



COMUNE DI CAPOTERRA

PROVINCIA DI CAGLIARI

PIANO GENERALE DEGLI IMPIANTI PUBBLICITARI

REGOLAMENTO COMUNALE DELLA PUBBLICITA' SULLE STRADE

=.=.=.=.=.

TITOLO I GENERALITA'

- Art. 1 Ambito di applicazione. Contenuti e finalità
- Art. 2 Quadro normativo e di riferimento
- Art. 3 Definizione e delimitazione del centro abitato
- Art. 4 Suddivisione del territorio comunale in zone omogenee
- Art. 5 Classificazione dei mezzi e dei messaggi pubblicitari.
- Art. 6 Caratteristiche dei mezzi pubblicitari
- Art. 7 Ubicazione dei mezzi pubblicitari nelle stazioni di servizio e nelle aree di parcheggio.
- Art. 8 Divieti
- Art. 9 Disciplina di installazione

TITOLO II PUBBLICITA' ESTERNA

- Art. 10 Definizione e prescrizioni dei mezzi pubblicitari a carattere permanente soggetti ad autorizzazione assentibili all'interno del Territorio Comunale
- Art. 11 Definizione e prescrizioni dei mezzi pubblicitari a carattere temporaneo soggetti ad autorizzazione assentibili all'interno del Territorio Comunale
- Art. 12 Definizione e prescrizioni dei mezzi pubblicitari soggetti a particolare regolamentazione assentibili all'interno del Territorio Comunale

TITOLO III AUTORIZZAZIONI

- Art. 13 Autorizzazione Impianti pubblicitari
- Art. 14 Domanda per Autorizzazione dei mezzi pubblicitari a carattere permanente
- Art. 15 Domanda per Autorizzazione dei mezzi pubblicitari a carattere temporaneo
- Art. 16 Domanda per Autorizzazione dei mezzi pubblicitari soggetti a particolare regolamentazione
- Art. 17 Istruttoria e rilascio dell'autorizzazione
- Art. 18 Rilascio delle autorizzazioni.
- Art. 19 Interventi di sostituzione e modifica
- Art. 20 Termine di validità dell'autorizzazione
- Art. 21 Rinnovo dell'autorizzazione dei mezzi pubblicitari a carattere permanente o soggetta a particolare regolamentazione.
- Art. 22 Obblighi del titolare dell'autorizzazione
- Art. 23 Decadenza o revoca dell'autorizzazione

TITOLO IV DISPOSIZIONI COMUNI E FINALI

- Art. 24 Vigilanza e sanzioni amministrative
- Art. 25 Norme Transitorie
- Art. 26 Norme Finali
- Art. 27 Entrata in Vigore
- Art. 28 Allegati

TITOLO I GENERALITA'

Art. 1 Ambito di applicazione. Contenuti e finalità

1. Il presente Piano Generale degli Impianti Pubblicitari (di seguito per brevità denominato PGIP) disciplina l'installazione dei mezzi pubblicitari, come successivamente definiti, determinandone la tipologia e la distribuzione sul territorio comunale in relazione alle esigenze di carattere economico, delle esigenze di tutela ambientale e paesaggistica, di equilibrio della localizzazione degli impianti e del rispetto delle norme di sicurezza della circolazione stradale, oltre al rispetto delle previsioni e prescrizioni urbanistiche.
2. La finalità del PGIP è quella di disciplinare i criteri e le modalità per l'installazione dei mezzi pubblicitari, al fine di contemperare la domanda del mercato con le esigenze di salvaguardia del decoro e della qualità estetica e funzionale dell'ambiente urbano.
3. La collocazione di cartelli e di altri mezzi pubblicitari è comunque subordinata ad autorizzazione amministrativa rilasciata dal Comune di CAPOTERRA ai sensi del D.lgs. n°285/92 e del relativo regolamento attuativo.

Art. 2 Quadro normativo e di riferimento

1. Le norme contenute nel presente PGIP hanno come riferimento la normativa nazionale e locale vigente, in particolare:
 - D.Lgs. 30/04/92 n. 285 Nuovo Codice della Strada, e successive modificazioni.
 - D.P.R. 16/12/1992 n. 495 Regolamento di esecuzione e attuazione del nuovo Codice della Strada, e successive modificazioni.
 - D.Lgs. 15/11/1993 n. 507, e successive modificazioni.
 - Regolamento Comunale per l'applicazione dell'imposta comunale sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni
 - L. 241/90, e successive modificazioni.
 - D.Lgs. n. 42 del 22/01/2004 e smi
 - D.Lgs. n.152 del 03/04/2006
 - D.Lgs. n. 163 del 12/04/2006 e smi
 - D.Lgs. n. 81 del 09/04/2008 e smi
 - D.Lgs 196/2003

Art. 3 Definizione e delimitazione del centro abitato

1. Si definisce centro abitato l'insieme di edifici, delimitato lungo le vie di accesso dagli appositi segnali di inizio e fine. Per insieme di edifici si intende un raggruppamento continuo, ancorché intervallato da strade, piazze, giardini o simili, costituito da non meno di venticinque fabbricati e da aree di uso pubblico con accessi veicolari o pedonali sulla strada.
2. Il comune ha provveduto con deliberazione di Giunta Comunale, alla delimitazione del centro abitato, ai sensi dell'art. 4 del D.Lgs. 285/92. Ad essa è allegata idonea cartografia.

