di assenza di marciapiede.



TITOLO V TIPOLOGIA “C”: CARTELLONISTICA.

Art. 18 – Cartello: definizione.

1. Per “**cartello**” si intende un manufatto bidimensionale, supportato da una idonea struttura di sostegno, con una sola o entrambe le facce finalizzate alla diffusione di messaggi pubblicitari o propagandistici sia direttamente, sia tramite sovrapposizione di altri elementi, manifesti, adesivi, ecc..
2. Può essere luminoso sia per luce propria che per luce indiretta e deve essere conforme a quanto previsto nell’art. 50 del Regolamento di Esecuzione ed Attuazione del Codice della Strada, D.P.R. n. 495/92.
3. Deve avere sagoma regolare rettangolare e particolare cautela deve essere adottata nell’uso dei colori, specialmente del rosso e del verde e del loro abbinamento, al fine di non generare confusione con la segnaletica, specialmente in corrispondenza o in prossimità delle intersezioni.
4. La tipologia, le finiture, i materiali e i colori devono avere caratteristiche tali da integrarsi con il contesto architettonico.
5. Il cartello, la cui superficie espositiva (esclusi la cornice ed i supporti) è di dimensioni minori o uguali a mq. 2,80, sarà di seguito definito “**plancia**”, mentre il cartello di dimensioni superiori a mq. 2,80, sarà definito “**cartellone**”.

Art. 19 – Plance a muro: definizione.

1. Manufatto monofacciale su supporto murario finalizzato alla diffusione di messaggi pubblicitari o propagandistici direttamente o tramite sovrapposizione di manifesti cartacei o plastificati; la forma e le dimensioni devono essere coordinate e studiate per una corretta collocazione all’interno di superfici e/o riquadrature murarie e garantire un corretto rapporto di equilibrio visivo con il contesto urbano e/o paesaggistico circostante; le strutture e i supporti dell’impianto devono essere realizzate in accordo con il contesto architettonico, per materiali, colori e dimensioni.

Art. 20 – Dimensioni e caratteristiche delle plance a muro.

1. Le dimensioni indicate nelle disposizioni seguenti sono da intendersi riferite alla sola superficie espositiva, esclusi i supporti: cornici, distanziatori e palo/i di sostegno.
2. Per le plance a muro le dimensioni consentite sono soltanto quelle modulate in rapporto agli standard affissionali cm. 70x100, 100x140, 200x140, (orizzontali o verticali).



3. I supporti devono essere adeguatamente dimensionati e calcolati in relazione alle superfici espositive e secondo le normative vigenti.
4. Nel caso di plancia luminosa (di luce propria), lo spessore massimo consentito è di cm. 20; nel caso di luce indiretta è consentita una maggior sporgenza della sola sorgente luminosa fino a cm. 50, ma sempre nel rispetto della pubblica incolumità e del decoro architettonico.
5. Le plance a muro devono essere posizionate ad una distanza non inferiore a mt. 2,50 l'una dall'altra.
6. Sui muri di recinzione con decorazioni o particolari architettonici possono essere inserite plance per affissioni a condizione che tutto lo sviluppo del muro verso la pubblica via sia coinvolto in un progetto che tenga conto delle dimensioni, dello zoccolo e/o cornici; in detto caso la superficie massima copribile deve essere inferiore al 50% della superficie totale, mentre l'altezza dei cartelli non potrà mai superare quella del muro.
7. I supporti per affissioni a muro devono avere una sporgenza massima di cm. 10; non sono ammissibili collocazioni di plance sovrapposte.
8. Le distanze delle plance dallo spigolo dei fabbricati non può essere inferiore a mt. 1,00.
9. La plancia a muro deve essere leggermente distanziata dalla parete in modo tale da permettere un minimo di ventilazione allo spazio retrostante il pannello ed impedire quindi fenomeni di condensa ed umidità stagnante.
10. Non sono ammesse collocazioni di plance che generino condizioni di pericolo per la pubblica incolumità; non è ammessa incuria nella collocazione e nella gestione degli impianti.
11. Tutti gli impianti di supporto per le affissioni devono essere ricondotti ad un modello unitario opportunamente verificato dal punto di vista delle caratteristiche cromatiche, delle finiture, del materiale utilizzato e del design, dai competenti uffici comunali; detti supporti devono essere di tipo metallico o in fusione di ghisa, colorati di colore ghisa o canna di fucile (rif. Ral. 7022) e con forme tradizionali nel Centro Storico; in tutte le altre Zone devono essere caratterizzati da linee e materiali più attuali e moderni di colore chiaro (rif. Ral. 1015).
12. Le plance illuminate per luce indiretta devono avere organi illuminanti con caratteristiche, tipologie e colori coordinati con la struttura portante.



13. E' vietata l'installazione di impianti pubblicitari, sia a carattere stabile che provvisorio, su prospetti e recinzioni di immobili vincolati, sedi di culto e di pubbliche istituzioni sulle recinzioni "a giorno" o rete metallica, sugli steccati o simili.

Art. 21 – Zonizzazione delle plance a muro.

1. **Nella Zona "A"** sono ammissibili solo le plance aventi dimensioni di cm. 70x100 e 100x140, collocate sotto valutazione attenta dell'Ufficio Tecnico comunale e secondo un progetto che si coordini al pieno rispetto dell'architettura e del paesaggio urbano.
2. **Nelle restanti Zone** sono consentite anche le plance di dimensioni cm. 140x200 (orizzontali o verticali).

Art.22 – Ubicazione delle plance a muro lungo le strade e piazze e/o visibili da esse.

1. **Fuori dal Centro Abitato** in tutte le strade le plance devono rispettare le distanze previste dall'art. 51, commi 2 e 6, del Regolamento di Esecuzione ed Attuazione del Codice della Strada.
2. **Nel Centro Abitato** devono essere soddisfatte le seguenti condizioni, in deroga all'art. 51, comma 4, del Regolamento di Esecuzione ed Attuazione del vigente Codice della Strada, ai sensi dell'art.23 del C.d.s.:
 - a) in caso di collocazione lungo le strade di scorrimento e le relative fasce di pertinenza, le plance a muro devono essere poste in posizione parallela o perpendicolare al senso di marcia dei veicoli, in aderenza per tutta la loro superficie ai fabbricati, rispettando le distanze così di seguito riportate:
 - prima e dopo l'intersezione (anche semaforizzata) **mt. 15;**
 - prima e dopo i segnali di pericolo, prescrizione e indicazione **mt.12;**
 - prima e dopo i passaggi pedonali **mt.12;**
 - prima e dopo gli imbocchi delle gallerie, sottopassi, cavalcavia e relative rampe **mt. 30;**
 - b) sono fatte salve altresì le disposizioni di cui all'art. 51, comma 6, del D.P.R. n. 495/92 per gli impianti pubblicitari paralleli al senso di marcia posti in aderenza a fabbricati.

Art. 23 – Plance autoportanti: definizione.

1. Manufatto bifacciale o monofacciale supportato da un'idonea struttura di sostegno, finalizzato alla diffusione di messaggi pubblicitari o propagandistici direttamente o tramite sovrapposizione di manifesti cartacei o plastificati.

Art.24 – Dimensioni e caratteristiche delle plance autoportanti.

1. Le dimensioni indicate nelle disposizioni seguenti sono da intendersi riferite alla sola superficie espositiva, escluso i supporti: cornici, distanziatori e palo/i di sostegno.



2. Per le affissioni su plance autoportanti le dimensioni consentite sono soltanto quelle modulate in rapporto agli standard affissionali: cm. 70x1.100x140, 200x140 (orizzontali o verticali).
3. I supporti devono essere adeguatamente dimensionati e calcolati in relazione alle superfici espositive e secondo le normative vigenti.
4. Tutte le plance devono essere collocate in modo tale che il bordo inferiore sia posizionato a non meno di mt. 1,5 dal piano di calpestio, in accordo con l'art. 49, comma 5, del D.P.R. n. 495/92, ed il bordo superiore a non più di mt. 3,50.
5. Nel caso di plancia luminosa di luce propria, lo spessore massimo consentito è di cm. 20; nel caso di luce indiretta può essere consentita una maggiore sporgenza della sola sorgente luminosa fino a cm. 50, ma sempre nel rispetto della pubblica incolumità e del decoro architettonico.
6. L'impianto pubblicitario non deve costituire ostacolo alla marcia dei pedoni, né limitazione alla visibilità per gli automobilisti, né arrecare danno alla vegetazione.
7. Non sono ammesse collocazioni di impianti che generino condizioni di pericolo per la pubblica incolumità.
8. Tutti gli impianti devono essere ricondotti ad un modello di tipo unitario opportunamente verificato dal punto di vista formale da parte degli uffici comunali competenti.
9. Gli impianti bifacciali non possono risultare formati dall'accostamento di due impianti monofacciali, ma devono essere progettati e realizzati nelle forme idonee allo scopo.
10. Tali impianti devono essere in fusione di ghisa o in metallo colorato "di colore canna di fucile" (rif. Ral. 7022), in forme tradizionali nella Zona "A"; in tutte le altre Zone devono essere caratterizzati da linee e materiali più attuali e moderni di colore chiaro (rif. Ral. 1015).
11. In tutte le strade e piazze le plance possono essere posizionate o solo verticali o solo orizzontali; è facoltà dell'Amministrazione prescrivere il posizionamento, tenuto conto della situazione preesistente.

Art. 25 – Zonizzazione delle plance autoportanti.

1. **Nella Zona "A"**, sono ammissibili solo impianti aventi dimensione di cm. 70x100 e 100x140, collocati sotto il controllo attento dell'Ufficio Tecnico comunale, nel pieno rispetto dell'architettura e del paesaggio urbano.



2. **Nelle altre Zone**, sono consentite dimensioni maggiori, nel pieno rispetto delle prescrizioni del presente Regolamento.
3. **In tutte le Zone** e nelle piazze, così come individuate dalla toponomastica, la dimensione massima consentita per le plance è di cm. 70x100; la superficie complessiva degli impianti non deve comunque essere superiore all'1% della superficie della piazza.

Art. 26 – Ubicazione delle plance autoportanti lungo le strade e piazze e/o visibili da esse.

