



COMUNE DI CAGLIARI

**PROPOSTA DI
PIANO GENERALE
DEGLI IMPIANTI PUBBLICITARI**

NORME IN DEROGA ALL'ART. 23 DEL CODICE DELLA STRADA,
DECRETO LEGISLATIVO 30 APRILE 1992 N.285 E
DEL REGOLAMENTO DI ATTUAZIONE E DI ESECUZIONE,
D.P.R. 16 DICEMBRE 1992, N.495

INDICE

TITOLO PRIMO – PRINCIPI E DISPOSIZIONI GENERALI (articoli 1-15)

Art. 1 - Oggetto del Piano	p. 4
Art. 2 - Obiettivi del Piano	p. 4
Art. 3 - Definizioni	p. 4
Art. 4 - Zonizzazione e suddivisione del territorio in categorie	p. 4
Art. 5 - Mezzi pubblicitari e loro localizzazione	p. 5
Art. 6 - Tipologie dei messaggi pubblicitari	p. 5
Art. 7 - Quantità e ripartizione dei messaggi pubblicitari dedicati alle affissioni	p. 6
Art. 8 - Rinvio ad altre fonti normative	p. 6
Art. 9 - Concessione	p. 6
Art. 10 - Contenuto del messaggio pubblicitario	p. 7
Art. 11 - Norme di rispetto	p. 7
Art. 12 - Caratteristiche dei mezzi pubblicitari	p. 7
Art. 13 - Obblighi dell'intestatario dell'autorizzazione	p. 7
Art. 14 - Subingresso	p. 8
Art. 15 - Revoca e decadenza dell'autorizzazione	p. 8

TITOLO SECONDO – IMPIANTI PUBBLICITARI (articoli 16-20)

Art. 16 - Impianti pubblicitari su suolo pubblico	p. 8
Art. 17 - Definizione e tipologie impianti pubblicitari temporanei	p. 11
Art. 18 - Autorizzazione all'installazione	p. 13
Art. 19 - Durata e rinnovo dell'autorizzazione	p. 13
Art. 20 - Impianti pubblicitari temporanei su ponteggi e recinzioni di cantiere	p. 14

TITOLO TERZO – INSEGNE e PREINSEGNE (articoli 21-29)

Art. 21 - Principi generali e tipologie di insegne	p. 15
Art. 22 - Installazione e rimozione	p. 16
Art. 23 - Targhe	p. 17
Art. 24 - Tende	p. 17
Art. 25 - Altre tipologie di mezzi pubblicitari	p. 17
Art. 26 - Preinsegne	p. 19
Art. 27 - Preinsegne - Limitazioni	p. 19
Art. 28 - Preinsegne - Procedura autorizzatoria	p. 19
Art. 29 - Preinsegne provvisorie	p. 19

TITOLO QUARTO - ALTRI MEZZI PUBBLICITARI (articoli 30-33)

Art. 30 – Pubblicità fonica, a mezzo aeromobili o palloni frenato e natanti	p. 20
Art. 31 – Pubblicità su veicoli	p. 20
Art. 32 – Pubblicità temporanea effettuata in luoghi pubblici o aperti al pubblico	p. 20
Art. 33 – Disciplina di particolari mezzi pubblicitari	p. 21

TITOLO QUINTO - PENALITA', SANZIONI E NORME FINALI (articoli 34-35)

Art. 34 – Altre misure di contrasto alla pubblicità abusiva e difforme	p. 21
Art. 35 – Norme finali	p. 22

TITOLO PRIMO PRINCIPI E DISPOSIZIONI GENERALI

Art. 1

Oggetto del Piano

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

2. Costituiscono parti integranti del Piano i seguenti allegati:

- Allegato 1 - Piano generale impianti pubblicitari - Ambiti;
- Allegato 2 - Piano generale degli impianti pubblicitari - Elenco strade;
- Allegato 3 - Abachi specifici degli impianti e delle insegne.

Art. 2

Obiettivi del Piano

1. Obiettivo principale del Piano è regolamentare la distribuzione degli impianti pubblicitari, così come classificati al successivo art. 4, al fine di razionalizzare il posizionamento dei manufatti sul territorio.

2. Il piano, oltre ad individuare i parametri distributivi, indica i dettami generali relativamente alle tipologie dei manufatti consentiti e alle superfici massime ammissibili per tipologia di manufatto e di utilizzo del medesimo.

Art. 3

Definizioni

1. Per impianto pubblicitario si intende ogni struttura, impianto, manufatto, o altro supporto anche non stabilmente e convenzionalmente a ciò destinato, utilizzato per la diffusione di un messaggio pubblicitario.

2. Per messaggio pubblicitario si intende qualsiasi figura, fregio, guarnizione, logo, cifra, rappresentazione visiva o grafica anche se privi di scritta, che abbiano lo scopo di promuovere l'acquisto di un bene o di un servizio ovvero promuovere o migliorare l'immagine, nonché dei segni distintivi ed il marchio del soggetto pubblicizzato.

Art. 4

Zonizzazione e suddivisione del territorio in categorie

1. Ai fini della localizzazione degli impianti e della definizione delle caratteristiche cui devono rispondere i diversi mezzi pubblicitari, il territorio comunale viene ripartito in quattro Zone/Ambiti del presente Regolamento e del PGI, e definite rispettivamente:

A1: Area a carattere prevalentemente storico (ricomprendendo i centri matrice del Piano Paesaggistico Regionale);

A2: Aree ricomprese in contesti di rilevante valenza ambientale e paesaggistica (ricomprendono le aree circostanti le zone umide, i colli, i grandi parchi e parte delle aree fronte mare);

A3: Aree adiacenti il centro a carattere prevalentemente residenziale (ricomprendono le prime espansioni della "Città nuova" e le espansioni residenziali fino agli anni "50 come individuate dal Piano Paesaggistico regionale);

A4: Aree comprendenti la restante parte della città, periferica ed in parte costituita da insediamenti a carattere commerciale/produttivo (ricomprendono le espansioni residenziali più recenti e i tessuti insediativi a carattere commerciale/produttivo in coerenza con il Piano Paesaggistico regionale).

2. La realizzazione di nuove vie comporterà automaticamente l'inserimento nella zonizzazione prevalente nell'area di riferimento e, solo nel caso in cui sia necessario prevederne una diversa, si procederà all'adozione di specifica modifica dell'Allegato 1 – Piano generale impianti pubblicitari – Ambiti.

Art. 5

Tipologie dei mezzi pubblicitari

1. Nell'ambito delle definizioni di cui all'art. 47 del d.P.R. 495/1992, regolamento di esecuzione e di attuazione del codice della strada, ai fini del presente regolamento nonché dell'applicazione del canone unico patrimoniale i mezzi pubblicitari si distinguono in:

- impianti pubblicitari permanenti che hanno occupazioni di carattere stabile con l'utilizzazione continuativa e aventi durata uguale o superiore all'anno o per le quali non è indicato espressamente un termine di scadenza, anche se realizzate senza l'impiego di manufatti o impianti stabili;
- impianti pubblicitari temporanei quindi con occupazioni, anche se continuative, di durata inferiore all'anno;
- insegne di esercizio e preinsegne permanenti;
- insegne di esercizio e preinsegne temporanee;
- altri mezzi pubblicitari.

2. I mezzi pubblicitari possono localizzarsi su immobili/beni pubblici o su beni privati.

Art. 6

Tipologie dei messaggi pubblicitari

1. All'interno dei diversi mezzi pubblicitari, come definiti all'art. 5, sono inseriti messaggi di destinazione d'uso suddivisi negli abachi con i seguenti acronimi:

- Pubblica Affissione (P.A.): comunicazione istituzionale/sociale/commerciale affissa mediante sovrapposizione di manifesti sugli impianti fissi di proprietà comunale;
- Installazione Diretta Pubblicità Temporanea (I.D.): comunicazione temporanea di tipo commerciale sugli impianti di proprietà pubblica;
- Arredo Urbano (A.U.): gli impianti di proprietà pubblica o privata aventi quale scopo primario la fornitura di un effettivo servizio di pubblica utilità nell'ambito dell'arredo urbano e stradale destinati "anche" a supportare comunicazione di carattere commerciale;
- Nuovi impianti pubblicitari diversi e/o innovativi, di proprietà pubblica e/o privata, che l'Amministrazione deciderà di installare;
- Pubblicità Ordinaria Commerciale (P.O.C.): gli impianti di proprietà privata quali i poster, le tabelle, i cassonetti luminosi, teli pubblicitari atti a supportare comunicazione di tipo commerciale affissa mediante l'apposizione di manifesti, di pellicole plastificate, l'esposizione di teli fronte o retro illuminati o di messaggi variabili o Murales, Iscrizioni dipinte, Tromp l'oeil (per questa tipologia nella Zona A1 è consentita l'esposizione diretta e rimane valutabile per conto terzi, soprattutto se ricadente nel Piano Particolareggiato del Centro Storico);
- Pubblicità di Comunicazioni Aziendali (P.C.A.): gli impianti di proprietà privata quali cartelli o cassonetti stradali, cartelli indicatori, targhe su palo atti a fornire informazioni relative ad aziende e/o loro ubicazione;
- Pubblicità Ordinaria espressa mediante Insegne (P.O.I.): gli impianti di proprietà privata quali le insegne pubblicitarie e i cartelli, aventi la funzione di pubblicizzare un esercizio o comunicazioni di tipo commerciale a carattere ordinario, installati in luogo diverso dalla sede dell'attività a cui si riferiscono;
- Pubblicità Innovativa (P.I.): gli impianti di proprietà privata di nuova concezione, atti a supportare comunicazione di tipo commerciale od informativo a carattere ordinario, che potranno essere autorizzati previa approvazione di uno specifico progetto, da esaminare di concerto con gli uffici competenti;
- Pubblicità Temporanea Ordinaria, installata nei Cantieri, espressa mediante teli, strutture o cartelli (P.T.O.C.): gli impianti di proprietà privata quali poster, teli, cartelli o tabelle, atti a supportare comunicazioni di tipo commerciale, collocati in cantieri di nuove edificazioni, di manutenzioni straordinarie o restauri che comportino modificazioni sostanziali degli edifici, rispetto alla situazione preesistente;

- Pubblicità Temporanea Innovativa (P.T.I.): gli impianti come i teli pubblicitari, gli striscioni trasversali, gli standardi, i gonfaloni, ecc caratterizzati da un periodo espositivo di massimo tre mesi, ad esclusione di quelli autorizzati ai sensi dell'art. 53, comma 3 del Regolamento Attuazione CdS, che avranno una durata legata al periodo di esposizione; previa approvazione di uno specifico progetto, da esaminare di concerto con gli uffici competenti.

Art. 7

Quantità e ripartizione dei messaggi pubblicitari dedicati alle affissioni

1. Con riferimento alle tipologie Pubblica Affissione (P.A.) e Pubblicità Ordinaria Commerciale (P.O.C.) la superficie massima da adibire alle affissioni è così determinata:

- Mq. 4.000 destinate alle pubbliche affissioni (P.A.);
- Mq. 3.000 per le affissioni dirette di natura commerciale, istituzionale e comunicazioni in genere (P.O.C.), effettuate da terzi per conto proprio o da operatori pubblicitari per conto dei propri clienti, distribuiti secondo tipologia e destinazione dei mezzi stessi.

Art. 8

Rinvii ad altre fonti normative

1. Per gli immobili e le aree sottoposte a vincoli monumentali e paesaggistici si fa rimando agli artt. 49 e 153 del Codice dei Beni Culturali per l'acquisizione dello specifico provvedimento autorizzatorio comunque denominato, preventivo e prioritario rispetto all'acquisizione del titolo abilitativo all'installazione di insegne, impianti e altri mezzi pubblicitari.
2. Gli impianti e gli altri mezzi pubblicitari devono essere installati in conformità alla vigente normativa in materia di abbattimento delle barriere architettoniche.
3. Per quanto non espressamente disciplinato nel presente Regolamento, si rimanda alle prescrizioni di cui al Codice della Strada e Relativo Regolamento di Esecuzione ed Attuazione.
4. Le tipologie e le procedure relative alle pubbliche affissioni sono disciplinate dal regolamento CUP approvato con deliberazione del Consiglio comunale n. 68 del 27.04.2021 e successive modifiche ed integrazioni.
5. In tema di propaganda elettorale si applicano le specifiche disposizioni in materia.

Art. 9

Concessione

1. L'Amministrazione Comunale procede alla riorganizzazione e armonizzazione del territorio urbano in ordine alla distribuzione degli impianti pubblicitari attraverso il passaggio da un regime autorizzatorio ad un regime concessorio.
2. L'Amministrazione approva progetti unitari di impianti pubblicitari su suolo pubblico, suddivisi in lotti, da affidare a terzi mediante procedure ad evidenza pubblica, relativi alle zone cittadine.
3. Il numero, la tipologia, l'ubicazione, la durata, le caratteristiche degli impianti sono individuati nel relativo bando. In sede di predisposizione del bando di gara sarà necessario predisporre un piano economico finanziario.
4. Nelle more della predisposizione dei bandi di gara e fino al completamento delle procedure di gara, in regime transitorio, l'installazione degli impianti pubblicitari, sia su suolo pubblico che in aree private, sarà sempre soggetta ad autorizzazione.
5. Per la disciplina del regime transitorio si rinvia all'art.18 del presente Piano.

Art. 10**Contenuto del messaggio pubblicitario**

1. Il messaggio pubblicitario deve garantire il rispetto della dignità umana e dell'integrità della persona; non può veicolare discriminazioni dirette o indirette di alcun tipo, né contenere alcun incitamento all'odio; non può veicolare messaggi che approvino, esaltino o inducano alla violenza, che richiamino la mercificazione del corpo, che veicolino messaggi o immagini allusive o che facciano esplicito riferimento ad attività a sfondo erotico.

Art. 11**Norme di rispetto**

1. L'installazione di impianti pubblicitari non deve procurare pregiudizio a terzi. A tal fine qualora l'installazione richiesta sia in posizione di confine con altra proprietà o possa comunque recare pregiudizio alla piena godibilità del proprio bene, è necessario il consenso del proprietario della medesima.
2. Gli impianti pubblicitari non debbono occultarsi reciprocamente.
3. L'autorizzazione all'installazione di impianti pubblicitari e mezzi pubblicitari è rilasciata fatti salvi i diritti di terzi ed il Comune resta sollevato da qualsiasi responsabilità derivante dall'installazione e dalla presenza del mezzo pubblicitario.

Art. 12**Caratteristiche dei mezzi pubblicitari**

1. Tutti i mezzi pubblicitari devono rispettare le seguenti caratteristiche generali:
 - a) essere realizzati con materiali non deperibili e resistenti agli agenti atmosferici;
 - b) avere sagoma regolare (che non può essere quella di disco o triangolo);
 - c) non devono ingenerare confusione con la segnaletica stradale ed ostacolarne la visibilità entro lo spazio di avvistamento;
 - d) le strutture di sostegno e di fondazione devono essere calcolate per resistere alla spinta del vento e degli altri agenti atmosferici, saldamente realizzate ed ancorate sia globalmente che nei singoli elementi. Ove ci si avvalga di strutture preesistenti devono comunque essere rispettate e garantite le esigenze di sicurezza a tutela della pubblica incolumità;
 - e) gli impianti pubblicitari luminosi o illuminati non possono né avere luce intermittente, né di colore rosso e non devono procurare abbagliamento. Il sistema di illuminazione deve essere conforme a tutte le specifiche norme in materia;
 - f) l'eventuale variabilità dei messaggi degli impianti pubblicitari non dovrà essere inferiore a 10 secondi.
 - g) non devono pregiudicare la visibilità della segnaletica stradale (cartelli indicatori, impianti semaforici, ecc.), di postazioni di controllo per il rilevamento della velocità o di altre indicazioni di interesse pubblico né ridurre o impedire la corretta visibilità degli attraversamenti pedonali, semaforici e non. In particolare, i manufatti non devono in alcun modo interferire con il cono ottico di avvistamento delle lanterne semaforiche, sia degli impianti sulle intersezioni che in quelli che regolano i flussi pedonali;
 - h) rispettare le distanze previste dalle norme vigenti.
2. Gli impianti devono altresì rispettare i requisiti e le indicazioni contenute nell'allegato 3 (Abachi specifici degli impianti e delle insegne) parte integrante al presente Regolamento.

Art. 13**Obblighi dell'intestatario dell'autorizzazione**

1. Il titolare dell'autorizzazione per impianto pubblicitario ha l'obbligo di:
 - a) effettuare la manutenzione, garantendo il buono stato dell'impianto pubblicitario ed effettuando ogni

- intervento necessario per il mantenimento delle condizioni di sicurezza;
- b) provvedere alla completa rimozione dell'impianto/mezzo pubblicitario/insegna ed al ripristino dello stato dei luoghi alla scadenza, rinuncia, decadenza, revoca dell'autorizzazione nei casi previsti;
 - c) pagare il Canone qualora dovuto;
 - d) per tutta la durata dell'autorizzazione sull'impianto, deve essere mantenuta a cura e spese del titolare dell'impianto, una targhetta (cimasa) in posizione visibile che riporti gli estremi e la data di scadenza dell'autorizzazione.