Art. 4 Suddivisione del territorio comunale in zone omogenee

1. Il territorio comunale, ai fini della disciplina dell'installazione dei mezzi pubblicitari collocati lungo ed in vista delle strade, viene suddiviso, in funzione delle caratteristiche di destinazione d'uso ed ambientali dell'area, nelle seguenti zone omogenee:

Zona A – Zone di particolare attenzione

Sono le aree nelle quali si opererà secondo criteri di salvaguardia, privilegiando la comunicazione di carattere istituzionale.

Zona B – Zone a prevalente destinazione residenziale, interne al centro abitato

Questa zona individua le aree perimetrate come centri abitati ai sensi del Nuovo Codice della Strada, considerate dal presente PGIP come aree di edilizia prevalentemente consolidata che non presentano quindi particolari esigenze di regolamentazione dal punto di vista dell'inserimento di mezzi pubblicitari in ambiente stradale.

Zona C – Zone a prevalente destinazione industriale, commerciale, artigianale

Sono le zone contraddistinte dalla presenza di insediamenti residenziali - misti, per il terziario (commercio, servizi, ecc.) nonché le zone degli insediamenti consolidati con destinazione prevalentemente produttiva.

Zone esterne al centro abitato

Il territorio comunale esterno alla delimitazione del centro abitato rappresenta un'area nella quale sono recepite integralmente le norme di cui all'art. 23 del D.Lgs. 285/92 e relative norme di attuazione contenute negli art. 47 e seguenti del D.P.R. 495/92.

Art. 5 Classificazione dei mezzi e dei messaggi pubblicitari

1. I mezzi ed i messaggi pubblicitari considerati dal PGIP sono suddivisi in funzione della durata del periodo di collocazione ed in funzione del messaggio esposto, nelle seguenti classificazioni:

Mezzi pubblicitari a carattere permanente. Appartengono a questa categoria i mezzi pubblicitari la cui collocazione ha durata superiore a 90 giorni consecutivi dal rilascio dell'autorizzazione.

Mezzi pubblicitari a carattere temporaneo. Appartengono a questa categoria i mezzi pubblicitari la cui esposizione è finalizzata a eventi di durata limitata, comunque non superiore a 90 giorni consecutivi dal rilascio dell'autorizzazione, quali manifestazioni, spettacoli, mostre, fiere, offerte promozionali, ecc.. L'effettuazione di questa forma di pubblicità è ammessa solo ed unicamente per il periodo di svolgimento della manifestazione o dell'evento a cui si riferiscono, oltre che alla settimana precedente ed alle 24 ore successive all'evento stesso.

Messaggi Istituzionali / Sociali o comunque privi di rilevanza economica. Appartengono a questa categoria i messaggi di comunicazione, informazione e diffusione di iniziative di pubblico interesse, effettuate da Enti Pubblici o di diritto pubblico, associazioni – organizzazioni e circoli senza fine di lucro.

Messaggi commerciali. Appartengono a questa categoria i messaggi pubblicitari destinati alla promozione a carattere privato di beni e/o servizi.

Art. 6 Caratteristiche dei mezzi pubblicitari

1. I mezzi pubblicitari di cui al presente PGIP sono definiti “luminosi”, quando, sia per luce propria, sia per luce indiretta, il messaggio pubblicitario risulti visibile in forma illuminata. Le caratteristiche degli impianti luminosi sono determinate ai sensi dell’art. 50 del Regolamento di esecuzione del Codice della Strada.
2. I mezzi pubblicitari devono essere realizzati nelle loro parti strutturali con materiali non deperibili e resistenti agli agenti atmosferici.
3. Le strutture di sostegno e di fondazione devono essere calcolate per resistere alla spinta del vento, saldamente realizzate ed ancorate, sia globalmente che nei singoli elementi.
4. Qualora le suddette strutture costituiscano manufatti la cui realizzazione e posa in opera è regolamentata da specifiche norme, l’osservanza delle stesse e l’adempimento degli obblighi da queste previste deve essere documentato prima del ritiro dell’autorizzazione.
5. I mezzi pubblicitari hanno sagoma regolare, che in ogni caso non deve generare confusione con la segnaletica stradale. Particolare cautela è adottata nell’uso dei colori, specialmente del rosso, e del loro abbinamento, al fine di non generare confusione con la segnaletica stradale, specialmente in corrispondenza e in prossimità delle intersezioni. Occorre altresì evitare che il colore rosso utilizzato nei cartelli, nelle insegne di esercizio e negli altri mezzi pubblicitari costituisca sfondo di segnali stradali di pericolo, di precedenza e d’obbligo, limitandone la percettibilità. L’uso del colore rosso, deve essere limitato esclusivamente alla riproduzione di marchi depositati e non può comunque superare 1/5 dell’intera superficie del mezzo pubblicitario.
6. I mezzi pubblicitari devono avere sagoma regolare, che in ogni caso non può essere quella di disco, di triangolo o di esagono.

Art. 7 Ubicazione dei mezzi pubblicitari nelle stazioni di servizio e nelle aree di parcheggio

1. Nelle stazioni di servizio possono essere collocate insegne di esercizio e cartelli abbinati alla promozione dei servizi resi all’interno della stazione, la cui superficie complessiva non superi il 10% delle aree occupate.
2. Nelle aree di parcheggio possono essere collocate insegne di esercizio, cartelli ed impianti per l’affissione pubblica e diretta, la cui superficie non superi il 10% dell’area complessiva del parcheggio. Nelle aree di parcheggio è ammessa, in eccedenza alle superfici pubblicitarie computate in misura percentuale, la collocazione di altri mezzi pubblicitari abbinati alla prestazione di servizi per l’utenza della strada entro il limite di 2 mq per ogni servizio prestato.