1. **Fuori dal Centro Abitato**, in tutte le strade le plance autoportanti devono rispettare le distanze previste dall'art. 51, commi 2 e 6, del Regolamento di Esecuzione ed Attuazione del Codice della Strada.
2. **Nel Centro Abitato**, devono essere osservate le seguenti prescrizioni:
 - a. E' vietata l'installazione di plance autoportanti su marciapiedi di larghezza inferiore a mt. 1,50.
 - b. Nel caso di marciapiedi di larghezza superiore a mt. 1,50 le plance autoportanti parallele al senso di marcia devono essere posizionate ad una distanza dal cordolo del marciapiede di mt. 0,50.
 - c. Le plance possono essere posizionate in senso perpendicolare al senso di marcia, ad una distanza dal cordolo del marciapiede di mt. 0,50, solo su marciapiedi che consentano un passaggio pedonale libero di almeno mt. 2,00.
 - d. La larghezza del passaggio pedonale e la distanza dal cordolo devono essere calcolate dal limite dell'ingombro effettivo della plancia.
 - e. E' consentita l'installazione di plance su marciapiedi ad una distanza non inferiore a mt. 2,00 dal fronte degli edifici e almeno ad una distanza di mt. 1,50 dalla sporgenza dei balconi o delle pensiline. L'impianto non deve interferire con mezzi pubblicitari posti su edifici o muri di recinzione.
 - f. Sulle pertinenze di esercizio comprese tra carreggiate contigue non a raso (che costituiscono marciapiede) è ammessa l'installazione di plance parallele al senso di marcia, unicamente nel Centro Abitato, con una distanza reciproca tra gli impianti di mt. 25,00.
 - g. La distanza tra plance autoportanti non deve essere inferiore a mt. 25,00.
 - h. Su marciapiedi alberati, piazze e slarghi, le plance, ove siano di tipo luminoso, non devono determinare fenomeni di abbagliamento ed essere in contrasto con la tipologia della luce e lo stile degli organi illuminanti preesistenti.
 - i. In caso di collocazione di plance autoportanti, lungo le strade di scorrimento e le relative fasce di pertinenza, devono essere soddisfatte le



seguenti condizioni, in deroga all'art. 51, comma 4, del Regolamento di Esecuzione ed Attuazione del vigente C.d.S. (D.P.R. n. 495/92), ai sensi dell'art. 23 del C.d.S.:

- Prima e dopo l'intersezione (anche semaforizzata) **mt. 15,00**
- Prima e dopo i segnali di pericolo, prescrizione e indicazione **mt. 12,00**
- Prima e dopo i passaggi pedonali **mt. 12,00**
- Prima e dopo gli imbocchi delle gallerie, sottopassi, cavalcavia e relative rampe **mt. 30,00**

Art. 27 – Bachecca: definizione.

1. Manufatto bifacciale o monofacciale supportato da un'ideale struttura di sostegno, o posto in aderenza ad una parete, finalizzato alla diffusione di messaggi di comunicazione sociale, culturale e istituzionale, ovvero commerciale tramite apposizione di manifesti, giornali o locandine.
2. Possono essere realizzati con strutture a telaio semplice o apribile a compasso con cristallo di tipo antinfortunistico; la superficie del cristallo, all'interno della cornice di supporto perimetrale, deve essere unica e non suddivisa in riquadri.
3. L'autorizzazione per l'apposizione in bacheche monofacciali è vietata per attività commerciali indirizzate alla vendita di prodotti e/o servizi a scopo di lucro, fatta eccezione per quelle collocate in corrispondenza dell'attività.
4. La pubblicità commerciale è inoltre consentita solo per le bacheche di tipo bifacciale e solo da un lato deve essere destinato a comunicazioni di tipo sociale, culturale e istituzionale.

Art. 28 – Dimensioni e caratteristiche delle bacheche.

1. Le dimensioni indicate nelle disposizioni seguenti sono da intendersi riferite alla sola superficie espositiva, escluso i supporti: cornici, distanziatori e palo/i di sostegno.
2. Le bacheche devono avere le seguenti dimensioni: larghezza variabile (cm. 140 o 200), altezza cm. 140 e profondità massima di cm. 25; devono essere illuminate con luci interne alla struttura. Il bordo inferiore della bachecca deve essere a non meno di mt. 1,5 dal piano di calpestio del marciapiede.
3. Detti impianti devono essere in fusione di ghisa o in metallo colorato "di colore canna di fucile" (rif. Ral. 7022) in forme tradizionali nella Zona "A", in tutte le altre Zone devono essere caratterizzati da linee e materiali più attuali e moderni di colore chiaro (rif. Ral. 1015).
4. I supporti devono essere adeguatamente dimensionati e calcolati in relazione alle superfici espositive e secondo le normative vigenti.



5. Per quanto concerne le tipologie, i colori e le modalità di installazione, le affissioni in bacheca devono attenersi a quanto prescritto dal presente Regolamento per le affissioni su plance a muro o autoportanti.

Art. 29 – Zonizzazione delle bacheche.

1. L'installazione di tali impianti è concessa in ogni Zona del territorio comunale a patto che non danneggino, nella loro collocazione, il decoro architettonico-ambientale e si inseriscano in piena armonia formale e cromatica con l'intorno fisico.
2. Le bacheche possono essere installate in prossimità di Sedi di Istituzioni per l'esposizione di manifesti e altro materiale informativo di carattere culturale o sociale.

Art. 30 – Ubicazione delle bacheche lungo le strade e piazze e/o visibili da esse.

1. L'ubicazione lungo le strade a seconda della tipologia, è condizionata alle norme già citate per le plance a muro o le plance autoportanti del presente Regolamento.

Art. 31 – Cartelloni: definizione.

1. Sono definiti cartelloni tutti quegli impianti pubblicitari bifacciali o monofacciali, a muro o autoportanti, che superano mq. 2,80 di superficie espositiva, finalizzati alla diffusione di messaggi pubblicitari o propagandistici direttamente o tramite sovrapposizione di manifesti cartacei o plastificati.

Art. 32 – Dimensioni e caratteristiche dei cartelloni.

1. Le dimensioni indicate nelle disposizioni seguenti sono da intendersi riferite alla sola superficie espositiva, escluso i supporti: cornici, distanziatori e palo/i di sostegno.
2. In tutte le Zone, ove è consentito, i cartelloni delle dimensioni di cm. 300x200 e cm. 600x300, non possono superare la superficie utile complessiva massima di 18,00 metri quadri per ogni lato di affaccio con un massimo di due lati di affaccio.
3. I supporti devono essere adeguatamente dimensionati e calcolati in relazione alle superfici espositive e secondo le normative vigenti.
4. I cartelloni devono essere collocati in modo tale che il bordo inferiore degli stessi sia posto a non meno di mt. 2,20 dal piano di calpestio; l'altezza massima da terra dell'impianto (compresi i supporti) deve essere minore o uguale a mt. 6,00, fatta eccezione per quei cartelli in aderenza ed ancoraggio a strutture murarie od impalcature di cantiere.



5. Nel caso di cartelloni luminosi di luce propria, lo spessore massimo consentito è di cm. 40; nel caso di luce indiretta può essere consentita una sporgenza della sola sorgente luminosa fino a cm. 100, ma sempre nel rispetto della pubblica incolumità e del decoro architettonico.
6. Gli impianti bifacciali non possono risultare formati dall'accostamento di due impianti monofacciali, ma devono essere opportunamente progettati e realizzati nelle forme idonee allo scopo.
7. I materiali costituenti la struttura portante devono essere realizzati in metallo di colore chiaro (rif. Ral. 1015), ancorati saldamente al suolo, adeguatamente dimensionati e calcolati per resistere alla spinta del vento secondo le normative vigenti.
8. Il cartellone deve essere sostenuto da un numero di pali minore o al massimo uguale a tre, dimensionati secondo le normative vigenti per resistere alla forza del vento.
9. Devono avere forma regolare rettangolare e particolare cautela deve essere adottata nell'uso dei colori rosso e verde al fine di non generare confusione con la segnaletica stradale.

Art. 33 – Zonizzazione dei cartelloni.

1. **Nelle Zone "A" e "B"** è vietata la collocazione di cartelloni.
2. **In tutte le altre Zone**, fuori o dentro il Centro Abitato, è consentita la collocazione di cartelloni con le limitazioni previste nel presente Piano e comunque nel rispetto del contesto ambientale, fermo restando altresì il limite dimensionale previsto dall'art.48 del D.P.R. n.495/92.

Art. 34 – Ubicazione dei cartelloni lungo le strade e piazze e/o visibili da esse.

1. **Fuori dal Centro Abitato** in tutte le strade i cartelloni devono rispettare le distanze previste dall'art. 51, commi 2 e 6 del Regolamento di Esecuzione ed Attuazione del Codice della Strada.
2. **Nel Centro abitato** devono essere soddisfatte le seguenti condizioni:
 - a) I cartelloni devono essere collocati solo in posizione parallela rispetto al senso di marcia dei veicoli e comunque ad una distanza non inferiore a mt. 2,00 dal limite della carreggiata.
 - b) E' consentita l'installazione di cartelli ad una distanza non inferiore a mt. 3,00 dal fronte degli edifici e che non interferisca con mezzi pubblicitari posti sugli stessi o sui muri di recinzione.
 - c) La distanza tra cartelloni, paralleli al senso di marcia, non deve essere inferiore a mt. 25,00.



- d) Solo in aderenza a muri ciechi è consentito il posizionamento perpendicolare al senso di marcia.
- e) Solo i cartelloni posti in aderenza a muri ciechi o recinzioni o in casi assimilabili, possono essere posizionati ad una distanza non inferiore a mt. 6,00 l'uno dall'altro.
- f) Sulle zone o marciapiedi a spartitraffico, su marciapiedi alberati, piazze e slarghi non sono consentiti cartelloni in qualsiasi posizione.
- g) In caso di collocazione lungo le strade di scorrimento e relative fasce di pertinenza, devono essere rispettate le distanze di cui all'art. 51, comma 4 del Regolamento di Esecuzione ed Attuazione del Codice della Strada, derogate ai sensi dell'art. 23, comma 6 del C.d.S., così come di seguito riportate:
 - Prima e dopo l'intersezione (anche semaforizzata) **mt.15,00**
 - Prima e dopo i segnali di pericolo, prescrizione e indicazione **mt. 12,00**
 - Prima e dopo i passaggi pedonali **mt. 12,00**
 - Prima e dopo gli imbocchi delle gallerie, sottopassi, cavalcavia e relative rampe **mt. 30,00**
- h) Sono fatte salve altresì le disposizioni di cui all'art. 51, comma 6 del D.P.R. n. 495/92 per gli impianti pubblicitari paralleli al senso di marcia posti in aderenza a fabbricati.

Art. 35 – Totem pubblicitari: definizione.

1. Sono da considerarsi tali i manufatti che hanno caratteristiche volumetriche e che, per forma e dimensione, non rientrano nelle tipologie precedenti.
2. Tali impianti devono essere ancorati o sostenuti in modo tale che ne sia comunque garantita la stabilità, nel rispetto delle norme vigenti, con particolare riferimento alla spinta del vento.
3. Essi possono contenere uno o più messaggi pubblicitari secondo criteri formali, dimensionali e visivi del tutto originali.
4. I totem possono essere installati anche in modo da costituire punto di riferimento informativo stabile.
5. Essi devono essere oggetto di realizzazione particolarmente attenta a non provocare nello spazio pubblico situazioni di pericolo per i pedoni, fatte salve in capo al titolare dell'impianto le responsabilità per danni a terzi.

Art. 36 – Dimensioni e caratteristiche dei totem pubblicitari.

1. Le dimensioni indicate nelle disposizioni seguenti sono da intendersi riferite alla sola superficie espositiva, esclusi i supporti: cornici, distanziatori e palo/i di sostegno.



2. I totem devono avere le seguenti dimensioni massime (compresa la struttura portante): altezza di mt. 4,50, larghezza di mt. 2,00, profondità di mt. 1,50; comunque dovranno rapportarsi al contesto urbano sia per materiali e colori che per dimensioni e ingombro.
3. I totem ubicati in zone pedonali, dovranno avere un'altezza minore o uguale a mt. 3,00, larghezza e profondità minore o uguale a mt. 1,50 (compresa la struttura) e dovranno comunque essere rapportati al contesto urbano per forme e colori oltre che per le dimensioni e l'ingombro.
4. I supporti dovranno essere adeguatamente dimensionati e calcolati in relazione alle superfici espositive e secondo le normative vigenti.
5. La base di ancoraggio di un impianto pubblicitario posizionato in area pedonale, non potrà subire variazioni di forma in oggetto sino ad un'altezza di mt. 2,20 da terra allo scopo di evitare intralcio o pericolo per i pedoni.