Art. 14 **Subingresso**

1. Il subingresso nella titolarità dell'impianto/mezzo pubblicitario avviene mediante presentazione di apposita richiesta da parte del nuovo intestatario, il quale si assume tutte le responsabilità derivanti dalla permanenza dei manufatti.
2. Il subingresso è vincolato al pagamento dei debiti CUP da parte del cedente o del cessionario.

Art. 15 **Revoca e decadenza dell'autorizzazione**

1. L'autorizzazione può essere revocata in ogni momento per motivi di pubblico interesse. Contestualmente alla revoca, l'Amministrazione comunale, comunica al titolare dell'autorizzazione il termine entro il quale rimuovere il manufatto, provvedendo d'ufficio e con addebito delle spese in caso di inerzia o qualora l'impianto costituisca pericolo per la circolazione.
2. L'autorizzazione decade:
 - a) quando vengono meno le condizioni che ne costituiscono presupposto essenziale;
 - b) per inadempimento degli obblighi da parte del titolare dell'autorizzazione compresa la mancata corrispondenza del canone annuo dovuto;
 - c) per mancata messa in opera nei termini indicati nell'autorizzazione o nel regolamento CUP;
 - d) per mancato uso dell'impianto;
 - e) per mancata manutenzione del mezzo pubblicitario, sia della plancia e/o tabella che della struttura.

TITOLO SECONDO – IMPIANTI PUBBLICITARI

Art. 16 **Impianti pubblicitari su suolo pubblico**

1. Il Comune (o il Concessionario se l'Amministrazione Comunale dovesse incaricarlo di gestire le autorizzazioni pubblicitarie) nell'autorizzare nuovi mezzi pubblicitari farà riferimento alle seguenti fattispecie attualmente identificate come "standard approvabile":
 - A. *Cartello*: Impianto pubblicitario, mono o bifacciale, destinato a supportare spazi finalizzati alla diffusione di messaggi istituzionali, sociali e commerciali. La struttura deve essere caratterizzata da uno o due montanti, vincolata al suolo da idoneo ancoraggio, da un telaio, da una superficie mono o bifacciale da utilizzarsi per l'esposizione dei messaggi e da una cornice di finitura. La struttura può essere completata da impianto d'illuminazione interno o esterno.
Dimensione pubblicitaria sull'impianto ≤ 18 mq
 - B. *Cartello a messaggio variabile*: Impianto pubblicitario, mono o bifacciale assimilabile ad un cartello per caratteristiche strutturali e formali, idoneo all'esposizione di messaggi pubblicitari variabili (prismi rotanti

o manifesti scorrevoli o led luminosi), finalizzati alla diffusione di messaggi istituzionali, sociali e commerciali. La struttura deve essere caratterizzata da uno o due montanti, vincolata al suolo da idoneo ancoraggio, da un telaio, da un meccanismo per la variazione del messaggio e da una cornice di finitura; profondità inferiore a cm 50. La struttura può essere completata da impianto d'illuminazione esterno o d'interno.

Dimensione pubblicitaria sull'impianto ≤ 18 mq

- C. *Cassonetto luminoso*: Impianto pubblicitario mono o bifacciale assimilabile ad un cartello per caratteristiche strutturali e formali, idoneo all'esposizione di teli pubblicitari retro illuminati, finalizzato alla diffusione di messaggi istituzionali, sociali e commerciali. La struttura, completata da impianto di illuminazione interno, deve essere caratterizzata da uno o due montanti, vincolata al suolo da idoneo ancoraggio, da un telaio e da una cornice di finitura, profondità inferiore a cm 50.

Dimensione pubblicitaria per facciata ≤ 18 mq

Dimensione pubblicitaria sull'impianto ≤ 18 mq

- D. *Tabella*: Impianto pubblicitario, monofacciale, di profondità massima pari a cm 20 vincolato completamente in aderenza a strutture edificate in elevazione, finalizzato alla diffusione di messaggi. La struttura deve essere caratterizzata da un telaio da utilizzarsi per l'esposizione dei messaggi e da una cornice di finitura. La struttura può essere completata da impianto d'illuminazione interna o esterna.

Dimensione pubblicitaria sull'impianto ≤ 18 mq

- E. *Tabella a messaggio variabile*: Impianto pubblicitario, monofacciale, assimilabile ad una tabella per caratteristiche strutturali e formali, idoneo all'esposizione di messaggi pubblicitari variabili (prismi rotanti o manifesti scorrevoli o led luminosi), costituito da un meccanismo per la variazione del messaggio, un telaio e da una cornice di finitura; profondità inferiore a cm 50. La struttura può essere completata da impianto d'illuminazione esterno od interno. L'esposizione dei messaggi non può essere inferiore a 30".

Dimensione pubblicitaria sull'impianto ≤ 18 mq

- F. *Cassonetto luminoso a parete*: Impianto pubblicitario, monofacciale, assimilabile ad una tabella per caratteristiche strutturali e formali, idoneo all'esposizione di teli pubblicitari retroilluminati, finalizzato alla diffusione di messaggi istituzionali, sociali e commerciali. La struttura, completata da impianto di illuminazione interno, è caratterizzata da un telaio e da una cornice di finitura, profondità inferiore a cm 50.

Dimensione pubblicitaria per facciata ≤ 18 mq

Dimensione pubblicitaria sull'impianto ≤ 18 mq

- G. *Totem o trespolo (pubblicitario o associato a prestazione di servizio)*

Impianto pubblicitario tridimensionale multifacciale, vincolato al suolo da apposita struttura di sostegno, finalizzato alla diffusione di messaggi. Deve essere caratterizzato da un telaio, da superfici da utilizzarsi per l'esposizione dei messaggi e da una cornice di finitura. La struttura può essere completata da impianto d'illuminazione interno o esterno.

Dimensione massima pubblicitaria su di un lato ≤ 5 mq

Dimensione massima pubblicitaria sull'impianto ≤ 5 mq

- H. *Quadro informativo*: Impianto d'arredo urbano associato a prestazione di servizio, bifacciale, destinato a supportare uno spazio finalizzato all'informazione mediante l'esposizione di planimetrie relative agli ambiti di collocazione ed uno spazio per la diffusione di messaggi commerciali. La struttura deve essere caratterizzata da montante, vincolata al suolo da idoneo ancoraggio, da un telaio, da una superficie da utilizzarsi per l'esposizione di messaggi e da una cornice di finitura. La struttura può essere completata da impianto d'illuminazione interno o esterno.

Dimensione massima pubblicitaria sull'impianto ≤ 18 mq

- I. *Pensilina attesa mezzi pubblici*: Impianto d'arredo urbano per la copertura delle aree d'attesa dei mezzi

pubblici, rigidamente vincolato al suolo e completato da spazi finalizzati alla diffusione dei messaggi commerciali. La struttura può essere completata da impianto d'illuminazione interno o esterno ed altri elementi finalizzati alla prestazione di servizi di pubblica utilità.