Art. 8 Divieti

1. E’ vietato collocare o affiggere cartelli o altri mezzi di pubblicità sugli edifici e nelle aree tutelati come beni culturali o in prossimità di beni paesaggistici, privi di autorizzazione della Soprintendenza ai Beni Ambientali ed Architettonici della Regione SARDEGNA.
2. E’ vietata la collocazione di mezzi pubblicitari che possono rendere difficile la circolazione di persone anche invalide e velocipedi.
3. E’ vietato utilizzare alberi o strutture provvisorie per l’apposizione di striscioni, stendardi, gonfaloni, bandiere e qualsiasi altro mezzo pubblicitario.
4. E’ vietato, sugli impianti pubblicitari ad esclusione di quelli destinati all’affissione pubblica, utilizzare lo stemma del Comune di CAPOTERRA in assenza di specifica autorizzazione.

5. E' vietato collocare impianti pubblicitari di qualsiasi genere o affiggere spazi pubblicitari su cabine di reti tecnologiche (es. cabine Enel, Telecom, Gas, etc.).
6. E' vietato collocare impianti pubblicitari di qualsiasi genere su parapetti o ringhiere di balconate e terrazze.
7. Non è consentito installare messaggi pubblicitari sui lati e sul retro di veicoli speciali, lasciati in sosta per più giorni sia su area pubblica che privata recante la messaggistica pubblicitaria in vista di strada pubblica.
8. Su tutto il territorio comunale è vietata l'effettuazione di attività di volantaggio finalizzata alla diffusione di messaggi pubblicitari o propagandistici in forma privata.

Art. 9 Disciplina di installazione

1. E' ammessa l'installazione di impianti di pubblicità esterna nel rispetto di quanto indicato nei titoli successivi e nell'abaco di applicazione della normativa che definiscono caratteristiche, posizionamento, limitazioni e divieti per ogni forma pubblicitaria riconosciuta dal presente PGIP.
2. Le specifiche tecniche e le rappresentazioni grafiche degli impianti pubblicitari sono contenute nell'abaco e costituiscono una traccia progettuale con la quale il richiedente potrà richiederne l'autorizzazione all'installazione. I manufatti proposti dovranno ottemperare in maniera equivalente i requisiti definiti contenuti nell'abaco purché rispondenti a esigenze di salvaguardia e tutela del decoro e del contesto urbano di zona e rispondere all'esigenza di decoro, equilibrio e di uniformità delle installazioni.

TITOLO II PUBBLICITA' ESTERNA

Art. 10 Definizione e prescrizioni dei mezzi pubblicitari a carattere permanente soggetti ad autorizzazione assentibili all'interno del Territorio Comunale

1. **Preinsegna e segnaletica direzionale privata.** Scritta in caratteri alfanumerici, completata da frecce di orientamento, ed eventualmente da simboli e da marchi, realizzata su manufatto bifacciale e bidimensionale di dimensioni cm.125 x 25, utilizzabile su una sola o su entrambe le facce, supportato da un'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 stessa. Non può essere luminosa, né per luce propria, né per luce indiretta
2. **Preinsegna formato ridotto.** Impianto da collocare ed utilizzare per rivolgere informazioni di direzione ai pedoni, quindi da utilizzare in zone di centri commerciali naturali o storici, utile per l'indicazione commerciale relativa alle traverse dell'asse pedonale principale. Le preinsegne di formato ridotto dovranno recare solo la ragione sociale e la specificazione dell'attività commerciale o artigianale senza ulteriori messaggi di carattere pubblicitario e merceologico, oltre alla freccia direzionale. Sopra alla struttura di sostegno può essere riportato uno spazio con l'indicazione del nome del comune, lo stemma ed eventualmente il nome della strada.
3. **Cartello.** Manufatto bidimensionale supportato da un'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, quali manifesti, adesivi, ecc. Può essere luminoso sia per luce propria che per luce indiretta.
4. **Impianti pubblicitari di servizio.** Qualunque manufatto avente quale scopo primario un servizio di pubblica utilità nell'ambito dell'arredo urbano e stradale (pensiline e paline di fermata bus, transenne parapetonali, segnalatori di servizio, cestini getta carta, orologi, ecc.) recanti uno spazio pubblicitario che può anche essere luminoso sia per luce diretta che per luce indiretta. Mezzi pubblicitari individuati dal PGIP appartenenti a questa categoria:
 - 4.1 **Pensilina attesa autobus.** Struttura integrata con pensilina di attesa mezzi pubblici, ad essa rigidamente vincolata avente per scopo primario quello di proteggere l'utenza in attesa alle fermate autobus. Il messaggio pubblicitario potrà essere luminoso, illuminato ovvero privo di luce, mono o bifacciale ed interessare le pareti laterali della pensilina
 - 4.2 **Palina di fermata dei mezzi di trasporto/Palina viaria.** Struttura mono o bifacciale avente per scopo primario quello di segnalare ed informare l'utenza sulle fermate e sugli orari o indicare il nome della via. Detta struttura dovrà essere unica ove il luogo sia oggetto di fermata di più linee
 - 4.3 **Orologio.** Orologio montato su palo o colonna contenente anche un supporto per messaggi pubblicitari che potrà essere luminoso, illuminato o privo di luce.
 - 4.4 **Cestino portarifiuti.** Struttura integrata a cestino portarifiuti; ad esso rigidamente vincolata finalizzata alla diffusione dei messaggi pubblicitari, direttamente con l'esposizione di elementi come pannelli serigrafati o simili.
 - 4.6 **Transenna parapetonale.** Struttura pubblicitaria mono o bifacciale, solidamente vincolata a barriere parapetonali, finalizzata alla diffusione di messaggi pubblicitari, direttamente con l'esposizione di elementi come pannelli serigrafati o simili.
 - 4.7 **Vetrinetta.** Impianto pubblicitario, con frontale trasparente, finalizzato a contenere al suo interno informazioni, annunci o altri messaggi intercambiabili, sia ad uso istituzionale che commerciale.