Art.37 – Zonizzazione dei totem pubblicitari.

1. I totem possono essere ubicati in tutte le Zone.
2. Nella Zona “A” la struttura portante dei mezzi pubblicitari deve essere in fusione di ghisa o in metallo colorato di colore “canna di fucile” (rif. Ral. 7022), in tutte le altre Zone devono essere caratterizzati da linee e materiali più attuali e moderni di colore chiaro (rif. Ral. 1015).
3. Possono essere prese in considerazione soluzioni progettuali coordinate, proposte da gruppi economici, enti ed associazioni di rappresentanza sociale ed economica, che evidenzino soluzioni tecniche e formali coordinate anche in relazione ad un interesse di carattere collettivo.

Art. 38 – Ubicazione dei totem pubblicitari lungo le strade e piazze e/o visibili da esse.

1. **Fuori dal Centro Abitato**, in tutte le strade i totem devono rispettare le distanze previste dall'art. 51, comma 2, D.P.R. n. 495/92.
2. **Nel Centro Abitato** devono essere soddisfatte le seguenti condizioni, in deroga all'art. 51, comma 4, del Regolamento di Esecuzione ed Attuazione del vigente Codice della Strada n.495/92, ai sensi dell'art. 23 del C.d.S.:
 - a) E' vietata l'installazione di totem su marciapiedi di dimensioni inferiori a mt. 1,50.
 - b) Tali impianti devono essere sempre posizionati sui marciapiedi ad una distanza minima dal cordolo di mt. 0,50 e devono lasciare un passaggio libero non inferiore a mt. 2,00, al fine di consentire la fruizione ai pedoni ed ai portatori di ridotta capacità motoria. La larghezza del passaggio



pedonale e la distanza devono essere calcolate dal limite dell'ingombro effettivo del totem.

- c) E' consentita l'installazione di totem ad una distanza non inferiore a mt. 2,00 dal fronte degli edifici e ad almeno mt. 1,50 dalla sporgenza dei balconi e delle pensiline degli immobili.
- d) I totem non devono interferire con altri mezzi pubblicitari posti su edifici o muri di recinzione.
- e) La distanza tra totem non deve essere inferiore a mt. 20,00.
- f) Sulle pertinenze di esercizio comprese tra carreggiate contigue non è ammessa in ogni caso la collocazione di totem.
- g) Su marciapiedi alberati, piazze e slarghi, i totem non devono determinare fenomeni di abbagliamento a causa del materiale riflettente e, se sono luminosi, non devono essere in contrasto con la tipologia della pubblica illuminazione.
- h) In caso di collocazione lungo le strade di scorrimento e relative fasce di pertinenza, i totem devono essere posti in posizione parallela o perpendicolare al senso di marcia dei veicoli, rispettando le distanze di cui all'art. 51, comma 4, del Regolamento di Esecuzione ed Attuazione del Codice della Strada, derogate ai sensi dell'art. 23, comma 6, del C.d.S., così come di seguito riportate:
 - Prima e dopo l'intersezione **mt. 15,00**
 - Prima e dopo i segnali di pericolo, prescrizione e indicazione **mt. 12,00**
 - Prima e dopo i passaggi pedonali **mt. 12,00**
 - Prima e dopo gli imbocchi delle gallerie, sottopassi, cavalcavia e relative rampe **mt. 30,00**

Art. 39 – Pubblicità a messaggio variabile e/o a messaggio animato: definizione.

1. Tali impianti pubblicitari sono costituiti da elementi e mezzi che nel loro complesso possono essere assimilati alla cartellonistica; la loro peculiarità dinamica risiede nella possibilità di mutare il messaggio nel corso del tempo; ciò può realizzarsi attraverso l'ausilio di sistemi automatici di tipo meccanico o con sistemi elettronico-digitali che, opportunamente interfacciati con una stazione di comando computerizzata, possono originare messaggi scritti, immagini monocromatiche, a colori, fisse o in movimento.

Art. 40 – Dimensioni e caratteristiche della pubblicità a messaggio variabile e/o a messaggio animato.

1. In relazione ai limiti dimensionali ed alle caratteristiche dovranno essere rispettate le norme previste per la tipologia di cartellonistica maggiormente assimilabile.
2. E' concessa la loro installazione nel rispetto e nella salvaguardia del patrimonio architettonico ambientale e del Codice della Strada.



3. Queste tipologie di impianto devono essere considerate nella loro dimensione e posizione spaziale in funzione della distanza e delle modalità di fruizione visiva, ovvero del mutare del messaggio stesso nel trascorrere del tempo e pertanto si deve attuare un'accurata valutazione dell'impatto visivo e della collocazione ambientale.

Art. 41 – Zonizzazione della pubblicità a messaggio variabile e a messaggio animato.

1. **Nelle Zone “A” e “B”** è vietata la pubblicità in forma stabile a messaggio variabile.
2. **In tutte le Zone** è altresì vietata la collocazione ad una distanza inferiore a mt. 20,00 da edifici vincolati ai sensi D.Lgs. n.42/2004, da sedi di Enti Istituzionali, edifici religiosi e cimiteri.

Art. 42 – Ubicazione della pubblicità a messaggio variabile e a messaggio animato lungo le strade e piazze e/o visibili da esse.

1. **Fuori dal Centro Abitato** gli impianti pubblicitari di tipo variabile risultano soggetti all'art. 51, comma 11 del Regolamento di Esecuzione ed Attuazione del Codice della Strada, che vieta tali cartelli in posizione trasversale al senso di marcia dei veicoli se aventi un periodo di variabilità inferiore a 5 minuti ed in ogni caso deve rispettare tutte le specifiche di posizionamento indicate per la tipologia di “cartellonistica” assimilabile.
2. **Nel Centro Abitato** la variabilità del messaggio pubblicitario, per gli impianti posti in qualsiasi posizione rispetto al senso di marcia, non deve essere inferiore a 5 minuti.

Art.43 – Aree di addensamento pubblicitario.

1. Nelle aree a parcheggio di grandi centri commerciali, espositivi, sportivi o per il tempo libero, limitatamente alle Zone “C”, “D”, ed “E”, con riferimento alla cartellonistica, è facoltà dell'Amministrazione consentire addensamenti pubblicitari con soluzioni originali ravvicinate, sovrapposte (altezza massima mt. 8,00) in modi o posizioni indipendenti dai parametri di distanza reciproca indicati nel presente Piano.



TITOLO VII

TIPOLOGIA “D”: STRISCIONI – STENDARDI - BANDIERE – FESTONI

Art. 44 – Definizione di striscioni – stendardi – bandiere – festoni.

1. Elementi bidimensionali realizzati in materiale di qualsiasi natura, privo di rigidità e mancante di una superficie di appoggio, finalizzato alla promozione pubblicitaria di manifestazioni e/o spettacoli di pubblico interesse o a contenuto commerciale, a carattere temporaneo, collegato all'evento.
2. Devono essere in tela di cotone impermeabile, in tela plastificata, in pvc.
3. Devono essere illuminati con luce indiretta e realizzati in accordo alle seguenti ulteriori specifiche.

Art. 45 – Dimensioni e caratteristiche di striscioni – stendardi – bandiere – festoni.

1. Le dimensioni possono essere variabili, non devono interferire con la visibilità e non costituire pericolo per la sicurezza stradale; a tal fine devono essere verificati dagli uffici competenti.
2. Per la messa in opera degli “striscioni” a cavallo degli assi viari è assolutamente vietato l'utilizzo (quale supporto di aggancio ed ancoraggio) di pali di pubblica illuminazione e di qualsiasi altro mezzo tecnico funzionale di uso pubblico.
3. Il mezzo pubblicitario può agganciarsi solo a sostegni impiantati ad hoc o a facciate edilizie prospicienti, a patto che vengano fatti salvi i diritti di terzi e vengano rispettati i più ampi criteri di sicurezza pubblica – relativamente al traffico ed alla prospettiva visiva – e salvaguardia del patrimonio architettonico, ambientale, urbano e paesaggistico.
4. Nel caso in cui l'ancoraggio è previsto su prospetti di edifici, alla documentazione tecnica di progetto per il rilascio dell'autorizzazione, deve essere allegato il consenso dei proprietari.
5. La collocazione degli “striscioni”, simmetrica rispetto alla mezzzeria della strada, deve risultare perpendicolare al senso di marcia dei veicoli; la parte inferiore del supporto pubblicitario deve avere un'altezza minima da terra di mt. 5,10; la distanza tra striscioni non deve essere inferiore a mt. 50,00.
6. L'esposizione di “striscioni e stendardi” è ammessa solo nel periodo di svolgimento della manifestazione o dello spettacolo o dell'evento cui si riferisce la pubblicità, durante la settimana precedente e nelle 24 ore successive.



7. E' vietata qualsiasi forma di pubblicità appesa ai balconi e sui parapetti degli stessi sotto forma di "festoni e bandiere" eccetto che per brevi periodi, in occasione di manifestazioni temporanee e con forme e colori adatte all'ambiente architettonico e paesaggistico in cui si collocano.

Art. 46 – Zonizzazione di striscioni – stendardi – bandiere – festoni.

1. Gli "striscioni" attraverso le vie non sono ammessi nella Zona "A"; tali tipologie pubblicitarie sono consentite nelle altre Zone in occasione di manifestazioni a carattere temporaneo quali fiere campionarie, congressi, mostre, gare sportive, eventi di pubblico interesse o di carattere commerciale.
2. Gli "stendardi", caratterizzati da una maggiore compatibilità ambientale (da verificarsi in sede progettuale per forma, dimensione e colori) possono essere inseriti anche nella Zona "A" ed anche su elementi architettonici limitatamente a manifestazioni o eventi commerciali di carattere temporaneo, purché i colori siano in armonia con il contesto urbano, la tipologia per forma si adatti al contesto architettonico, il supporto (proprio, su palo, sulle facciate, sui balconi) siano studiati attentamente in funzione di ogni particolare situazione ed il telo sia preferibilmente in cotone impermeabile o pvc telato di colore chiaro ed a superficie opaca.
3. Le "bandiere", per la loro peculiarità, sono ammesse per occasioni temporanee; è comunque vietata l'installazione di bandiere a carattere pubblicitario nelle Zone "A" e "B"; sia le bandiere, che gli elementi che le sostengono, devono essere costituiti da materiali resistenti agli agenti atmosferici, realizzati con strutture calcolate a vento secondo le normative vigenti, colorate in modo da rispettare il decoro della città, posizionate in luoghi che non siano di intralcio al traffico veicolare e poste in situazione di riposo ad un'altezza maggiore di mt. 3,50 per le vie o zone pedonali, e di mt. 5,10 per le strade percorse da autoveicoli.
4. I "festoni" possono essere inseriti in tutte le Zone ed anche su elementi architettonici, limitatamente a manifestazioni di carattere temporaneo, purché la loro collocazione sia studiata attentamente in funzione di ogni particolare; possono anche essere accettate soluzioni trasversali alle vie, adatte a periodi legati a particolari manifestazioni o eventi commerciali, purché esista un progetto unitario atto a consentire una valutazione complessiva dell'intervento; l'altezza minima da terra in zone pedonali deve essere di mt. 3,50, mentre su strade carrabili deve essere di mt. 5,10 e la collocazione, simmetrica rispetto alla mezzzeria della via, deve essere perpendicolare al senso di marcia dei veicoli.
5. A fine manifestazione devono essere rimossi tutti i sostegni, gli ancoraggi e qualsiasi altro elemento utilizzato per l'esposizione; sono a totale carico del soggetto che ha richiesto l'autorizzazione tutte le opere necessarie al ripristino dello stato dei luoghi.