Dimensione massima pubblicitaria su di un lato ≤ 5 mq

Dimensione massima pubblicitaria sull'impianto ≤ 5 mq

- J. *Palina fermata autobus*: Manufatto per l'indicazione degli orari dei mezzi pubblici, rigidamente vincolato al suolo e completato da spazi finalizzati alla diffusione dei messaggi commerciali mono o bifacciali. La struttura può essere completata da altri elementi finalizzati alla prestazione di servizi di pubblica utilità. Dimensione massima pubblicitaria sull'impianto ≤ 3 mq
- K. *Orologio*: Impianto d'arredo urbano finalizzato alla fornitura di servizio, rigidamente vincolato al suolo o al muro e completato da uno spazio monofacciale o bifacciale, finalizzato alla diffusione dei messaggi commerciali. La struttura può essere completata da impianto d'illuminazione esclusivamente interno. Dimensione massima pubblicitaria su di un lato ≤ 3 mq
Dimensione massima pubblicitaria sull'impianto ≤ 3 mq
- L. *Transenna parapetonale pubblicitaria*: Impianto d'arredo urbano, finalizzato alla fornitura di servizio quale la delimitazione e la protezione di marciapiedi e spazi ad uso pedonale, assimilabile ad un cartello di piccole dimensioni. Rigidamente vincolato al suolo è completato da spazio mono o bifacciale finalizzato alla diffusione dei messaggi istituzionali, commerciali, pubblicitari o propagandistici. La struttura non prevede l'inserimento di impianto d'illuminazione. In quanto impianto pubblicitario di servizio, la suddetta fattispecie è soggetta a specifica valutazione da parte dell'Amministrazione in relazione a tutti e quattro (4) gli ambiti, di cui al precedente art. 4 del presente Piano.
Dimensione massima pubblicitaria sull'impianto ≤ 3 mq
- M. *Rastrelliera per biciclette*: Impianto d'arredo urbano, finalizzato alla fornitura di servizio quale la protezione di biciclette, assimilabile ad un cartello di piccole dimensioni. Rigidamente vincolato al suolo, è completato da uno spazio mono o bifacciale finalizzato alla diffusione dei messaggi istituzionali, commerciali, pubblicitari o propagandistici. La struttura non prevede l'inserimento di impianto d'illuminazione.
Dimensione massima pubblicitaria sull'impianto ≤ 3 mq
- N. *Insegne pubblicitarie ed insegne pubblicitarie su tetto*: Impianto pubblicitario (diverso da quello per l'affissione diretta), mono, bifacciale o polifacciale, caratterizzato da grande superficie, dotato di struttura di sostegno propria, avente la funzione di pubblicizzare un esercizio o un prodotto commerciale, installato in luogo (anche su tetti) diverso dalla sede dell'attività a cui si riferisce. La struttura può essere completata da impianto d'illuminazione interno od esterno.
Dimensione massima pubblicitaria sull'impianto ≤ 60 mq
- O. *Preinsegne*: Si definisce "preinsegna" la scritta in caratteri alfanumerici, completata da freccia di orientamento ed eventualmente da simboli e da marchi, finalizzata alla pubblicizzazione direzionale della sede dove si esercita una determinata attività ed installata in modo da facilitare il reperimento della sede stessa, in conformità a quanto disposto dall'articolo 134 del d.P.R. 16 dicembre 1992, n. 495;
Dimensione massima pubblicitaria sull'impianto (art. 47 d.p.r. 495/1992)
- P. *Cartello pubbliche affissioni*: gli impianti fissi (poster) di proprietà comunale, atti a supportare comunicazione, affissa mediante sovrapposizione di manifesti (Pubblica Affissione Istituzionale/Sociale e Commerciale)
Dimensione massima pubblicitaria sull'impianto ≤ 18 mq
- Q. *Tabella pubbliche affissioni*: gli impianti fissi (stendardi) di proprietà comunale, atti a supportare comunicazione, affissa mediante sovrapposizione di manifesti (Pubblica Affissione Istituzionale/Sociale e

Commerciale)

Dimensione massima pubblicitaria sull'impianto ≤ 3 mq

- R. *Altri mezzi d'arredo urbano, impianto pubblicitario di servizio*: Impianti d'arredo urbano quali le coperture degli accessi alle linee della metropolitana leggera, le paline di fermata dei mezzi pubblici, le strutture polifunzionali, i servizi igienici automatizzati, le edicole, le cabine telefoniche. Tali impianti dovranno essere frutto di progettazione puntuale ed oggetto di gara pubblica. Stante la varietà dei mezzi di arredo la dimensione dell'impianto verrà stabilita in sede di gara.
- S. *Nuovi mezzi pubblicitari*: Si definiscono "nuovi mezzi pubblicitari" i manufatti che, quale conseguenza di nuove normative, di tecnologie avanzate o di specifiche e innovative proposte del mercato pubblicitario, non rientrano tra quelli elencati nei precedenti punti e le cui istanze di autorizzazione saranno esaminate di concerto con altri enti od uffici comunali competenti, venendo di volta in volta inseriti nel PGI. I termini di conclusione del procedimento sono raddoppiati e sono interrotti per l'acquisizione del parere di altre amministrazioni.
2. L'esposizione di pubblicità sulle pensiline di fermata di mezzi di trasporto pubblico è autorizzabile al soggetto a cui è affidata la gestione del servizio da parte del concessionario del trasporto pubblico locale.
3. L'installazione di impianti pubblicitari su recinzioni di cantiere è autorizzabile al soggetto individuato nella relativa procedura.
4. Gli Uffici Comunali, che hanno la responsabilità del monitoraggio e del controllo del territorio e della pubblicità, hanno comunque la possibilità di verificare la rispondenza al Piano Generale degli Impianti anche di altri mezzi pubblicitari che presentino caratteristiche innovative rispetto a quelli standard ed eventualmente di richiederne l'immissione sul territorio facendo approvare un nuovo standard od identificando a quale categoria di mezzo risulti essere più simile e la quantità massima (in numero e/o in mq) autorizzabile. Le quantità autorizzabili devono essere definite nel loro complesso e devono essere considerate facenti parte del quantitativo totale approvato all'interno del PGI.
5. Le caratteristiche tecniche di tutti gli impianti (colore, formato, etc.) sono determinate e descritte in dettaglio nella specifica parte ad essi dedicata del PGI (All. 3 - Abachi specifici degli impianti e delle insegne).

Art. 17

Definizione e tipologie impianti pubblicitari temporanei

1. Per impianti pubblicitari temporanei si intendono quei mezzi, aventi carattere di provvisorietà, ossia una durata espositiva non superiore all'anno, nello specifico:
- A. Striscione: Manufatto bidimensionale, sostenuto in sospensione unicamente da cavi, che attraversa strade o piazze, realizzato con materiale di qualsiasi natura, privo di rigidità propria, mancante di una superficie d'appoggio e comunque non aderente ad essa, idoneo a resistere opportunamente alla forza del vento ed agli altri agenti atmosferici, collocato su apposita struttura.
Dimensione pubblicitaria sull'impianto ≤ 10 mq
- B. Stendardo: Manufatto monofacciale o bifacciale, opaco, bidimensionale, realizzato con materiali di qualsiasi natura, privo di rigidità propria, mancante di una superficie di appoggio e comunque non aderente ad essa.
Dimensione pubblicitaria sull'impianto ≤ 10 mq
- C. Gonfalone: Manufatto monofacciale o bifacciale, opaco, bidimensionale, realizzato con materiali di qualsiasi natura ma non cartacei, privo di rigidità. Collocato su palo della pubblica illuminazione o altra tipologia eventualmente espressamente autorizzata dagli uffici comunali.
Dimensione pubblicitaria sull'impianto $\leq 1,4$ mq

- D. Teli pubblicitari: Impianto pubblicitario, monofacciale, caratterizzato da grande superficie, interamente vincolato in aderenza a ponteggi di cantiere. La struttura può essere completata da impianto d'illuminazione esterno od interno. La dimensione massima corrisponde alla superficie del fronte dell'edificio o del ponteggio installato.
- E. Tabella: Impianto pubblicitario, monofacciale, di profondità massima pari a cm 20, vincolato completamente in aderenza a strutture edificate in elevazione, finalizzato alla diffusione di messaggi. La struttura deve essere caratterizzata da un telaio da utilizzarsi per l'esposizione dei messaggi e da una cornice di finitura. La struttura può essere completata da impianto d'illuminazione interna od esterna.
Dimensione pubblicitaria sull'impianto ≤ 2 mq
- F. Targa su palo: Impianto pubblicitario, mono o bifacciale, contenuto in un telaio nei seguenti due formati:
- base cm 70 e altezza cm 100 installato a bandiera;
- base cm 100 e altezza cm 140, installato centralmente in modo tale che la figura sporga metà su di un lato e metà sull'altro.
Collocato su palo della pubblica illuminazione o altra tipologia eventualmente espressamente autorizzata dagli uffici comunali.
Dimensione pubblicitaria sull'impianto $\leq 2,8$ mq
- G. Locandina esterna: Manufatto posizionato sul suolo in prossimità dell'esercizio di vendita, di materiale rigido con proprio sostegno, non luminoso, reclamizzante messaggi relativi a propri servizi, iniziative, vendite straordinarie ovvero inerente all'attività esercitata;
Dimensione pubblicitaria sull'impianto $\leq 3,0$ mq
- H. Cartello o telo: elemento realizzato con materiale di qualsiasi natura, reclamizzante le vendite straordinarie ovvero inerente all'attività, riprodotto messaggi relativi a propri servizi, iniziative o offerte non luminoso;
Dimensione pubblicitaria sull'impianto $\leq 3,0$ mq
- I. Bandiera: elemento bidimensionale, realizzato con materiale privo di rigidità (anche in tessuto di tela), non luminoso, supportato da idoneo sostegno, a carattere commerciale e non;
Dimensione pubblicitaria sull'impianto $\leq 3,0$ mq
- J. Cartello su cantiere: elemento realizzato con materiale di qualsiasi natura, supportato da idonea struttura di sostegno o interamente vincolato a ponteggi, impalcature, recinzioni di cantieri. Può essere bifacciale e luminoso per luce indiretta;
Dimensione pubblicitaria sull'impianto $\leq 18,0$ mq
- K. Lavagna menù: La lavagna a carattere esclusivamente temporaneo, può essere posizionata o sulla vetrina degli esercizi di somministrazione di alimenti e bevande o nell'ambito del plateatico degli stessi. Espone il prezzo delle consumazioni e l'indicazione del servizio offerto, al banco o al tavolo.
Dimensioni impianto 70 x 100 cm
- L. Cartello di compravendita e affitto (tipologia: PT): elemento realizzato con materiale di qualsiasi natura, supportato da idonea struttura di sostegno o vincolato a ponteggi, impalcature, recinzioni di cantieri o sulle facciate. Reclamizza la compravendita o l'affitto di immobili. Può essere bifacciale e luminoso per luce diretta o indiretta.
Dimensione pubblicitaria sull'impianto $\leq 9,0$ mq;
- M. Graffiti: Si tratta di pitture murali realizzate sulle superfici di strutture architettoniche, o parti di esse, a prescindere che esse siano realizzate in muratura o con altra tecnica costruttiva (ad esempio: volte lignee, muri in terra, ecc.).