- 4.8 **Segnalatore di servizio.** Struttura pubblicitaria mono o bifacciale finalizzata alla conoscenza del territorio comunale nelle sue risorse artistiche, paesaggistiche, culturali, ecc.
- 4.9 **Portabiciclette.** Struttura pubblicitaria mono o bifacciale finalizzata alla collocazione negli appositi supporti delle biciclette
- 4.10 **Quadro turistico.** Mezzo bidimensionale integrato a struttura avente come scopo primario la fornitura di informazioni relative alla conoscenza del territorio comunale, delle sue risorse artistiche, paesaggistiche, culturali, ecc. Eventualmente corredato di planimetria del territorio. Il mezzo può essere mono o bifacciale, luminoso sia per luce diretta che per luce indiretta.
5. **Impianto a messaggio variabile o a led luminosi.** Manufatto bidimensionale supportato da un'ideale struttura di sostegno, con una sola o entrambe le facce finalizzate alla diffusione di messaggi pubblicitari o propagandistici, caratterizzati dall'impiego di diodi luminosi o lampadine e similari, che mediante controllo elettromeccanico o elettronico, comunque programmato, permettano la diffusione di messaggi pubblicitari, anche in forma intermittente o variabile.
6. **Targa.** Scritta in caratteri alfa numerici, completata eventualmente da un simbolo o da un marchio, utilizzabile solo su una facciata, integrata su supporto in metallo, pietra, legno, o materiali trasparenti, posta in opera esclusivamente in aderenza alla struttura muraria dell'ingresso della sede dell'attività svolta, avente dimensioni massime cm. 50 x 60. In caso di più attività presenti nella stessa struttura le targhe dovranno essere realizzate da elementi modulari del medesimo materiale e tipo di carattere. Non può essere luminosa né per luce propria, né per luce indiretta.
7. **Impianti pubblicità e propaganda.** Si definisce impianto di pubblicità e propaganda qualunque manufatto finalizzato alla pubblicità o alla propaganda sia di prodotti che di attività e non classificabile secondo definizioni precedenti, né come insegna di esercizio, né come preinsegna, né come cartello, né come striscione, locandina o stendardo, né come segno orizzontale reclamistico, né come impianto pubblicitario di servizio. Può essere luminoso sia per luce propria che per luce indiretta.

Art. 11 Definizione e prescrizioni dei mezzi pubblicitari a carattere temporaneo soggetti ad autorizzazione assentibili all'interno del Territorio Comunale

1. **Striscione.** Elemento bidimensionale realizzato in materiale di qualsiasi natura, privo di rigidità, mancante di superficie di appoggio o comunque non aderente alla stessa, esclusivamente finalizzato alla promozione di messaggi pubblicitari. Esso è caratterizzato dalla particolare lunghezza atta a permetterne il posizionamento a scavalco della sede stradale; deve essere ancorato sia sul lato superiore che su quello inferiore.
I siti di posa ed installazione assentibili sono esclusivamente quelli stabiliti ed eventualmente individuati dall'Amministrazione Comunale.
Può essere luminoso per luce indiretta.
2. **Locandina.** Elemento bidimensionale realizzato in materiale di qualsiasi natura, privo di rigidità, mancante di superficie di appoggio o comunque non aderente alla stessa, esclusivamente finalizzato alla promozione di messaggi pubblicitari.
Esso è caratterizzato dal particolare ancoraggio solo sul lato superiore e dalle limitate dimensioni rispetto allo striscione.
Può essere luminoso per luce indiretta.
3. **Bandiera.** Elemento bidimensionale realizzato in materiale di qualsiasi natura, privo di rigidità, mancante di superficie di appoggio o comunque non aderente alla stessa, esclusivamente finalizzato alla promozione di messaggi pubblicitari.

Esso è caratterizzato dal particolare fissaggio solo su di un lato o comunque sventolante tipo bandiera.

Può essere luminoso per luce indiretta.

4. **Segno Orizzontale Reclamistico.** Consiste nella riproduzione sulla superficie stradale, o comunque calpestabile o transitabile, con pellicole adesive o altro metodo grafico, di scritte in caratteri alfanumerici, di simboli e di marchi, finalizzata alla diffusione di messaggi pubblicitari o propagandistici.

5. **Pubblicità Fonica o Sonora.** Qualunque impianto tecnico idoneo ad effettuare la diffusione attraverso onde sonore di messaggi pubblicitari o propagandistici.

Può essere effettuata in forma fissa o itinerante, con veicoli o senza.