Art. 47 – Ubicazione di striscioni – stendardi – bandiere – festoni lungo le strade e piazze e/o visibili da esse.

1. **Fuori e dentro il Centro Abitato** devono essere soddisfatte le condizioni di cui all'art. 51, comma 10, del Regolamento di Esecuzione ed Attuazione del Codice della Strada (D.Lgs. n. 495/92).



TITOLO VIII

TIPOLOGIA “E”: IMPIANTI DI SERVIZIO DI ARREDO URBANO

Art. 48 – Definizione degli impianti pubblicitari di servizio.

1. Sono definiti impianti pubblicitari di servizio tutti i mezzi, i sistemi e le tipologie di impianto pubblicitario che per forma, installazione e funzione entrano in stretto rapporto con gli elementi di arredo urbano e che nell’insieme svolgono, in parte, una funzione o un servizio di pubblico interesse.
2. Non sono autorizzate collocazioni di mezzi pubblicitari inseriti su fioriere, transenne parapetonali, cestini portarifiuti e panchine.
3. Tutti gli altri elementi di arredo, quali pensiline, paline, contenitori per la raccolta differenziata o cassonetti, chioschi, edicole, orologi, servizi igienici, supporti informativi, ecc., possono prevedere l’installazione di messaggi pubblicitari, solo se facenti parte di una linea progettuale e di design unitari per l’uso di forme, colori e materiali ed in stretta correlazione con l’immagine dello spazio urbano in cui sono collocati.
4. L’Amministrazione comunale si riserva la facoltà di individuare le tipologie degli elementi di arredo, con funzione di mezzo pubblicitario, da collocare in una o più aree urbane omogenee mediante progetti unitari, la cui installazione e gestione sia affidata mediante procedura di evidenza pubblica; tali impianti devono comunque essere soggetti alle norme generali di installazione ed alle ulteriori specifiche previste negli articoli seguenti del presente Piano e nel relativo Regolamento.

Art. 49 – Dimensioni e caratteristiche degli impianti pubblicitari di servizio.

1. Tali impianti pubblicitari devono uniformarsi a quelli che per tipologia, forma, dimensioni e caratteristiche risultano ad essi più simili (cartelloni, plance, totem, od altro) e comunque il loro inserimento deve tener conto della funzionalità dell’elemento di arredo, nel rispetto dell’ambiente circostante.
2. Possono essere presentate proposte progettuali di inserimento di tali elementi anche per iniziativa privata, purché basate su programmi, sistemi e mezzi congruenti all’interesse collettivo e non in contrasto con iniziative comunali; essi comunque saranno oggetto di attenta analisi e valutazione da parte degli organismi pubblici di competenza e saranno regolamentati da un’apposita convenzione tra il soggetto privato ed il Comune di Conversano.

Art. 50 – Zonizzazione degli impianti pubblicitari di servizio.

1. Per gli impianti pubblicitari di servizio valgono le stesse limitazioni e zonizzazioni previste per le tipologie similari descritte nei precedenti articoli.



2. Per le altre tipologie d'impianti di servizio non assimilabili alle precedenti, saranno valutate dall'Ufficio competente le ubicazioni in tutte le Zone, purché il loro progetto di realizzazione tenga conto del contesto ambientale circostante, sia per gli ingombri che per le caratteristiche architettoniche.

Art. 51 – Ubicazione degli impianti pubblicitari di servizio lungo le strade e piazze e/o visibili da esse.

1. **Fuori dal Centro Abitato** l'installazione di tali mezzi pubblicitari è disciplinata dall'art. 51, comma 8, del Regolamento di Esecuzione ed Attuazione del Codice della Strada.
2. **Nel Centro Abitato** essi vanno posizionati ad una distanza minima dal limite della carreggiata e dalle intersezioni secondo i criteri che verranno stabiliti, a seconda delle tipologie d'impianto e della loro pubblica funzione, nel bando di gara e/o nella convenzione tra Privato e Comune, fermo restando i limiti di cui all'art. 23, comma 1, del Codice della Strada.



TITOLO IX TIPOLOGIA “F”: SEGNI ORIZZONTALI RECLAMISTICI

Art. 52 – Segni orizzontali reclamistici: definizione.

1. Tali mezzi pubblicitari consistono nella riproduzione sulla superficie stradale, con pellicole adesive, di scritte in caratteri alfanumerici, di simboli e di marchi, finalizzata alla diffusione di messaggi pubblicitari o propagandistici, solo in occasione di eventi del tutto eccezionali, di manifestazioni pubbliche o sportive che ne giustificano il loro provvisorio inserimento.
2. Entro le 24 ore dal termine dell'evento il titolare del mezzo pubblicitario deve rimuovere lo stesso a propria cura e spese. In mancanza si procederà ad esecuzione coattiva in danno.

Art. 53 – Dimensioni e caratteristiche dei segni orizzontali reclamistici.

1. Non sono soggetti a limitazioni particolari, a patto che vengano realizzati con modalità e sistemi adatti ad evitare qualsiasi pericolo per il transito delle persone e dei mezzi sulla strada stessa.
2. Essi devono essere realizzati con materiali rimovibili ma ben ancorati, nel momento dell'utilizzo, alla superficie stradale e che garantiscano una buona aderenza dei veicoli sugli stessi in base all'art. 49, comma 6, del Regolamento di Esecuzione ed Attuazione del Codice della Strada.

Art. 54 – Zonizzazione dei segni orizzontali reclamistici.

1. **Nella Zona “A”** non è consentita la collocazione di segni orizzontali reclamistici.
2. **Nelle restanti Zone** questi elementi sono ammessi unicamente all'interno di aree ad uso pubblico e/o di pertinenza di complessi industriali o commerciali ovvero lungo il percorso di manifestazioni sportive, o su aree delimitate destinate allo svolgimento di manifestazioni di vario genere.

Art. 55 – Ubicazione dei segni orizzontali reclamistici lungo le strade e piazze e/o visibili da esse.

1. E' vietato comunque, qualora siano soddisfatte le considerazioni sopra elencate, posizionare tali forme di segnalazione pubblicitaria su pavimentazioni stradali di pregio od in zone ad alto valore urbano.



TITOLO X

TIPOLOGIA “G” – ULTERIORI COLLOCAZIONI PUBBLICITARIE

Art. 56 – Pubblicità su ponteggi e recinzioni di cantiere.

1. Si definisce pubblicità su ponteggi o recinzioni di cantiere un elemento bidimensionale monofacciale privo di rigidità che occupa tutta o parte della superficie del ponteggio o recinzione ed è a questi opportunamente ancorato.
2. Nell'ipotesi di cantieri a cielo aperto e di ponteggi riguardanti interventi edilizi su opere pubbliche o private, il Comune si riserva il diritto di autorizzare la pubblicità sulle recinzioni o sui ponteggi medesimi per un periodo non superiore alla durata dei lavori del cantiere e comunque non superiore a tre anni; inoltre la pubblicità sui ponteggi e sulle recinzioni di cantiere non può essere nuovamente autorizzata prima che siano trascorsi cinque anni dal termine dell'ultima esposizione pubblicitaria. A tal fine nell'istanza di autorizzazione devono essere indicati gli estremi del permesso di costruire (o altro titolo abilitativo) riportante la tipologia dei lavori e deve essere allegata autocertificazione del titolare dell'immobile (o amministratore del condominio) attestante l'ultima esposizione pubblicitaria riguardante l'immobile.
3. In caso di lavori di ordinaria manutenzione di edifici non appartenenti alla Pubblica Amministrazione, la pubblicità sulle recinzioni o sui ponteggi può essere autorizzata per un periodo non superiore alla durata dei lavori del cantiere e comunque non superiore ad un anno; in tal caso deve essere prodotta, a firma del progettista, una relazione di asseveramento dei lavori che indichi la durata degli stessi.
4. Nel Centro Abitato, limitatamente alle strade di scorrimento, la pubblicità su ponteggi e recinzioni dei cantieri può essere effettuata, in applicazione dell'art. 23 del D.Lgs. n. 285/92, anche in deroga all'art. 51 del D.P.R. n. 495/92, in considerazione del preminente interesse pubblico alla riqualificazione urbana.
5. La domanda di autorizzazione deve essere, altresì, corredata del consenso della ditta responsabile dei ponteggi e da un esplicito accordo sottoscritto dal proprietario dell'immobile o dal condominio, nonché dall'autorizzazione all'occupazione di suolo pubblico.
6. Il proprietario dell'immobile e la ditta responsabile dei ponteggi sono obbligati solidalmente al titolare dell'autorizzazione alla rimozione della pubblicità abusiva o pericolosa per la pubblica incolumità e per la circolazione stradale ed al pagamento di sanzioni e spese di esecuzione in danno.



7. La superficie della pubblicità effettuata su ponteggi e recinzioni di cantiere, in considerazione del carattere non permanente, non rientra nella quantità massima di pubblicità stabilita dal presente Piano Generale degli Impianti Pubblicitari.
8. Nel caso in cui per lavori edili su edifici sia necessario coprire integralmente la facciata di un immobile con ponteggi, sul telo di copertura (apposto sull'intera superficie dei ponteggi) possono essere diffusi messaggi pubblicitari di tipo pittorico, anche illuminati, che impegnino sino al 100% della superficie occupata dal ponteggio.
9. Nel caso di copertura totale dei ponteggi a scopo pubblicitario, il titolare dell'impianto deve riservare agli esercizi o attività presenti nell'immobile la superficie espositiva minima corrispondente alle insegne esistenti.
10. Restano esclusi da tale disciplina gli edifici di culto, gli immobili ed monumenti vincolati ai sensi del D.Lgs. n. 42/2004, gli immobili ricadenti in zone vincolate ai sensi del D.Lgs. 42/2004 e gli immobili ricadenti nel perimetro della Zona "A".
11. La pubblicità sui teli di copertura dei ponteggi relativi ad immobili e monumenti di cui al comma precedente è consentita sotto il controllo attento dell'Amministrazione comunale e secondo un progetto che si coordini al pieno rispetto dell'architettura e del paesaggio urbano, nella misura massima del 50% della superficie occupata dal ponteggio ed a condizione che venga altresì riprodotto il prospetto dell'immobile soggetto ai lavori sul restante 50% della superficie; per tali immobili, oltre alla documentazione normalmente richiesta, è necessaria altresì la presentazione del progetto, comprensivo della riproduzione dell'immobile e della pubblicità accessoria, che deve essere attentamente valutato dall'Amministrazione; in ogni caso, sugli edifici e nelle zone vincolate ai sensi del D.Lgs n.42/2004 l'autorizzazione è subordinata a quanto prescritto dal Decreto medesimo.
12. Il telo di supporto dell'immagine pubblicitaria deve essere in poliestere, avere resistenza agli agenti atmosferici secondo le normative vigenti, nonché una resistenza al fuoco di classe II.
13. Le recinzioni di cantiere possono essere autorizzate all'esposizione pubblicitaria, che deve però assumere carattere di arredo urbano; dette recinzioni devono essere realizzate con materiali e colori integrati nel contesto architettonico circostante. E' vietata l'esposizione pubblicitaria su recinzioni di carattere precario e di lamiera ondulata.
14. Per l'utilizzo delle recinzioni ai fini pubblicitari è altresì necessario che:
 - a) la superficie destinata alla pubblicità fine a se stessa non superi il 40% del fronte, ripartita su due spazi uguali posti agli estremi dello stesso;



- b) il 20%, ripartito anch'esso su due spazi uguali, venga destinato alle attività delle affissioni e delle comunicazioni comunali;
 - c) il restante 40%, posizionato al centro della recinzione, sia destinato a riproduzioni decorative.
15. La pubblicità deve essere installata direttamente sulla struttura di recinzione, appositamente predisposta, senza che a questa vengano sovrapposti altri impianti pubblicitari di qualsiasi natura e tipo.
16. In ogni caso, sugli edifici e nelle zone vincolate ai sensi del D.Lgs. n. 42/2004, l'autorizzazione alla pubblicità sulle recinzioni di cantiere è subordinata a quanto prescritto dal Decreto medesimo.