- N. Segno orizzontale reclamistico: Si definisce "segno orizzontale reclamistico" la riproduzione sulla superficie stradale, con pellicole adesive di scritte in caratteri alfanumerici, di simboli e di marchi, finalizzata alla diffusione di messaggi pubblicitari. I segni orizzontali reclamistici sono ammessi unicamente:
- all'interno di aree ad uso pubblico di pertinenza di complessi industriali o commerciali;
 - lungo il percorso di manifestazioni sportive o su aree delimitate, destinate allo svolgimento di manifestazioni di vario genere, limitatamente al periodo di svolgimento delle stesse e alle 24 ore precedenti e successive. Essi devono essere realizzati con materiali rimovibili, ma ben ancorati alla superficie stradale e garantire una buona aderenza dei veicoli sugli stessi.
- O. Nuovi mezzi pubblicitari: Si definiscono "nuovi mezzi pubblicitari" i manufatti che, quale conseguenza di nuove normative, di tecnologie avanzate o di specifiche e innovative proposte del mercato pubblicitario, non rientrano tra quelli elencati nei precedenti punti e le cui istanze di autorizzazione saranno esaminate di concerto con altri enti od uffici comunali competenti, venendo di volta in volta inseriti nel PGI. I termini di conclusione del procedimento sono raddoppiati e sono interrotti per l'acquisizione del parere di altre amministrazioni.

2. Gli Uffici Comunali, che hanno la responsabilità del monitoraggio e del controllo del territorio e della pubblicità, hanno comunque la possibilità di verificare la rispondenza al Regolamento per la disciplina del canone patrimoniale di occupazione del suolo pubblico e di esposizione pubblicitaria e del canone mercatale ed al PGI anche di altri mezzi pubblicitari che presentino caratteristiche innovative rispetto a quelli standard ed eventualmente di richiederne l'immissione sul territorio facendo approvare un nuovo standard o identificando a quale categoria di mezzo risulti essere più simile e la quantità massima (in numero e/o in mq) autorizzabile.

3. Le caratteristiche tecniche di tutti gli impianti (colore, formato, etc.) sono determinate e descritte in dettaglio nella specifica parte ad essi dedicata del PGI.

4. Il presente PGI prende in considerazione anche forme diverse di comunicazione e pubblicità che non utilizzano impianti insistenti sul territorio, ma che comunque producono effetti comunicativi e/o pubblicitari nel Comune di Cagliari come, a solo titolo di esempio:

- pubblicità effettuata attraverso la distribuzione di volantini;
- uomini sandwich o similari;
- veicoli pubblicitari o utilizzati anche per questo fine;
- proiezioni visive e/o sonore su qualsiasi mezzo esposto in luogo pubblico o aperto al pubblico.

Art. 18

Autorizzazione all'installazione (regime transitorio)

1. In fase di regime transitorio l'installazione degli impianti pubblicitari, sia su suolo pubblico che in aree private, è soggetta ad autorizzazione temporanea fino al completamento delle procedure di gara. L'istanza deve essere presentata allo Sportello Unico Attività Produttive Edilizia (SUAPE) con la specifica modulistica predisposta e deve essere corredata dalla documentazione prevista dal soggetto che ha titolo per richiedere l'autorizzazione.

2. Sono sottoposti a regime transitorio i mezzi pubblicitari esistenti alla data di approvazione del presente piano, per i quali dev'essere presentata domanda di autorizzazione transitoria come prevista nel successivo art. 19. Fino alla definizione delle gare ad evidenza pubblica, non sarà possibile effettuare nuove installazioni nel territorio comunale all'interno dell'area del lotto oggetto di gara pubblica. Sono consentite le installazioni nelle aree non oggetto di gara, soltanto mediante autorizzazioni temporanee e transitorie fino alla definizione del bando; sia su parti pubbliche che private.

3. L'elenco degli elaborati necessari alla presentazione delle istanze è definito nella specifica modulistica predisposta dallo Sportello Unico Attività Produttive Edilizia (SUAPE) e dagli altri Servizi competenti.

3. Il rilascio dell'autorizzazione avverrà nei limiti dei contingenti delle Pubbliche Affissioni (P.A.) e delle Pubblicità ordinarie commerciali (P.O.C.) di cui all'articolo 7 e nel rispetto della normativa vigente in materia.

Art. 19
Durata e rinnovo dell'autorizzazione

1. L'autorizzazione per gli impianti pubblicitari di cui agli artt. 9 e 18 ha validità fino alla definizione del/i bando/i di gara per le concessioni. La domanda per l'autorizzazione transitoria, nelle more dell'espletamento dell'evidenza pubblica anzidetta che si concluderà entro e non oltre due (2) anni dall'approvazione del PGIP, dev'essere presentata entro e non oltre il 31/12/2025 allo Sportello Unico Attività Produttive Edilizia (SUAPE), secondo la modulistica predisposta, il quale rilascerà apposito provvedimento autorizzatorio.
2. La domanda anzidetta è da presentarsi solo ed esclusivamente in assenza di debiti verso l'Amministrazione. Eventuali richieste di rateizzazione saranno valutate senza polizza fideiussoria solo per i debiti di importo non superiore a diecimila euro, purché in presenza di oggettiva difficoltà economica.
3. Ad eccezione degli impianti su parete, il rinnovo delle autorizzazioni per impianti non più conformi alla disciplina del presente Regolamento è ammesso subordinatamente al loro adeguamento.
4. Gli impianti pubblicitari che non possono essere adeguati alle disposizioni del presente Regolamento devono essere rimossi alla scadenza del titolo. Gli oneri diretti e connessi alla rimozione sono a carico del soggetto proprietario o del soggetto pubblicizzato sull'impianto, e qualora sostenuti dall'Amministrazione saranno posti a carico di uno dei soggetti anzidetti con l'aggravio della sanzione amministrativa per inadempimento.

Art. 20
Impianti pubblicitari temporanei su ponteggi e recinzioni di cantiere

1. Le istanze di autorizzazione all'installazione di impianti pubblicitari temporanei su ponteggi e recinzioni di cantiere soggetti all'art. 49 del d. lgs. 42/2004 e s.m.i. possono essere presentate solo se già autorizzate dalla competente Soprintendenza.
2. Per poter autorizzare impianti pubblicitari temporanei su ponteggi privati, gli stessi devono essere coperti da una gigantografia artistica riproducente completamente il prospetto dell'edificio coperto dal ponteggio oggetto di intervento. È ammessa una sola porzione pubblicitaria illuminata da faretti, ma non retroilluminata.
3. Nella zona 1 di cui all'art. 4, l'installazione di impianti pubblicitari su ponteggi completamente decorati con gigantografie artistiche è autorizzata previa presentazione di istanza.
4. Nelle zone 2, 3 e 4 di cui all'art. 4, è consentita l'installazione di impianti pubblicitari su ponteggi completamente decorati con gigantografie artistiche previa presentazione di SCIA,
5. La durata complessiva massima dell'esposizione pubblicitaria è di 12 mesi, non prorogabile. La superficie pubblicitaria è autorizzabile nella misura del 20% della superficie riproducente il tratto architettonico totale della gigantografia. In caso di parete artistica su tela, che riporti il logo/ragione sociale in ragione del 5% della parete artistica, la porzione pubblicitaria costituita dalla parete artistica può essere aumentata fino al 40%.
6. L'impianto pubblicitario deve essere realizzato in modo da non interferire con le segnalazioni di pericolo diurne e notturne, installate nelle strutture di cantiere, né costituire pericolo per la circolazione stradale.
7. In tutte le zone, in caso di opere esclusivamente interne all'edificio, non è autorizzabile la collocazione di impianti pubblicitari sui ponteggi ad eccezione dei cartelli vendesi/affittasi o delle insegne autorizzate degli esercizi sottostanti.
8. In tutte le zone, in caso di opere esterne, la durata della esposizione pubblicitaria deve essere congrua alla entità delle opere da eseguire, asseverata con relazione tecnica dal Direttore dei lavori e da sottoporre a verifica del competente Servizio Tecnico comunale;
9. Qualora la recinzione di cantiere sia riferita a lavori che riguardano gli esercizi fronte strada, può essere presentata SCIA per pubblicità provvisoria riferita esclusivamente all'attività in essi esercitata o di prossima apertura.