E' considerata pubblicità sonora anche quella effettuata a viva voce, quando per il particolare modo di effettuazione può essere assimilata alle forme di cui sopra, in tal caso con l'unica eccezione relativa alla assenza di attrezzature di amplificazione della voce.

L'effettuazione di tale formula pubblicitaria può essere autorizzata e diffusa unicamente per manifestazioni di carattere commerciale, politico, sportivo, culturale, sociale, religioso, di ordine pubblico e simili, e sono stabiliti i seguenti limiti e divieti:

- a) sulle strade, o comunque all'aperto, è consentita nei giorni feriali dalle ore 09,00 alle ore 13,00 e dalle ore 16,30 alle ore 19,30;
- b) è vietato in modo permanente la pubblicità sonora nelle zone ospedaliere, case di riposo, nei pressi degli istituti scolastici limitatamente alle ore di lezione, cimiteri, luoghi di culto;
- c) la pubblicità fonica o sonora dovrà essere effettuata nel rispetto dei limiti al rumore fissati dal Decreto del Presidente del Consiglio dei Ministri 1 marzo 1991;
- d) la effettuazione di pubblicità fonica o sonora con veicoli deve obbligatoriamente svolgersi in forma itinerante, nel pieno rispetto delle norme del Codice della Strada, senza causare intralcio alla circolazione e con l'obbligo di sospendere la diffusione acustica nelle soste o altri casi di arresto della marcia del veicolo.

Art. 12 Definizione e prescrizioni dei mezzi pubblicitari soggetti a particolare regolamentazione assentibili all'interno del Territorio Comunale

1. **Vetrofania.** Consiste nella la riproduzione, su superfici vetrate, con pellicole adesive, di scritte in caratteri alfanumerici, di simboli e di marchi, finalizzata alla diffusione di messaggi pubblicitari e/o propagandistici dell'attività svolta all'interno di un esercizio commerciale.

Forma, decori, colori e caratteri delle riproduzioni grafiche sulle vetrine devono perseguire obiettivi di leggerezza, trasparenza e proporzione che riducano invasività sulla facciata dell'edificio ed il resto del contesto urbano.

2. **Pubblicità sui cantieri.** Manufatto bidimensionale, monofacciale, finalizzato alla diffusione di messaggi pubblicitari o propagandistici, ancorato sulle strutture temporanee dei cantieri edili, quali ponteggi recinzioni o altre strutture di servizio alle costruzioni.

Su tali manufatti è ammessa la riproduzione di messaggi pubblicitari diversi dalle affissioni dirette.

La superficie del mezzo pubblicitario non può essere maggiore del 50% del ponteggio o della recinzione, tale limite non si applica nel caso in cui venga riprodotto il disegno della facciata oggetto dei lavori. L'autorizzazione all'esposizione di messaggi pubblicitari su tali strutture avrà durata non superiore a quella prevista per il termine dei lavori indicati nella concessione edilizia

3. **Progetti particolareggiati.** Interventi finalizzati alla realizzazione di opere od attività di rilevante interesse per la collettività, che prevedono adeguata propaganda e diffusione pubblicitaria per l'attività svolta.

TITOLO III AUTORIZZAZIONI

Art. 13 Autorizzazione Impianti pubblicitari

1. L'installazione e la diffusione di messaggistica pubblicitaria lungo le strade o in vista di esse, è soggetta ad autorizzazione ai sensi dell'art. 23, commi 4 e 5, del Codice della Strada.
2. Ai fini dell'applicazione delle norme si applicano le definizioni e le prescrizioni contenute nel presente PGIP.
3. L'autorizzazione è rilasciata facendo salvi eventuali diritti di terzi, nonché qualsiasi nullaosta o eventuale autorizzazione di competenza di altre autorità o enti (ANAS, Provincia, Regione, ecc.) che dovranno essere richiesti direttamente dagli interessati agli enti preposti.
4. Per i tratti di strade statali, regionali o provinciali, correnti nell'interno di centri abitati con popolazione inferiore a diecimila abitanti, il rilascio di concessioni e di autorizzazioni è di competenza del comune, previo nulla osta dell'ente proprietario della strada.
5. Per quanto riguarda la collocazione di cartelli e altri mezzi pubblicitari in prossimità di aree vincolate, ai sensi dell'art. 153 del D.Lgs. n. 42 del 22/01/2004, è vietato collocare cartelli o altri mezzi pubblicitari lungo strade site nell'ambito o in prossimità dei beni paesaggistici, salvo autorizzazione rilasciata ai sensi dell'articolo 23, comma 4, del D.Lgs. 30 aprile 1992, n. 285 e s.m.i., previo parere favorevole dell'amministrazione competente individuata dalla regione sulla compatibilità della collocazione o della tipologia del mezzo pubblicitario con i valori paesaggistici degli immobili o delle aree soggetti a tutela.
6. Inoltre quando i cartelli e gli altri mezzi pubblicitari collocati su una strada sono visibili da un'altra strada appartenente ad ente diverso, l'autorizzazione è subordinata al preventivo nulla osta di quest'ultimo.