Art. 57 – Pubblicità sui chioschi e sulle edicole.

1. Sono ammessi sui chioschi e sulle edicole impianti pubblicitari bidimensionali relativi a prodotti inerenti l'attività di vendita. La struttura di supporto deve essere in armonia con i colori ed i materiali del manufatto ed adeguatamente dimensionata e ancorata secondo la normativa vigente.
2. L'impianto deve essere ubicato solo lungo il perimetro della copertura, non deve superare l'altezza di cm. 35 e lo spessore di cm. 30; può essere luminoso per luce diretta e l'impianto elettrico deve essere realizzato secondo la normativa vigente.

Art. 58 – Pubblicità nelle stazioni di servizio e aree di parcheggio.

1. Nelle stazioni di servizio e nelle aree di parcheggio possono essere inserite tutte le tipologie di impianti pubblicitari sopra descritte, con le limitazioni di cui all'art. 52 del Regolamento di Esecuzione ed Attuazione del Codice della Strada.
2. Nelle autostazioni e nei parcheggi posti lungo le strade urbane di scorrimento e nelle strade urbane di quartiere, possono essere collocati cartelli e mezzi pubblicitari la cui superficie complessiva, al netto delle strutture di sostegno, non superi nel complesso il 10% della superficie occupata dall'autostazione o dal parcheggio stesso, in base a quanto stabilito dall'art. 52, comma 4, del Regolamento di Esecuzione ed Attuazione del Codice della Strada.
3. Possono essere installati anche mezzi pubblicitari abbinati alla fornitura di servizi, a condizione che non siano collocati il fronte stradale o lungo le corsie di entrata ed uscita alla zona di parcheggio.
4. Sono anche ammessi i mezzi pubblicitari riportanti la mappa del comune (luminosi e non), con indicazioni dei monumenti, dell'ospedale, dei pubblici servizi, e altre informazioni utili quali l'individuazione delle farmacie e di particolari attività tipiche del luogo. In ogni caso tali inserimenti devono essere attentamente valutati nella Zona "A" del presente P.G.I.P. .



Art. 59 – Impianti pubblicitari su lastrici solari.

1. Nelle Zone “A” e “B” è vietata la collocazione di impianti pubblicitari su lastrici solari.
2. Nella Zona “C” è consentita l’installazione di impianti pubblicitari su lastrico solare. I mezzi pubblicitari bidimensionali devono essere realizzati in materiale idoneo, avere spessore massimo di cm. 40 e le seguenti ulteriori caratteristiche:
 - a) Altezza massima pari a mt. 1,00 per edifici fino a 3 livelli.
 - b) La larghezza massima dell’impianto non deve superare i due terzi del fronte dell’edificio.
 - c) L’impianto deve essere posizionato parallelamente al fronte dell’edificio; non sono consentite posizioni oblique.
 - d) Gli impianti tridimensionali devono essere inscrittibili in un cubo o parallelepipedo che sia al massimo di mc. 8,00, e la dimensione di ciascun lato non deve essere superiore a mt. 2,00.
 - e) A tale tipologia di impianti devono essere applicate le limitazioni relative all’ubicazione lungo le strade o da esse visibili individuate per la tipologia di impianto pubblicitario maggiormente assimilabile. Restano salve le disposizioni relative ai vincoli derivanti dal D.Lgs. n. 42/2004 e le norme riguardanti la pubblica e privata incolumità.



TITOLO XI COLLOCAZIONE DEI MEZZI PUBBLICITARI

Art. 60 – Criteri generali d’installazione.

1. L’Amministrazione comunale, in alternativa al procedimento autorizzatorio, su istanza di parte, al fine di promuovere forme pubblicitarie che garantiscano un’omogeneità tipologica e che contribuiscano a realizzare una specifica identità del luogo urbano oggetto dell’intervento, ha facoltà di promuovere la realizzazione di progetti unitari per la realizzazione di impianti pubblicitari di ogni tipologia, caratterizzati da una linea unitaria per l’uso di forme, colori e materiali; in questo caso sarà rilasciata ad un’unica azienda, individuata attraverso procedure di evidenza pubblica, l’autorizzazione cumulativa alla effettuazione della pubblicità nella zona omogenea – tramite il progetto unitario – e la relativa concessione di occupazione di suolo pubblico nei limiti della presente normativa.
2. L’Amministrazione comunale ha altresì facoltà di individuare le tipologie degli elementi di arredo, con funzione di mezzo pubblicitario, unitariamente progettate, da collocare in una o più aree urbane omogenee. L’installazione e gestione di detti elementi deve essere affidata mediante procedura di evidenza pubblica.
3. E’ vietata l’installazione di qualsiasi impianto pubblicitario permanente nei giardini; sono consentite solo installazioni di insegne di esercizio e impianti a carattere temporaneo.
4. E’ vietata in ogni caso la collocazione di impianti pubblicitari di qualsiasi tipo sulla carreggiata.
5. L’Ufficio competente ha facoltà di stabilire il posizionamento o solo verticale o solo orizzontale degli impianti in una stessa via o piazza o per tratti di essa.
6. Tutte le strutture degli impianti devono essere ricondotte ad un modello unitario opportunamente verificato dal punto di vista formale, della pubblica incolumità e in conformità al presente Regolamento, dall’Ufficio competente.
7. Gli impianti affissionistici di proprietà comunale di qualsiasi tipologia, destinati alle informazioni istituzionali o commerciali, devono recare una tabella riportante lo stemma del Comune, la dicitura Comune di Conversano e il numero dell’impianto e devono essere di colore grigio canna di fucile (rif. Ral. 7022).
8. La distanza di tutti i mezzi pubblicitari da edifici vincolati ai sensi del D.Lgs. n. 42/2004, dalle zone sottoposte a vincolo dal P.U.T.T. Paesaggio approvato con delibere di Giunta della Regione Puglia n. 1748 del 15.12.2000 e di Consiglio



della Regione Puglia n. 95/2002, da Sedi Istituzionali pubbliche, dai cimiteri, dagli edifici religiosi, deve essere di almeno mt. 20,00.

9. Non sono consentite sovrapposizioni in altezza di mezzi pubblicitari, tranne che per i casi previsti dall'art. 43 del presente Piano – Aree di addensamento pubblicitario.
10. L'installazione in forma stabile di qualsiasi mezzo pubblicitario in ancoraggio agli edifici, non è consentita su balaustre, balconi e inferriate decorate, su fregi, cornici o qualunque altro elemento di particolare pregio artistico e/o decorativo.
11. Nelle zone vincolate la richiesta dell'installazione di mezzi pubblicitari dovrà essere sottoposta al procedimento di autorizzazione paesaggistica.
12. Il titolare dell'autorizzazione alla pubblicità, sia permanente che temporanea, è responsabile del mezzo pubblicitario, anche con riferimento alle preesistenze edilizie o ai sedimi, è tenuto all'osservanza delle norme di sicurezza, della manutenzione dell'impianto, nonché, in caso di scadenza dell'autorizzazione, di rimozione volontaria o coatta dell'impianto, del ripristino dello status *quo ante*.
13. Il titolare dell'autorizzazione, al momento dell'installazione dell'impianto su suolo pubblico, è tenuto a comunicare all'U.T.C. l'inizio dei lavori 30 giorni prima dell'inizio degli stessi. Al termine dei lavori deve ripristinare lo status *quo ante* e comunicarlo all'ufficio sopraccitato.

Art. 61 – Targhetta di identificazione.

1. Fatto salvo quanto previsto dall'art. 55, D.P.R. n. 495/92, in relazione ai contenuti, alle modalità d'installazione, ai materiali ed alle tecniche di realizzazione, il Comune di Conversano prevede l'identificazione dell'autorizzazione secondo lo schema grafico riportato nell'allegato "A" al presente Piano.
2. Ogni impianto pubblicitario, fatta eccezione per le insegne di esercizio e le targhe, deve contenere la targhetta identificativa.
3. La targhetta identificativa deve essere posizionata ad un'altezza massima di mt.2,20.
4. I dati da riportare sulla targhetta sono:
 - a) Comune di Conversano.
 - b) Soggetto titolare: proprietario dell'impianto.
 - c) Numero dell'Autorizzazione rilasciata dal Comune.
 - d) Punto d'installazione: via, numero civico o progressiva chilometrica.
 - e) Data di scadenza dell'autorizzazione.



5. La targhetta di identificazione deve essere realizzata e posta sull'impianto, a cura e spese dell'autorizzato, sin dal momento della collocazione dell'impianto; nel caso di mancata esposizione della targhetta si applicano le sanzioni previste dall'art. 23, comma 11, del Codice della Strada.
6. Ulteriori indicazioni relative all'impresa esercente la pubblicità sono ammesse esclusivamente all'interno dello spazio pubblicitario.

Art. 62 – Dimensioni e caratteristiche dei mezzi pubblicitari.

1. Le dimensioni dei mezzi pubblicitari devono essere adeguate a quanto previsto per le singole tipologie; in ogni caso devono essere verificate le proporzioni tra lunghezza, altezza e profondità, per un opportuno inserimento in termini di rapporto armonico con i fronti edilizi ed il paesaggio.
2. Tutte le dimensioni e/o le distanze per il calcolo del tributo da corrispondere per l'occupazione di suolo pubblico si intendono calcolate in rapporto al limite estremo del volume di massimo ingombro dell'impianto pubblicitario, del volume che lo contiene, verificando la presenza di elementi o spigoli in oggetto anche attraverso la proiezione a terra della figura complessiva dell'impianto stesso; ai fini dell'imposizione fiscale non si tiene conto degli arrotondamenti di superficie per determinare la tipologia e la disciplina applicabile all'impianto pubblicitario.
3. Il contenuto del messaggio pubblicitario non deve mai presentare aspetti che possano recare danno o offesa a persone, enti, istituzioni o beni, in piena coerenza con quanto stabilito dal Codice Civile.
4. Tutti gli impianti devono essere realizzati in materiali non facilmente vandalizzabili e resistenti alle intemperie, devono risultare rifiniti accuratamente ed avere gli spigoli arrotondati.
5. Tutti gli impianti pubblicitari, in qualunque posto ed in qualunque modo collocati, devono tutelare sia l'apparato radicale che le chiome delle alberature; nel caso in cui nel tempo si possano verificare problemi di vario genere alle alberature, causati dal posizionamento degli impianti, l'Amministrazione comunale potrà prescrivere al titolare dell'autorizzazione di effettuare modifiche o spostamenti dell'impianto, senza alcun onere a carico del Comune.
6. In tutto il territorio comunale è vietata la collocazione di impianti di qualunque tipo su monumenti, fontane, alberi, arbusti e siepi, pali d'illuminazione o altri supporti di impianti tecnologici.
7. Sono vietati segnali pubblicitari, anche di ridotte dimensioni, posti sui bordi dei marciapiedi o sui cigli stradali di qualsiasi tipo o precariamente collegati ad accessori ed attrezzature dello spazio urbano, dell'architettura o del paesaggio.