TITOLO TERZO – INSEGNE e PREINSEGNE**Art. 21
Principi generali**

1. Le insegne d'esercizio, le targhe professionali, le tende ed i mezzi similari di cui al presente capo collocati all'interno del centro abitato sono regolamentati dal vigente Regolamento per la collocazione di insegne di esercizio e altri mezzi pubblicitari in centro storico, dalle disposizioni del Regolamento per la Disciplina del Canone Patrimoniale di Occupazione del Suolo Pubblico e di Esposizione Pubblicitaria e del Canone Mercatale, e dal presente Piano Generale degli Impianti pubblicitari (P.G.I.)–Abachi delle distanze e relativi allegati. Le caratteristiche, le dimensioni ed il posizionamento delle insegne d'esercizio e delle targhe professionali poste fuori dai centri abitati sono disciplinate dal Nuovo Codice della Strada e relativo Regolamento di esecuzione.

2. Nel rilascio dell'autorizzazione si terrà conto che i requisiti oggettivi (tipologia, dimensioni, colori, materiali, composizione delle scritte o dei disegni, posizionamento etc.) dei mezzi di cui al presente capo non siano tali da alterare il decoro urbano, l'armonico inserimento nel contesto ambientale ed avere un rilevante impatto visivo; l'insegna non potrà in nessun caso cancellare gli elementi decorativi presenti, interrompere le cornici in pietra e gli stipiti delle aperture, né trasformare l'immagine complessiva della facciata ovvero porsi come elemento dissonante e negativo sotto il profilo estetico.

3. E' vietata l'installazione di insegne di esercizio a scopo di pubblicità sulle recinzioni (sia sulla muratura che sulla cancellata), sui parapetti dei balconi o dei terrazzi, sui parapetti delle finestre o nel vano finestra (ad eccezione delle vetrofanie/vetrografie), al di sopra del primo piano fuori terra degli edifici nonché al di sopra dei tetti degli edifici (siano essi piani o a falde inclinate), nelle arcate frontali e di testa nei portici; eccezionalmente dette installazioni possono essere consentite sugli immobili industriali e sugli immobili commerciali, classificabili, secondo le vigenti disposizioni, come centri commerciali o medie o grandi strutture di vendita. Per l'individuazione di esercizi sprovvisti di affacci su strade e piazze pubbliche, ovvero situati in corti, strade e vicoli ciechi, o comunque ubicati in posizione non percepibile dagli abituali percorsi pedonali, è consentita l'esposizione di un solo pannello non luminoso di modesto ingombro nel sito più prossimo all'esercizio posizionato a parete.

4. Nel caso in cui non vi siano possibilità oggettive di collocazione verranno valutate deroghe, da parte del competente Servizio comunale, ai precedenti divieti su specifica richiesta dell'interessato cercando di contemperare l'esigenza di pubblicizzazione di un'attività e la necessità di garantire uno sviluppo ordinato ed armonico della città.

5. Il Comune nell'autorizzare nuovi mezzi pubblicitari farà riferimento alle seguenti fattispecie attualmente identificate come "standard approvabile":

a) Bassorilievi, fregi, sculture, mosaici

Si tratta di opere anche complesse, realizzate in pietra, marmo, metallo, legno, con tecniche diverse e lavorazioni spesso artigianali.

b) Cassonetti

Trattasi di strutture parallelepipedi costituite generalmente da una gabbia in alluminio, acciaio o legno su cui è applicata una plancia in materiale plastico interamente o parzialmente opalina.

c) Filamenti neon

Sono tubi fluorescenti piegati a caldo. Con questa tecnica vengono realizzate sia scritte che disegni.

d) Lettere singole

Si tratta di lettere a caratteri indipendenti che possono essere realizzate in materiale plastico, in metallo. La grafica in questa tipologia è determinante per ottenere un risultato lineare, leggibile e coerente con l'edificio.

e) Murales, Iscrizioni dipinte, Tromp l'oeil

I murales ed i trompe l'oeil vengono realizzati con la tecnica dell'affresco sia direttamente sulla parete sia su pannelli di materiale vario.

f) Plance, pannelli

Si tratta di superfici bidimensionali, stampate o dipinte, realizzate in metallo, legno, plexiglass, pietra, illuminate da una sorgente esterna.

g) Vetrofanie, vetrografie

Sono adesivi applicati alla parte interna della vetrina. Le vetrografie (smerigliature, incisione con acido etc.) possono essere eseguite direttamente sulla vetrina. Non rientrano in questa categoria gli adesivi dei singoli prodotti venduti all'interno.

h) Sculture, trafori

Sono opere complesse realizzate in metallo, legno o materiali diversi; possono avere le più svariate forme anche traforate. Possono essere illuminate da una sorgente esterna.

i) Mezzo su palo

Si tratta di strutture parallelepipedi costituite generalmente da una gabbia in alluminio, acciaio o legno su cui è applicata una plancia in materiale plastico interamente o parzialmente opalina montata su pali. L'elemento pubblicitario può essere montato centralmente o laterale rispetto alla struttura di sostegno.

l) Mezzo su tetto

Si tratta di strutture parallelepipedi costituite generalmente da una gabbia in alluminio, acciaio o legno su cui è applicata una plancia in materiale plastico interamente o parzialmente opalina.

l) Portale

Si tratta di strutture costituite generalmente da una gabbia in alluminio, acciaio o legno su cui è applicata una plancia in materiale plastico interamente o parzialmente opalina, installata in corrispondenza dell'accesso all'esercizio delimitato da recinzione perimetrale.

m) Totem

Si tratta di strutture parallelepipedi costituite generalmente da una gabbia in alluminio, acciaio o legno su cui è applicata una plancia in materiale plastico interamente o parzialmente opalina.

Art. 22

Installazione e rimozione

1. L'installazione di insegne di esercizio deve essere preceduta da presentazione di apposita pratica sulla specifica modulistica predisposta dallo Sportello Unico Attività Produttive Edilizia (SUAPE). Ogni pratica dovrà riferirsi ad una singola sede ma potrà comprendere anche più insegne per numero o tipologia. Si rimanda interamente a quanto previsto dall'art. 19 della L. n. 241/90 e successive modifiche ed integrazioni nonché alle disposizioni degli artt. 483, 495 e 496 del Codice penale.

2. Prima della cessazione dell'attività economica dovrà essere rimossa l'insegna di esercizio, ed ogni mezzo pubblicitario ricondotto all'operatore economico, presentando la pratica di rimozione e quella di cessazione (anche ai fini del pagamento del Canone).

Art. 23

Targhe

1. Manufatti indicativi di attività imprenditoriali e/o professionali che devono essere installati nella sede di esercizio dell'attività o nelle sue pertinenze accessorie. Sono soggette a comunicazione certificata e consentite quando collocate in spazi idonei di norma all'interno degli ingressi o sulle spalle interne delle porte o dei portoni; ove ciò non fosse possibile per documentate ragioni, possono essere consentite collocazioni a lato degli ingressi

(vani porta, cancelli, cancellate).

2. Qualora si preveda la collocazione di più targhe nel medesimo luogo, anche in tempi diversi, deve essere realizzato un apposito supporto porta targhe multiplo, e le stesse devono essere di uguale forma, dimensione, materiale e colore.
3. Dimensione massima della singola targa è di cm 30x30.

Art. 24 Tende

1. Manufatti mobili o semimobili in tessuto o materiali assimilabili posti esternamente a protezione di vetrine o di ingressi di esercizi commerciali dotati di scritte indicanti la tipologia di attività svolta, soggette ad autorizzazione se contenenti pubblicità o alla formale comunicazione ai servizi comunali competenti se ne siano prive.
2. L'inserimento di scritte e loghi sulle tende è ammesso purché riconducibile alla definizione d'insegna d'esercizio prevista nel Regolamento Canone Unico Patrimoniale comunale.
3. Vengono assimilati alle tende le pensiline di copertura realizzate in tessuto od in materiali assimilabili.