Art. 14 Domanda per Autorizzazione dei mezzi pubblicitari a carattere permanente

1. La domanda, deve essere presentata al Comando di Polizia Municipale del Comune di CAPOTERRA, compilata sui moduli preposti, e corredata dei seguenti documenti in triplice copia:
 - a) progetto quotato in scala adeguata dell'opera e relativa descrizione tecnica, dai quali siano individuabili gli elementi essenziali dell'opera e la sua collocazione, compreso il disegno del possibile supporto, debitamente firmato dal titolare dell'impresa esecutrice o dall'interessato;
 - b) bozzetto colorato, del messaggio pubblicitario da esporre;
 - c) documentazione fotografica che illustri il punto di collocazione e dell'ambiente circostante;
 - d) planimetria ove è riportata la posizione nella quale si chiede l'autorizzazione alla installazione;
 - e) autodichiarazione redatta ai sensi della Legge 445/2000, con la quale si attesta che l'impianto pubblicitario che si intende collocare è stato calcolato e realizzato e sarà posto in opera tenendo conto della natura del terreno e della spinta del vento, in modo da garantirne la stabilità. Inoltre che il manufatto è realizzato con materiale non deperibile e resistente agli agenti atmosferici;
 - f) copia del nullaosta tecnico dell'ente proprietario della strada, qualora richiesto;

- g) parere della Soprintendenza ai Beni Ambientali ed Architettonici della Regione SARDEGNA, qualora richiesto;
 - h) nulla osta del proprietario o amministratore dell'immobile, o del fondo, per lo sfruttamento della superficie da adibirsi alla collocazione del mezzo pubblicitario, qualora necessario;
 - i) autorizzazione al trattamento dei dati personali come da D.lgs. 30/06/2003 n. 196.
2. Per il rilascio dell'autorizzazione alla collocazione di targhe indicanti professioni mediche, strutture sanitarie, farmaceutiche e veterinarie l'interessato dovrà produrre copia conforme dell'autorizzazione all'apposizione della targa rilasciata dall'Ordine di appartenenza.

Art. 15 Domanda per Autorizzazione dei mezzi pubblicitari a carattere temporaneo

1. Per striscioni, bandiere, e segni orizzontali reclamistici, la domanda deve essere presentata almeno 15 giorni prima del previsto posizionamento, al Comando Polizia Municipale del Comune di CAPOTERRA, compilata sui moduli preposti.
2. Per l'effettuazione di pubblicità fonica o sonora, la domanda deve essere corredata dei seguenti documenti in duplice copia:
 - a) generalità del richiedente, complete del codice fiscale;
 - b) indicazione della tipologia di pubblicità fonica o sonora, per la quale si richiede l'autorizzazione;
 - c) testo del messaggio pubblicitario che dovrà essere diffuso;
 - d) periodo di effettuazione della pubblicità.

Nel caso di pubblicità effettuata mediante impianti di amplificazione, indicazione relativa al luogo in cui si richiede l'installazione dell'impianto, qualora non in luogo chiuso.

Nel caso di pubblicità effettuata mediante impianti di amplificazione installati su veicoli, estremi del veicolo con il quale sarà effettuata la pubblicità.

Nel caso di pubblicità effettuata in forme diverse, descrizione delle modalità di effettuazione della pubblicità.

Art. 16 Domanda per Autorizzazione dei mezzi pubblicitari soggetti a particolare regolamentazione

1. Per l'apposizione di vetrofanie, non è prevista una specifica autorizzazione. Deve essere comunque fatta pervenire comunicazione scritta nella quale siano indicati:
 - a) generalità del richiedente, complete di codice fiscale, con l'indicazione dell'attività oggetto di richiesta;
 - b) disegno quotato, in scala adeguata, con l'indicazione della superficie occupata dalla vetrina;
 - c) bozzetto colorato, del messaggio pubblicitario da esporre;
 - d) Documentazione fotografica che illustri il punto di collocazione e dell'ambiente circostante.
2. Per l'installazione di pubblicità di cantiere, e per interventi su progetto particolareggiato, la domanda deve essere corredata dei seguenti documenti:

- a) progetto quotato in scala adeguata dell'opera e relativa descrizione tecnica, dai quali siano individuabili gli elementi essenziali dell'opera e la sua collocazione, compreso il disegno del possibile supporto, debitamente firmato dal titolare dell'impresa esecutrice o dall'interessato;
- b) bozzetto colorato, del messaggio pubblicitario da esporre;
- c) documentazione fotografica che illustri il punto di collocazione e dell'ambiente circostante;
- d) planimetria ove è riportata la posizione nella quale si chiede l'autorizzazione alla installazione;
- e) auto dichiarazione redatta ai sensi della Legge 445/2000, con la quale si attesta che il mezzo che si intende collocare è stato calcolato e realizzato e sarà posto in opera tenendo conto della natura della superficie di appoggio e della spinta del vento, in modo da garantirne la stabilità. Inoltre che il manufatto è realizzato con materiale non deperibile e resistente agli agenti atmosferici;
- f) copia dichiarazione di conformità di cui all'art. 9 della Legge 5.3.1990 n. 46 "Norme per la sicurezza degli impianti", per gli impianti pubblicitari luminosi o, in alternativa, dichiarazione di impegno della ditta costruttrice o installatrice l'impianto luminoso, accompagnata da certificato di iscrizione alla C.C.I.A.A., che produrrà la necessaria dichiarazione di conformità entro 30 gg. dall'installazione dell'impianto, come previsto dalla legge 37/08;
- g) copia del nullaosta tecnico dell'ente proprietario della strada, qualora richiesto;
- h) parere della Soprintendenza ai Beni Ambientali ed Architettonici della Regione SARDEGNA, qualora richiesto;
- i) Nulla osta del proprietario o amministratore dell'immobile, o del fondo, per lo sfruttamento della superficie da adibirsi alla collocazione del mezzo pubblicitario, qualora necessario.