Art. 63 – Caratteristiche generali dei mezzi pubblicitari luminosi.

1. I mezzi ed i sistemi di comunicazione pubblicitaria previsti dal P.G.I.P., a seconda delle tipologie, devono essere realizzati con tecnologie e sistemi sia “non luminosi” che “luminosi”, illuminati con luce diretta o indiretta, riflessa o propria.
2. L’effetto cromatico dell’apparato pubblicitario deve essere studiato attentamente per non creare situazioni disarmoniche nei confronti della preesistenza edilizia e/o paesaggistica, di pericolo per la viabilità e nel pieno rispetto di quanto previsto dall’art. 49, comma 4, del Regolamento di Esecuzione ed Attuazione del Codice della Strada.
3. La luminosità propria o portata, fissa, in movimento e/o dissolvenza, se presente, deve essere contenuta in livelli tali da non creare disturbo o pericolo alla circolazione, in base a quanto specificato dall’art. 50 del Regolamento di Esecuzione ed Attuazione del Codice della Strada.
4. La collocazione di qualunque impianto con parti elettriche deve rispettare le decorazioni architettoniche e le norme CEI vigenti. La natura, la posizione e le dimensioni dei componenti elettrici devono essere dichiarate nel progetto di installazione dell’impianto pubblicitario, per una valutazione corretta dei sistemi e delle modalità di installazione. L’uso di elementi e componenti di serie, in assenza di uno specifico disegno tecnico, deve essere illustrato con foto e dichiarazioni di conformità alle normative di legge.

Art. 64 – Definizione delle strade e ubicazione dei mezzi pubblicitari.

1. Ai soli fini dell’ubicazione dei mezzi pubblicitari, le strade che attraversano il territorio comunale sono definite dall’art. 2 del vigente Codice della Strada e sono così distinte:
 - a) Tipologia “D” – urbane di scorrimento.
 - b) Tipologia “E” – urbane di quartiere.
 - c) Tipologia “F” – locali.



TITOLO XII CENTRO ABITATO

Art. 65 – Centro Abitato.

1. La delimitazione del Centro Abitato, come da Delibera n. 39 approvata dal Consiglio Comunale di Conversano in data 23.07.93, è riportata su ogni tavola di Piano, redatte in scala 1:5.000.
2. Le tavole di Piano, numerate da 1 a 4, sono così distinte:
 - a) **Tavola n.1:** delimitazione del Centro Abitato (perimetrazione).
 - b) **Tavola n.2:** individuazione delle zone di cui al precedente art. 4 (zonizzazione del territorio comunale).
 - c) **Tavola n.3:** classificazione ed individuazione dei mezzi pubblicitari (cartellonistica pubblicitaria: cartelloni, plance, bacheche e totem).
 - d) **Tavola n.4:** cartellonistica pubblicitaria (affissioni e transenne parapetonali).
 - e) **Tavola n.5:** cartellonistica pubblicitaria esistente.

Art. 66 – Superficie del Centro Abitato.

1. La superficie complessiva del Centro Abitato, così come recepita dagli elaborati dell'Ufficio Tecno Comunale redatti in scala 1:5.000 è pari a circa 7,500 Kmq.

Art.67 – Entrata in vigore e norma transitoria.

1. Il P.G.I.P. entra in vigore alla data di esecutività della delibera di Consiglio comunale di approvazione dello stesso.
2. Gli impianti pubblicitari installati sulla base di provvedimenti autorizzatori in essere alla data di entrata in vigore del presente Piano e non rispondenti alle disposizioni dello stesso devono essere adeguati nel termine di due anni dall'entrata in vigore del Piano, a cura e spese del titolare dell'impianto.
3. Qualora l'autorizzazione/concessione di suolo pubblico scada prima del termine di cui al comma 2, il rinnovo dell'autorizzazione/concessione, mediante rilascio di nuovo titolo, è subordinato alla dimostrazione dell'avvenuto adeguamento alle nuove disposizioni; nella fase transitoria è esclusa la proroga tacita del titolo e le concessioni di suolo pubblico ai fini pubblicitari si intendono scadute al termine di due anni dall'entrata in vigore del Piano.
4. Nel caso in cui l'adeguamento comporti la collocazione dell'impianto, regolarmente autorizzato, in altro luogo, ovvero una sostanziale ridefinizione dello stesso per tipologia, forma o dimensioni, deve essere presentata dal titolare dell'impianto apposita istanza nel termine di cui ai commi 2 e 3; in considerazione della situazione di sovraffollamento pubblicitario e dei limiti quantitativi e di collocazione previsti dal Piano, le istanze di adeguamento



devono essere evase con priorità rispetto alle nuove istanze di autorizzazione all'installazione pubblicitaria. Le istanze devono essere evase dall'ufficio competente in base a criteri di priorità che assicurino adeguata trasparenza, imparzialità e pluralità di ditte del settore presenti sul territorio, anche attraverso il ricorso a procedure di pubblica evidenza.

5. L'adeguamento non riguarda impianti abusivi, in quanto privi di autorizzazione o difformi da essa.
6. Il titolare di autorizzazione/concessione è altresì tenuto ad adeguare l'impianto a eventuali nuove leggi emanate dallo Stato e/o Enti pubblici entro un anno dalla data di entrata in vigore delle stesse, con la medesima procedura di cui ai precedenti commi, salvo diverse indicazioni contenute in tali leggi.



ALLEGATO "A"

**SCHEMI GRAFICI DELLE TIPOLOGIE DEI MEZZI
PUBBLICITARI**

TIPOLOGIA "B": PREINSEGNE

TIPOLOGIA "C": - CARTELLONISTICA

- PLANCE

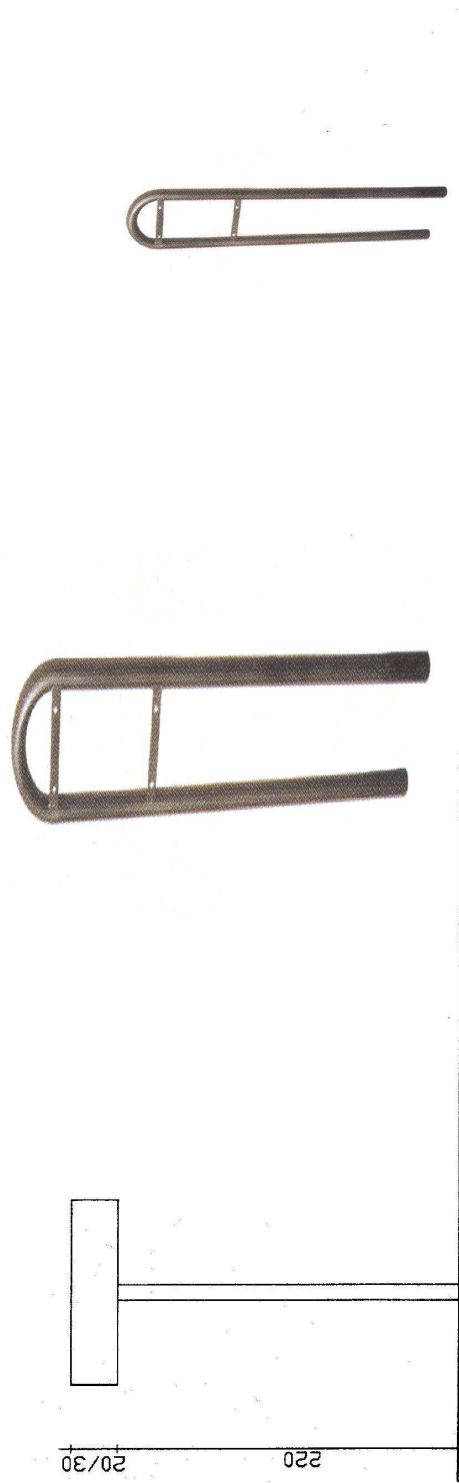
- CARTELLONI

- BACHECHE

TARGHETTA DI IDENTIFICAZIONE



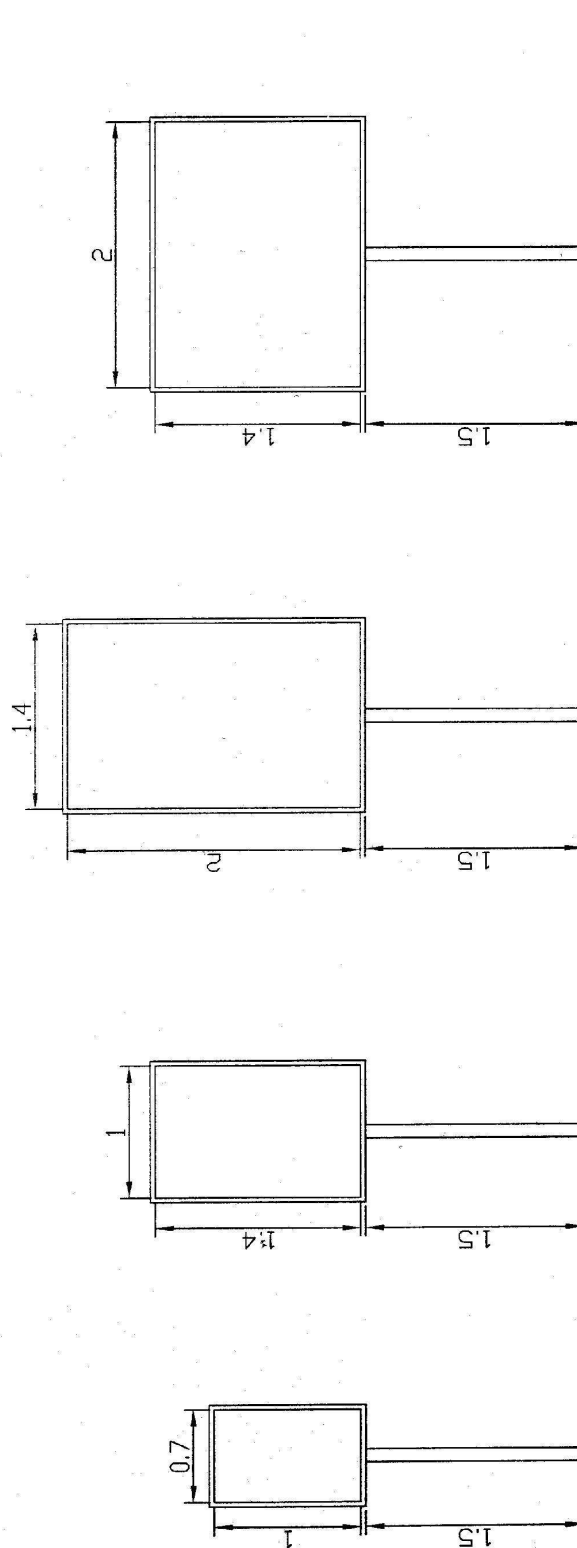
TIPOLOGIA B: PREINSEGNE



NB: Le dimensioni si riferiscono alla sola superficie
espositiva e non alla struttura dell'impianto: cornici e pali