Art. 25 Altre tipologie di mezzi pubblicitari assimilabili alle insegne

1. *Insegne Servizi Primari di Pubblica Utilità*: Sono definite insegne di pubblico interesse le insegne relative all'indicazione di servizi di pubblica utilità. A titolo esemplificativo e non esaustivo rientrano nella fattispecie le indicazioni relative alle seguenti attività:

- Ospedali
- Polizia
- Polizia Locale
- Vigili del Fuoco
- Guardia di Finanza
- Carabinieri
- Guardia medica
- Farmacie
- Tabacchi e valori bollati
- Punti telefonici

Le insegne atte ad individuare servizi primari di pubblica utilità, se realizzate secondo le direttive emanate dagli enti preposti e dalle norme di settore, possono derogare rispetto alle prescrizioni contenute nel presente P.G.I. Per i servizi con carattere sanitario, contraddistinte da simboli a croce, sono definiti, in modo esclusivo i seguenti colori:

- rosso per ambulatori e posti di pronto soccorso;
- verde per le farmacie;
- azzurro per ambulatori e posti di pronto soccorso veterinari.

Dimensioni massime per le insegne a bandiera delle farmacie centimetri 120x120, per i tabacchi i centimetri 45x95 (scritte consentite: la T di tabacchi, riv.n...., Sali e Tabacchi, Valori Bollati, Ricevitoria Lotto n.____).

Le installazioni del presente articolo non devono comunque pregiudicare la sicurezza della circolazione veicolare e pedonale ed attenersi a quelli che sono aspetti di carattere estetico e di un corretto inserimento nel contesto urbano.

2. *Insegne Speciali*: al fine di rendere più agevole l'accesso agli esercizi da parte di persone portatrici di handicap è sempre consentita la segnalazione degli accessi privilegiati mediante insegne a bandiera di piccole dimensioni (max35x50cm). Tali insegne dovranno riportare le indicazioni direzionali semplificate nel contenuto e potranno riportare la denominazione o logo dell'esercizio in uno spazio pari a30x20cm.

3. *Bacheche*: Manufatti utilizzati per l'esposizione di messaggi pubblicitari inerenti all'attività svolta di natura sia commerciale che istituzionale e devono essere collocati in aderenza o a filo del fronte della sede dell'attività svolta. Non è consentito l'utilizzo di bacheche come spazio porta insegna. Le bacheche potranno avere una sporgenza massima dal filo esterno della muratura non superiore a cm 8 e garantire un passaggio libero sul marciapiede di almeno mt 1,5. La realizzazione delle bacheche deve essere effettuata con tutti i materiali che si ritengano idonei compatibilmente ad un corretto inserimento architettonico e con le misure di sicurezza atte a preservare l'incolumità dei pedoni.

4. *Insegne su chioschi ed edicole*: L'esposizione di insegne d'esercizio su chioschi isolati aventi funzione commerciale quali ad esempio: bar, tabacchi, rivendita giornali ecc. è ammessa se posta in aderenza alle pareti perimetrali o nei vani predisposti.

5. *Stazioni di rifornimento carburante*: Rientrano in questa categoria le insegne delle stazioni di rifornimento carburante e le stazioni di servizio. Nelle stazioni di servizio è ammessa una superficie pubblicitaria complessiva, in base alla dimensione della stazione di servizio stessa (mq totali) ed alla classificazione della strada su cui insiste. Il calcolo della superficie pubblicitaria esposta sarà dato dalla sommatoria delle superfici di cartelli, mezzi pubblicitari in genere, insegne di esercizio contenute nella stessa area.

Tipostrada	% ammessa			
	Zona A1	Zona A2	Zona A3	Zona A4
C	10	10	10	10
E	10	10	10	10
F	10	10	10	10

Per la determinazione della quantità massima di pubblicità autorizzabile si rimanda all'art.52 del Codice della Strada.

6. *Impianti compositi, sia per i materiali che per la loro struttura*: Insegne costituite dall'aggregazione di oggetti multipli, progettati nel quadro di un piano di sviluppo commerciale o di qualsivoglia iniziativa privata. Tale tipologia non è ammessa su suolo pubblico (anche in proiezione); può essere consentita dagli uffici competenti previa valutazione dello stato dei luoghi. Tali tipologie di manufatti devono comunque essere integrate tra loro e costituire un elemento solidale. Possono essere luminosi o illuminati. Tale tipologia deve rispondere a tutti i requisiti relativi alle caratteristiche tecniche e dalle limitazioni e divieti previsti dal presente Regolamento.

7. *Insegne su strutture dehors*: Si considerano equiparabili alle insegne di esercizio e ne devono, comunque, avere le caratteristiche, le scritte o disegni su elementi o strutture componenti i dehors. Le scritte o i disegni negli arredi dei dehors non devono superare, per ogni singolo elemento o struttura, le dimensioni massima di cm 30x 10 e non possono essere luminosi (superficie massima non soggetta a CUP).

Art. 26 **Preinsegne - Definizione**

1. Si definisce "preinsegna" la scritta in caratteri alfanumerici, completata da freccia di orientamento, ed eventualmente da simboli e da marchi, realizzata su manufatto bifacciale e bidimensionale, utilizzabile su una sola o su entrambe le facce, supportato da una idonea struttura di sostegno, finalizzata alla pubblicizzazione direzionale della sede dove si esercita una determinata attività ed installata in modo da facilitare il reperimento della sede stessa e comunque nel raggio di 1 km dalla stessa. Non può essere luminosa, né per luce propria né per luce indiretta.

Art. 27**Preinsegne - Limitazioni**

1. Può essere autorizzata l'installazione delle preinsegne di attività aventi sede nel Comune di Cagliari o nei comuni confinanti.
2. Ciascuna attività può disporre di non oltre sei preinsegne. Il Servizio Mobilità può concedere deroga al numero massimo di preinsegne installabili qualora la loro installazione sia ritenuta funzionale a specifiche esigenze di mobilità.
3. Nella zona A1 non è consentita l'installazione di preinsegne ad eccezione delle strutture sanitarie, musei, teatri, auditorium, edifici scolastici e dei Centri Commerciali Naturali.
4. Le preinsegne devono avere le seguenti dimensioni massime con freccia incorporata:
 - nella zona A1: m. 1,00x0,20
 - nelle altre zone: m. 1,25x0,25

Art. 28**Preinsegne - Procedura autorizzatoria**

1. L'installazione delle preinsegne può essere effettuata solo previo ottenimento di apposito titolo abilitativo da parte del titolare dell'attività cui la preinsegna si riferisce.
2. La richiesta deve essere presentata tramite l'apposita modulistica predisposta dallo Sportello Unico Attività Produttive Edilizia (SUAPE).
3. Il soggetto autorizzato all'installazione del primo sostegno ha l'obbligo di consentire l'installazione di ulteriori preinsegne ad altri soggetti autorizzati e tutti sono obbligati in solido alla manutenzione dello stesso.
4. Alla cessazione dell'attività presupposta all'installazione della preinsegna di esercizio deve seguire la rimozione della preinsegna relativa nonché la comunicazione di cessazione.

Art. 29**Preinsegne provvisorie**

1. Nel caso in cui, a causa dei lavori di realizzazione di lavori pubblici, alcune strade dovessero essere temporaneamente chiuse al traffico, per il periodo di chiusura delle stesse ed al fine di individuare percorsi alternativi potranno, previa richiesta, essere autorizzate preinsegne temporanee previo nulla osta del Servizio Mobilità. Le spese di fornitura, posa in opera e manutenzione di tali mezzi sono interamente a carico del richiedente.

TITOLO QUARTO - ALTRI MEZZI PUBBLICITARI**Art. 30****Pubblicità fonica, a mezzo aeromobili o palloni frenati e natanti**

1. La pubblicità effettuata a mezzo aeromobili o a mezzo palloni frenati è ammissibile esclusivamente in occasione di manifestazioni sportive o di particolare rilevanza cittadina per la durata strettamente legata alla manifestazione. Tali mezzi potranno stazionare nei luoghi ove avviene la manifestazione previa concessione di suolo pubblico o, se in volo, solo se regolarmente autorizzati dagli organi preposti. A tal fine è necessario presentare apposita pratica al Servizio comunale competente corredata da tutte le dichiarazioni ed allegati-e comporta il pagamento del Canone Unico Patrimoniale.
2. È vietata qualsiasi forma di pubblicità sui natanti.