Art. 17 Istruttoria e rilascio dell'autorizzazione

1. Il rilascio dell'autorizzazione per l'effettuazione di ogni formula pubblicitaria, è affidata al Comando di Polizia Municipale.
2. L'autorizzazione per l'effettuazione di pubblicità a carattere permanente e soggetta a particolare regolamentazione è rilasciata all'interessato entro 60 giorni dalla data di presentazione della relativa richiesta.
3. L'autorizzazione per l'effettuazione di pubblicità a carattere temporaneo è rilasciata all'interessato entro 15 giorni dalla data di presentazione della relativa richiesta.
4. L'autorizzazione per l'esecuzione di progetti particolareggiati è affidata alla Polizia Municipale, secondo atto di indirizzo della Giunta Comunale. La Giunta Comunale esamina il progetto sulla base degli atti in suo possesso e formula i propri pareri di indirizzo. La Giunta Comunale, per il tramite della Polizia Municipale, si riserva la facoltà richiedere integrazioni o completamenti della procedura. In questi casi l'interessato si farà carico di integrare l'istanza che dovrà pervenire entro e non oltre 30 giorni dalla richiesta, pena l'archiviazione della pratica.
5. È in ogni caso negato il rilascio o il rinnovo della autorizzazione nel caso in cui il richiedente abbia pendenze in materia tributaria con il Comune di CAPOTERRA.
6. Qualora la richiesta non sia completa, l'unità competente, entro 10 giorni dalla ricezione, inviterà l'interessato, mediante raccomandata con avviso di ricevimento, a perfezionare la richiesta, comunicandogli che il termine del procedimento ricomincia a decorrere dalla data

- di ricezione della richiesta perfezionata e che trascorsi infruttuosamente 30 giorni dalla predetta comunicazione, il procedimento sarà archiviato.
7. Nel caso in cui l'adozione del provvedimento richieda l'acquisizione di valutazioni tecniche di organi o enti appositi, i termini verranno sospesi fino all'acquisizione delle valutazioni tecniche per un periodo massimo di 90 giorni. I termini possono essere altresì sospesi, per una sola volta, per l'acquisizione di informazioni o certificazioni relative a fatti, stati o qualità non attestati in documenti già in possesso dal Comune di CAPOTERRA, o non direttamente acquisibili presso altre Amministrazioni o Enti.
 8. Il responsabile del procedimento, prima della formale adozione di un provvedimento negativo comunica tempestivamente agli istanti i motivi che ostano all'accoglimento della domanda, entro il termine di 10 giorni dal ricevimento della comunicazione gli istanti avranno il diritto di presentare per iscritto le loro osservazioni eventualmente corredate da documenti. La comunicazione interrompe i termini per concludere il procedimento che iniziano nuovamente a decorrere dalla data di presentazione delle osservazioni. Dell'eventuale mancato accoglimento di tali osservazioni è data ragione nella motivazione del provvedimento finale.

Art. 18 Rilascio delle autorizzazioni

1. Al momento del rilascio dell'autorizzazione il soggetto titolare dovrà produrre:
 - a) marca da bollo;
 - b) attestazione del pagamento dell'imposta o del canone comunale sulla pubblicità secondo le forme e le tariffe vigenti, direttamente al Comune o alla ditta appaltatrice incaricata.

Art. 19 Interventi di sostituzione e modifica

1. Qualora il soggetto titolare dell'autorizzazione, decorsi almeno tre mesi dal rilascio, fermo restando la durata della stessa, intenda variare il messaggio pubblicitario riportato su un cartello o su un altro mezzo pubblicitario a carattere permanente, deve farne domanda, allegando il bozzetto del nuovo messaggio.
2. L'autorizzazione sarà rilasciata entro i successivi 30 giorni, decorsi i quali si intende assentita.

Art. 20 Termine di validità dell'autorizzazione

1. L'autorizzazione all'installazione di mezzi pubblicitari a carattere permanente, ha validità per un periodo di anni tre.
2. L'autorizzazione all'installazione di mezzi pubblicitari a carattere temporaneo, ha validità per un periodo massimo di 90 giorni ed è prorogabile.
3. L'autorizzazione all'esposizione e alla posa di messaggi pubblicitari di cantiere ha durata non superiore a quella prevista per il termine dei lavori indicati nella concessione edilizia.
4. L'autorizzazione per la realizzazione di progetti particolareggiati, ha validità massima di anni 29 e comunque in funzione dell'investimento per la realizzazione delle opere oggetto del progetto.

Art. 21 Rinnovo dell'autorizzazione dei mezzi pubblicitari a carattere permanente o soggetta a particolare regolamentazione

1. L'autorizzazione all'installazione dei mezzi pubblicitari a carattere permanente o soggetta a particolare regolamentazione è rinnovabile a condizione che la richiesta, da prodursi almeno novanta giorni prima della scadenza naturale, provenga dal medesimo soggetto intestatario dell'atto.
2. Nel caso in cui non siano apportate modifiche al mezzo pubblicitario la domanda di rinnovo deve essere corredata dalla sola autodichiarazione, redatta ai sensi della Legge 445/2000, che attesti la persistenza degli elementi di cui alla lettera e) dell'art. 19, comma 1 e l'assenza di modifiche alla situazione in essere.
3. Il mancato rispetto delle condizioni di cui al primo comma del presente articolo, nonché l'introduzione di qualsiasi modifica, comportano il rispetto della procedura di cui all'art. 13.