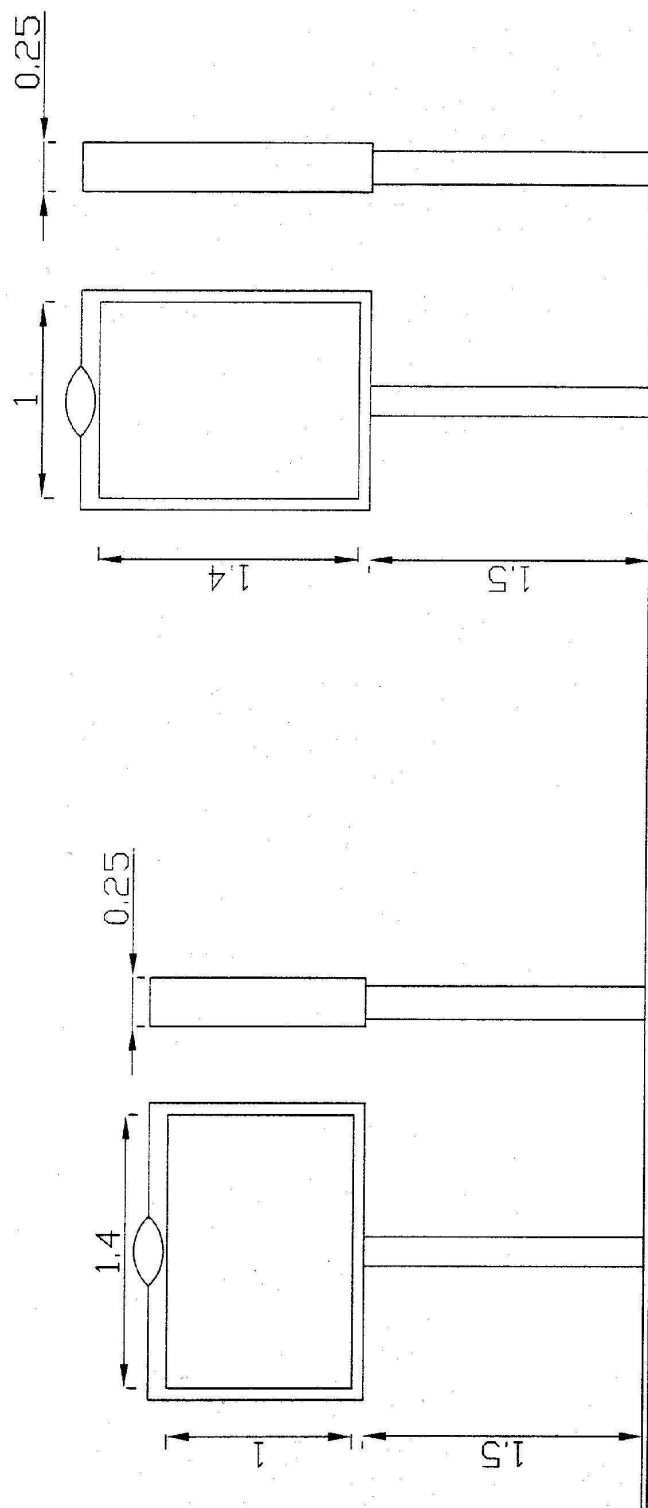


TIPOLOGIA C: CARTELLONISTICA
PLANCE



NB: Le dimensioni si riferiscono alla sola superficie espositiva e non alla struttura dell'impianto: cornici e pali

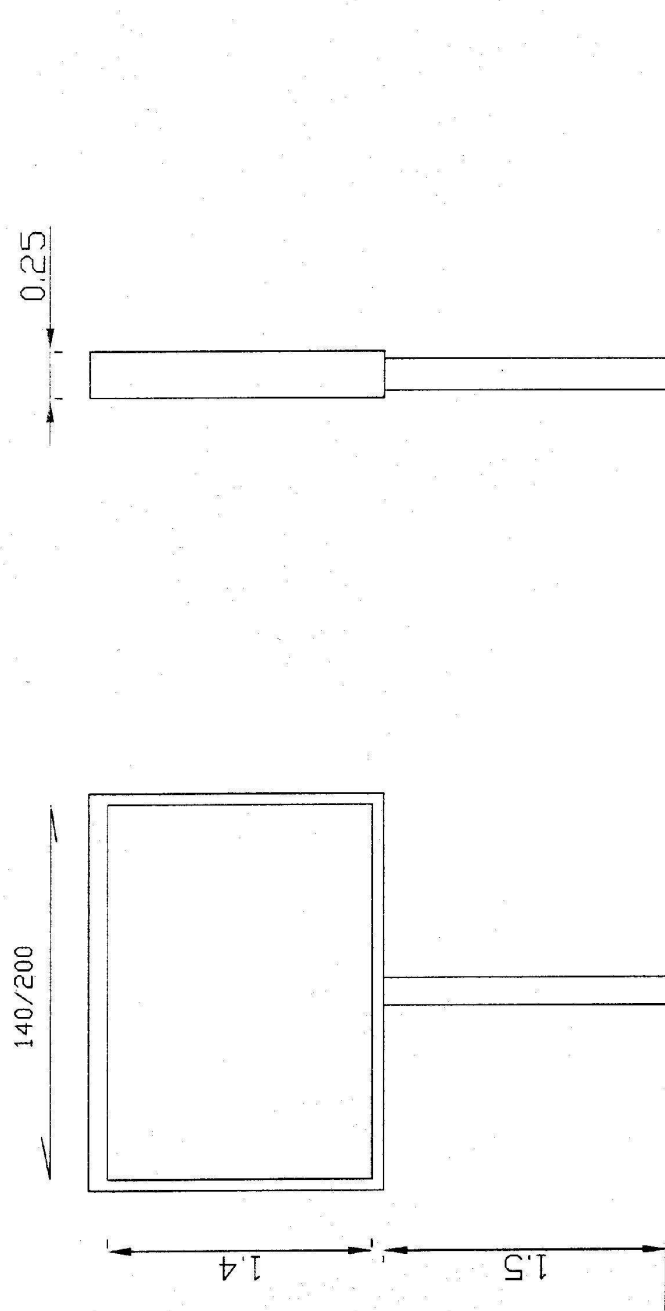
TIPOLOGIA C: BACHECHE (luce diretta)



NB: Le dimensioni si riferiscono alla sola superficie espositiva e non alla struttura dell'impianto: cornici e pali



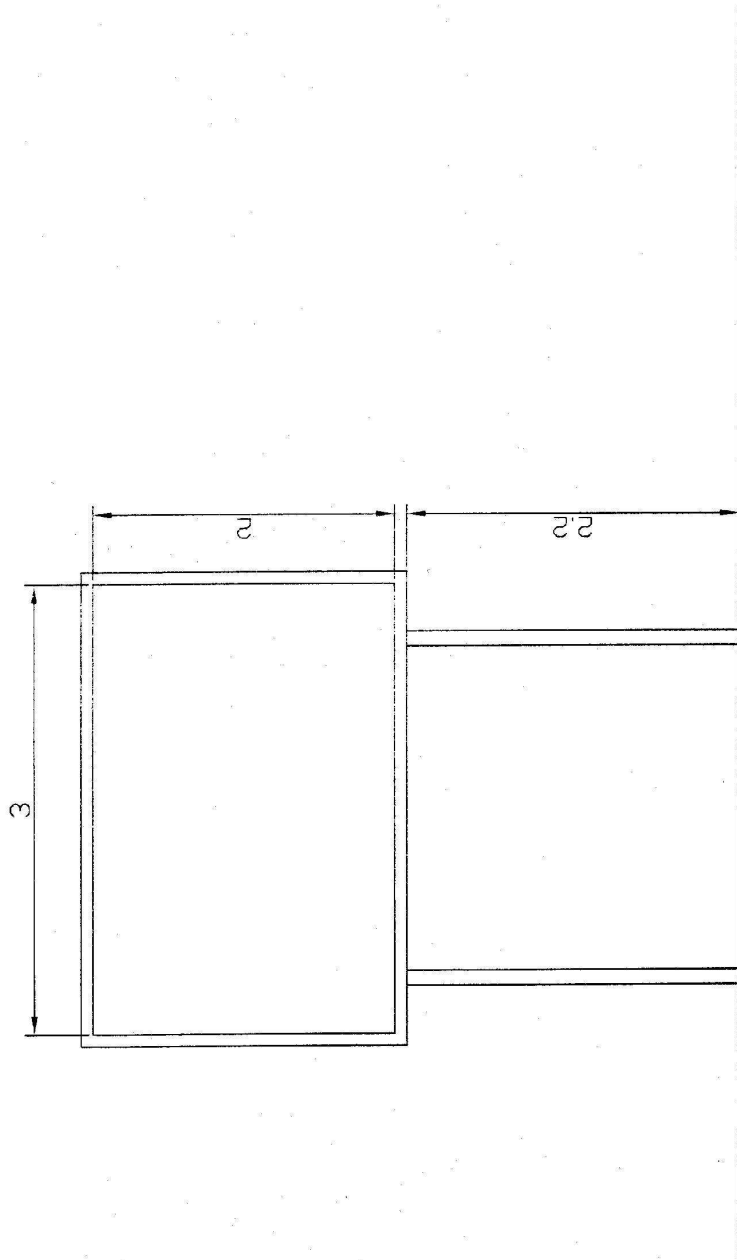
TIPOLOGIA C: BACHECHE < luce diretta >



NB: Le dimensioni si riferiscono alla sola superficie
espositiva e non alla struttura dell'impianto: cornici e pali