Art. 31
Pubblicità sui veicoli

1. Per la pubblicità sui veicoli si rimanda integralmente al vigente Codice della Strada ed alle disposizioni di cui all'art. 57 del Regolamento di esecuzione al Codice della Strada (D.P.R. 495/1992 e ss.ii.mm.).
2. Tale forma di pubblicità è ammessa pratica al Servizio comunale competente, previa presentazione di apposita SCIA corredata da tutte le dichiarazioni ed allegati secondo la modulistica predisposta dallo Sportello Unico Attività Produttive Edilizia (SUAPe) e comporta il pagamento del Canone Unico Patrimoniale.
3. È vietata la pubblicità effettuata mediante la sosta, in strade e piazze pubbliche o in vista di esse, di veicoli di cui all'art. 52, 53, comma 1, lett. g) e h), all'art. 54 lett g) e all'art. 56 del D.Lgs. 30/04/1992 n. 285 e di cui all'art. 200, comma 2, lett. e) e all'art. 203 comma 2 lettera q) del D.P.R. 16/12/1992 n. 495 e ss.mm.ii.
4. Nei casi di pubblicità sonora saranno individuati dei punti di stazionamento per consentire la sosta, per cui ogni realizzazione in difformità al titolo autorizzativo sarà considerata abusiva. La pubblicità sonora è comunque vietata nelle parti di piazze, strade e vie adiacenti agli ospedali, alle case di cura e di riposo.
5. Nei casi di pubblicità mediante camion vela saranno individuati dei punti di stazionamento per consentire la sosta, per cui ogni realizzazione diversa dai casi autorizzati per tempi ed orari da parte dell'ufficio competente, sarà considerata abusiva. Qualora il camion vela sia parcheggiato in luogo pubblico e/o aperto al pubblico, o da esso sia visibile, la pubblicità dev'essere occultata.

Art. 32
Pubblicità temporanea effettuata in luoghi pubblici o aperti al pubblico

1. Previa presentazione di apposita pratica al Servizio comunale competente è effettuabile pubblicità mediante:
 - a. distribuzione di volantini/gadgets o mediante persone circolanti con cartelli ed altri mezzi pubblicitari. Tali forme di pubblicità sono sempre vietate nella zona A1 indicata all'articolo 4 del presente Regolamento e sono disciplinate dall'art. 56 sul volantinaggio del vigente regolamento comunale per il decoro, l'igiene ambientale e la disciplina della gestione dei rifiuti e servizio di igiene urbana.
 - b. campagne pubblicitarie temporanee (di durata non superiore a 90 giorni) effettuabili con cartelli/vetrofanie etc presso la sede delle attività o nelle sedi esclusive delle stesse. Qualora si tratti di bandiere/roll up possono avere superficie massima di 2,5 mq. ed il loro numero non può essere superiore a dieci. Tali mezzi sono consentiti solo nelle sedi ad uso esclusivo delle attività commerciali e produttive e nelle aree di distribuzione di carburante;
 - c. l'installazione di mezzi pubblicitari in occasione di manifestazioni culturali, sportive e commerciali, per la durata delle stesse. Per effettuare pubblicità in occasione di manifestazioni su suolo pubblico deve essere preventivamente ottenuto apposito provvedimento concessorio da allegare alla SCIA;
 - d. stendardi e simili con dimensioni massime di 10 mq in occasione di manifestazioni, mostre, spettacoli e iniziative commerciali a far data dai 7 giorni antecedenti l'evento e fino alle 24 ore successive. Sono consentiti esclusivamente presso la sede dell'evento. Per gli eventi a carattere culturale le dimensioni possono essere raddoppiate.

Art. 33
Disciplina di particolari mezzi pubblicitari

1. Fatto salvo il rispetto della disciplina di cui al Codice dei Beni Culturali per gli edifici o le aree sottoposte a tutela ed il rispetto delle norme dettate dal Regolamento Edilizio ivi comprese le normative di settore delle specifiche attività, non sono soggetti a titolo autorizzatorio/SCIA:
 - a) la pubblicità effettuata all'interno degli impianti sportivi con capienza inferiore a tremila posti con messaggio rivolto esclusivamente verso l'interno e non fruibile dalla pubblica via;
 - b) le targhe di studi professionali e di professionisti di dimensioni massime 30x30;
 - c) le insegne ed i mezzi pubblicitari non visibili dalla pubblica via;
 - d) la collocazione di vetrofanie o di cartelli all'interno delle vetrine relativi attività e servizi offerti, qualora detti

mezzi non contengano loghi/denominazione/ragione sociale dell'attività ed abbiano dimensioni inferiori o uguali a 0,5 mq per ogni vetrina;

2. Gli interessati sono tenuti a presentare dichiarazione sostitutiva di atto di notorietà al Concessionario riportante numero, misure, ubicazione e caratteristiche dei mezzi pubblicitari installati, entro 7 giorni dalla data di installazione.

TITOLO QUINTO – PENALITA' SANZIONI E NORME FINALI

Art. 34

Altre misure di contrasto alla pubblicità abusiva e difforme

1. Indipendentemente da quanto stabilito nel Regolamento CUP, il Comune procede alla rimozione dei mezzi pubblicitari, secondo le modalità di seguito indicate, nei seguenti casi:
 - a. forme di pubblicità prive della prescritta autorizzazione/SCIA o comunque considerate abusive ai sensi dell'art. 6 del Regolamento CUP;
 - b. forme di pubblicità poste in opera e/o effettuate in difformità dalla prescritta autorizzazione/SCIA ai sensi dell'art. 9 del Regolamento;
 - c. quando non sia stato effettuato il pagamento del relativo canone entro il termine previsto per l'anno di riferimento.
2. In caso di mancanza di di titolo si applica la procedura di cui all'art. 23, comma 13-bis, del vigente Codice della strada (diffida con assegnazione di un termine non superiore a 10 giorni e successiva rimozione d'ufficio);
3. Indipendentemente dalla rimozione, è disposta ed effettuata dal Comune l'immediata copertura della pubblicità in modo che la stessa sia privata di efficacia. Delle operazioni di copertura viene redatto sommario processo verbale e le stesse vengono effettuate con modalità stabilite in apposito disciplinare, direttamente dal Comune o mediante l'ausilio di soggetto esterno assuntore del servizio, con oneri a carico del trasgressore.
4. Il mezzo pubblicitario resta privato d'efficacia fino a quando i responsabili della violazione non provvedono a ripristinare lo status quo ante ovvero ad adeguare la pubblicità in modo conforme al titolo posseduta o, infine, al pagamento del canone nei termini stabiliti dal primo comma, lett. c) del presente articolo.
5. La copertura della pubblicità abusiva o considerata abusiva deve essere rimossa esclusivamente dal Comune anche tramite il soggetto esterno assuntore del servizio. Il contravventore potrà richiedere la rimozione della copertura presentando dichiarazione sostitutiva di atto di notorietà avente ad oggetto l'adempimento agli obblighi di cui al comma precedente e previo pagamento delle spese sostenute dall'Amministrazione per l'effettuazione/rimozione della stessa. L'amministrazione provvede entro 10 giorni dal ricevimento della suddetta richiesta.
6. Qualora entro 10 giorni dalla comunicazione di effettuazione della copertura, non si sia provveduto agli adempimenti di cui al comma precedente, gli uffici competenti danno corso alla rimozione ed alla successiva custodia del mezzo pubblicitario a spese del trasgressore, previa diffida nei confronti dell'installatore e/o di colui che dispone materialmente o giuridicamente del manufatto, a procedere entro 3 giorni direttamente a proprie spese.
7. Sia in caso di copertura del messaggio che di rimozione di mezzi pubblicitari effettuate d'ufficio, le spese sostenute dal Comune vengono poste a carico dei soggetti responsabili della violazione, procedendo alla notifica di apposito avviso per il recupero delle predette somme, comprese quelle di deposito del mezzo pubblicitario rimosso sia in caso di deposito presso terzi, sia in caso di custodia presso i locali dell'Amministrazione. Quanto sopra ferma restando l'applicazione della procedura di cui al vigente Codice della Strada, per i casi in cui ne sussistano gli estremi.
8. L'impianto pubblicitario rimosso in deposito può essere riconsegnato solo previo pagamento dell'intero debito.
9. È considerata abusiva l'installazione di impianti e altri mezzi pubblicitari comprese le insegne, poste in opera e/o effettuate senza titolo autorizzatorio/SCIA.
10. Sono altresì considerate abusive tutte le forme di pubblicità effettuate tramite la sosta di veicoli ed altri mezzi attrezzati con impianti pubblicitari, come indicati nell'art. 11 del presente Regolamento.
11. Sono considerate difformi le installazioni di impianti e altri mezzi pubblicitari comprese le insegne, poste in opera e/o effettuate in modo non corrispondente alle condizioni e caratteristiche autorizzate compresa ubicazione, illuminazione, dimensioni e contenuto qualora previsto.

12. Nei casi di pubblicità abusivamente effettuata si applicano le sanzioni pecuniarie presenti nel vigente regolamento del Canone unico patrimoniale (CUP).

13. Anche al fine di prevenire situazioni in contrasto con la disciplina prevista nel presente Piano, o di elusione degli oneri di CUP giornalieri, tutte le variazioni di soggetto pubblicitario (sia per cartelli che per affissione) devono essere preventivamente comunicate al Concessionario e al Servizio Tributi mediante PEC. Alla comunicazione dovrà essere allegato il layout della pubblicità da esporre.

Art. 35 **Norme finali**

Per quanto non espressamente indicato nel presente atto si rinvia al regolamento CUP e alle norme in materia.