Art. 22 Obblighi del titolare dell'autorizzazione

1. È fatto obbligo al titolare dell'autorizzazione di:
 - c) verificare il buono stato di conservazione dei cartelli, delle insegne di esercizio e degli altri mezzi pubblicitari e delle loro strutture di sostegno;
 - d) effettuare tutti gli interventi necessari al loro buon mantenimento;
 - e) adempiere nei tempi richiesti a tutte le prescrizioni impartite dal Comune di CAPOTERRA al momento del rilascio dell'autorizzazione o anche successivamente per intervenute e motivate esigenze;
 - f) procedere alla rimozione nel caso di decadenza o revoca dell'autorizzazione o di insussistenza delle condizioni di sicurezza previste all'atto dell'installazione o di motivata richiesta da parte dell'ente competente al rilascio;
 - g) su ogni mezzo pubblicitario autorizzato dovrà essere saldamente fissata una targhetta non deteriorabile, posta in posizione facilmente accessibile, sulla quale sono riportati, con caratteri incisi, i seguenti dati:
 - amministrazione rilasciante;
 - soggetto titolare;
 - numero dell'autorizzazione;
 - progressiva chilometrica o sito di installazione
 - data di scadenza
2. La targhetta di cui sopra deve essere sostituita ad ogni rinnovo dell'autorizzazione ed ogni qualvolta intervenga una variazione di uno dei dati su di essa riportati.
3. L'autorizzazione non esonera il titolare dall'obbligo di attenersi strettamente, sotto la propria responsabilità, alle leggi e ai regolamenti vigenti, nonché ad ogni eventuale diritto di terzi o a quanto prescritto dai regolamenti condominiali ove previsto.
4. È fatto obbligo al titolare dell'autorizzazione, rilasciata per la posa di pubblicità a carattere temporaneo, di provvedere alla rimozione degli stessi entro le 24 ore successive alla conclusione della manifestazione pubblicizzata, ripristinando il preesistente stato dei luoghi ed il preesistente grado di aderenza delle superfici stradali.

Art. 23 Decadenza o revoca dell'autorizzazione

1. Costituiscono causa di decadenza dell'autorizzazione per la collocazione qualsiasi mezzo pubblicitario:

- a) la mancata osservanza delle condizioni alle quali fu subordinata l'autorizzazione;
 - b) la mancata realizzazione dell'opera entro 180 giorni dal rilascio dell'autorizzazione;
 - c) il mancato ritiro dell'autorizzazione entro 60 giorni dal decorso del termine di 30 giorni previsto per il rilascio di essa.
2. Costituiscono causa di decadenza dell'autorizzazione per la collocazione di targhe professionali, tende e insegne di esercizio, anche:
- a) la cessazione o il trasferimento dell'attività;
 - b) l'annullamento o la revoca, l'inesistenza o l'irregolarità della autorizzazione all'esercizio dell'attività;
 - c) la non rispondenza del messaggio autorizzato alle attività cui esso si riferisce.
3. Costituiscono causa di revoca dell'autorizzazione:
- a) Il fallimento dell'attività;
 - b) L'inosservanza anche di uno degli obblighi alle quali fu subordinata l'autorizzazione, a seguito di preventiva diffida del Comune di CAPOTERRA;
 - c) In caso di pubblica necessità dichiarata e motivata dal Comune di CAPOTERRA.

TITOLO IV

DISPOSIZIONI COMUNI E FINALI

Art. 24 Vigilanza e sanzioni amministrative

1. La Polizia Municipale è tenuta a vigilare sulla corretta applicazione del presente PGIP.
2. Le violazioni alle norme del presente PGIP che costituiscono infrazione al Codice della Strada, sono punite con le sanzioni previste dall'art. 23 del Codice stesso.
3. Per tutte le altre violazioni alle norme del presente PGIP, non comminabili ai sensi del suddetto Codice, si applicano le sanzioni di cui all'art. 24 del D.L.vo 507/93.

Art. 25 Norme Transitorie

1. I mezzi pubblicitari installati sulla base di autorizzazioni in essere all'entrata in vigore del presente regolamento e non rispondenti alle disposizioni dello stesso, dovranno essere adeguati alla nuova normativa entro 6 mesi dalla sua entrata in vigore a cura e spese del titolare dell'autorizzazione.
2. Alla presenza di norme di legge che dispongono termini diversi devono essere applicati questi ultimi salvo che la normativa stessa non disponga deroghe al riguardo.

Art. 26 Norme Finali

1. Per tutto quanto non previsto dal presente PGIP, si applicano le disposizioni delle normative richiamate all'art. 2 del presente PGIP.
2. Il presente PGIP è automaticamente modificato o integrato qualora le norme legislative di cui all'art. 2 sono modificate o integrate.
3. E' abrogata ogni altra norma regolamentare incompatibile con le disposizioni del presente PGIP.

Art. 27 Entrata in Vigore

1. Il presente PGIP, entra in vigore decorsi 15 gg. dalla pubblicazione all'albo pretorio.

Art. 28 Allegati

1. Il PGIP è composto dal presente volume e dai seguenti allegati che ne costituiscono parte integrante:
 - a. Allegato 1. Cartografia della zonizzazione
 - b. Allegato 2. Abaco per l'applicazione della normativa