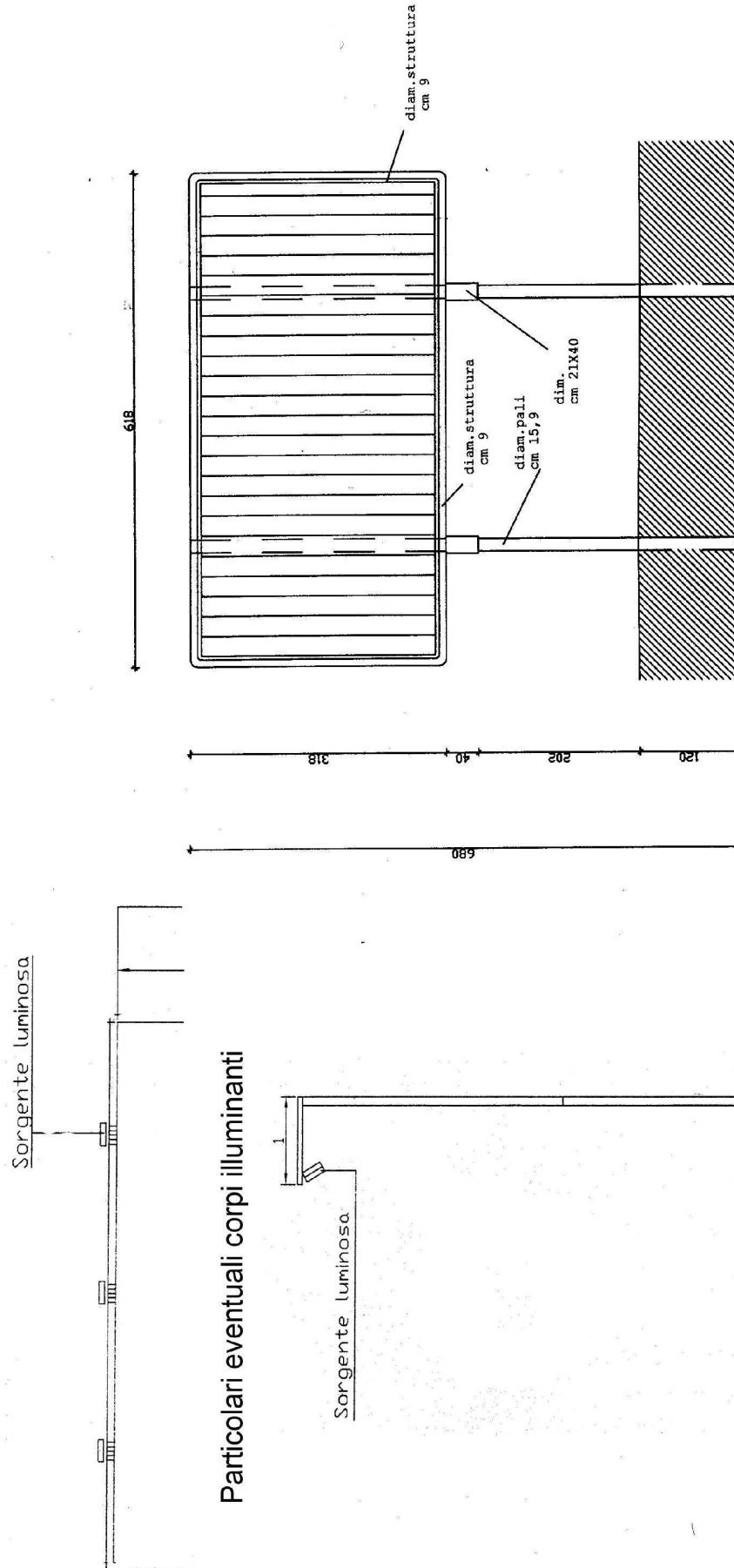
TIPOLOGIA C:
CARTELLONISTICA
CARTELLONI mq. 6



NB: Le dimensioni si riferiscono alla sola superficie espositiva e non alla struttura dell'impianto: cornici e pali



CARTELLONISTICA
TIPOLOGIA C: CARTELLONI mq. 18/20

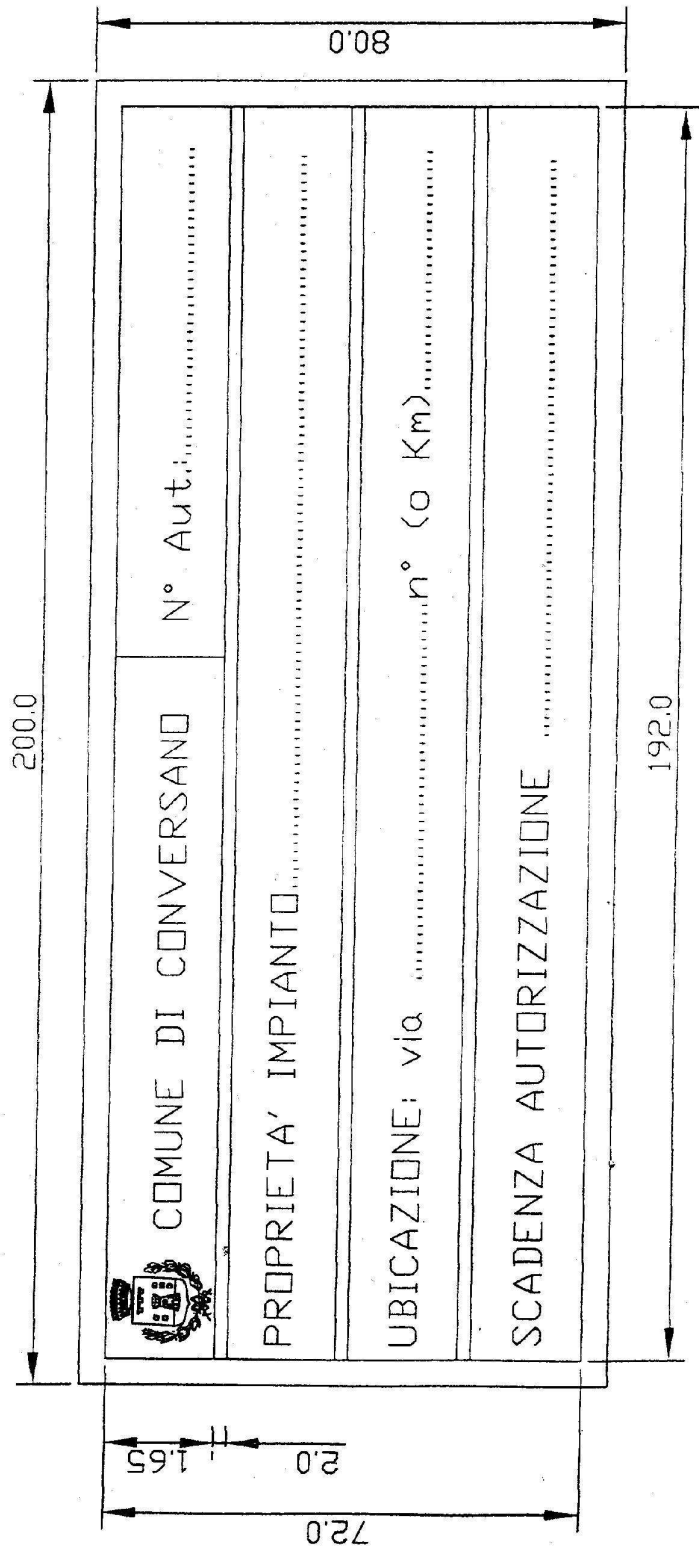


SCALA 1:50

Scarpa



TARGHETTA DI IDENTIFICAZIONE scala 1:1
(dimensioni espresse in mm)





ALLEGATO "B"

ELENCO DEGLI IMMOBILI SOTTOPOSTI A VINCOLO

Castello Acquaviva d' Aragona	D.M. 20.02.1951		Proprietà privata
Castello (Villa) di Marchione	D.M. 20.02.1951		Proprietà privata
Castello Marchione-zona rispetto	D.M. 14.03.1981	Fg.116part.6,7,8,11,12,122, 123, 124	Proprietà privata
Chiesa rurale Madonna d' Andria	D.M. 16.01.1979	Fg. 56 part. 2	Proprietà privata
Chiesa Madonna della Stella	DECL. 26.01.1976	Fg. 65 part. A	Propri. Ente Eccles.co
Chiesa Madonna dei Tetti	DECL. 27.10.1977	Fg. 98 part. A	Propri. Ente Eccles.co
Chiesa San Benedetto	DECL. 12.02.1969	Fg. 41 partt. H, G	Propri. Ente Eccles.co
Chiesa rurale S. Caterina	DECL. 23.04.1982	Fg. 42 part. B	Proprietà comunale
Chiesa San Donato	D.M. 05.07.1982	Fg. 40 part. 76	Proprietà comunale
Chiesa S.F.sco da Paola (Semin.)	DECL. 01.07.1983	Fg. 41 partt. 2044, 890	Propri. Ente Eccles.co
Chiesa S. Maria di Padula	D.M. 24.06.1972		Proprietà comunale
Chiesa S. Maria La Nova	DECL. 29.11.1982	Fg. 41 part. 4	Propri. Ente Eccles.co
Chiesa e convento S. Chiara	DECL. 20.03.1984	Fg. 41/B part. 805 - I	Comune+Ente eccles
Chiesa e conv. SS. Cosma e Dam	DECL. 10.10.1985		Prop. Suore Croc. A
Chiesa e Abaz.S.Maria dell'Isola	DECL. 13.02.1980	Fg.38part47,48,49,229,230	Propri. Ente Eccles.co
Ex Conv. San Giuseppe	DECL. 30.05.1981	Fg. 41/B part. 837, 3152	Proprietà comunale
Edif. vico Cattedrale 10,15,34,44	D.M. 20.02.1951		Proprietà privata
Edif. Vico III Cattedrale	D.M. 20.02.1951		Proprietà privata
Edif. Via Martucci n. 6	D.M. 20.02.1951		Proprietà privata
Edif. Via Martucci nn. 15/16	D.M. 20.02.1951		Proprietà privata
Edif. Via Pallonetto	D.M. 05.07.1962	Fg. 41 part. 687/1	Proprietà privata
Edif. Via S. Giuseppe nn. 5-7	D.M. 21.12.1955		Proprietà privata
Edif. Via Tarsia	D.M. 27.10.1980	Fg.41part. 772,773,767,770	Proprietà privata
Edif. C.so Umberto I n. 14	D.M. 05.07.1962	Fg. 41 part. 690/1°	Proprietà privata
Edif. C.so Umberto I n. 16	D.M. 05.07.1962	Fg. 41 part. 690/1B	Proprietà privata
Edif. C.so Umberto I n. 20	D.M. 05.07.1962	Fg. 41 part. 689	Proprietà privata
Edif. C.so Umberto I n. 24	D.M. 05.07.1962	Fg. 41 part. 685	Proprietà privata
Edif. E suolo Terra Rossa	D.M. 16.04.1984	Fg. 42 part. 837, 637	Proprietà privata
Laghi e Cisterne	DECL. 12.09.1978		Proprietà comunale
Parco di Terra Rossa	DECL. 20.12.1983	Fg. 42 part. 839	Proprietà comunale
Torre di Castiglione	D.M. 03.03.1956	Fg. 107 part. 7, 13, 14, 16	Comuni Conv. e Cast
Torre Cilindri c.so Umberto I, 24	D.M. 05.07.1962	Fg. 41 part. 686 sub 1-2	Proprietà privata
Masseria e Torre loc. Vignola	D.M. 31.05.1997	Fg. 69 oart. 7, 8, 9	
Torrione via Dante n. 19	DECL. 22.04.1983	Fg. 41 part. 1428	Proprietà comunale
Torrione Villa Garibaldi	DECL. 22.04.1983	Fg. 41 part. 884	Proprietà comunale
Edif. Palazzo Martucci	D.M. 15.05.1986	Fg. 41 part. 447	Proprietà privata
Torrione via Dante n. 42	D.M. 03.12.1986	Fg. 41/B part. 2199	Proprietà privata
Torrione piazza C. Battisti	D.M. 13.02.1967	Fg. 41/B part. 1338	Proprietà privata
Cantina sociale popolare	D.M. 17.02.1996	Fg. 41 part. 2032	Proprietà privata
Masseria Termiti	D.M. 09.10.2000	Fg. 95 part. 117	Proprietà privata
Villa Accolti Gil	D.M. 04.10.1999	Fg. 53 part. 365	Proprietà privata