

Firenze

ovvero da questi affidati in concessione esclusiva a terzi. Per le tipologie di cui al comma 2, art. 39, del presente Regolamento, si fa riferimento alla titolarità dell'immobile oggetto di intervento; per le tipologie pubblicitarie poste su recinzioni di cantiere si fa riferimento alla proprietà dell'opera in corso di realizzazione.

4. La tariffa finale è ridotta del 50% per la pubblicità effettuata da comitati, associazioni, fondazioni, onlus, ed ogni altro ente che non abbia scopo di lucro. Tale beneficio è concesso esclusivamente per manifestazioni o iniziative aperte al pubblico e con accesso del tutto gratuito.

5. La tariffa finale è ridotta del 50% per la pubblicità relativa a manifestazioni politiche, sindacali e di categoria, culturali, sportive, filantropiche e religiose, da chiunque realizzate, con il patrocinio o la partecipazione del Comune di Firenze.

6. La tariffa finale è ridotta del 50% per la pubblicità relativa a festeggiamenti patriottici, religiosi.

7. La tariffa finale è ridotta del 10% per la pubblicità che non necessita di autorizzazione, ai sensi del comma 2 lett. "d" dell'art. 4 del presente Regolamento, effettuata in apposite strutture sportive permanenti, quando la relativa comunicazione si riferisce ad una durata di 365 giorni. La comunicazione dovrà essere presentata alla Direzione Risorse Finanziarie prima dell'installazione dei mezzi pubblicitari. Nella stessa comunicazione l'interessato dovrà indicare il numero dei mezzi pubblicitari e le relative dimensioni e caratteristiche. Il canone dovrà essere versato per intero entro la data di installazione dei mezzi pubblicitari stessi.

8. La presenza di eventuali sponsor o altre diciture o logotipi a carattere commerciale, relative alle fattispecie previste nei commi 4, 5 del presente articolo all'interno del mezzo pubblicitario, mantiene la riduzione a condizione che la superficie utilizzata a tale scopo sia inferiore al 10% del totale con un limite massimo di 1 mq.

9. La tariffa finale è ridotta del 50% per le pubblicità di cui al **comma 1 lettera "b"** dell'art 39 del presente Regolamento (Gigantografie su ponteggi) per i cantieri per la realizzazione di opere pubbliche dell'Amministrazione Comunale quando compaia il solo nome e/o logotipo dello sponsor.

o iniziative aperte al pubblico e con accesso del tutto gratuito.

5. La tariffa finale è ridotta del 50% per la pubblicità relativa a manifestazioni politiche, sindacali e di categoria, culturali, sportive, filantropiche e religiose, da chiunque realizzate, con il patrocinio o la partecipazione del Comune di Firenze.

6. La tariffa finale è ridotta del 50% per la pubblicità relativa a festeggiamenti patriottici, religiosi.

7. La tariffa finale è ridotta del 10% per la pubblicità che non necessita di autorizzazione effettuata in apposite strutture sportive permanenti, quando la relativa comunicazione si riferisce ad una durata di 365 giorni. La comunicazione dovrà essere presentata alla Direzione competente in materia di Risorse Finanziarie prima dell'installazione dei mezzi pubblicitari. Nella stessa comunicazione l'interessato dovrà indicare il numero dei mezzi pubblicitari e le relative dimensioni e caratteristiche. Il canone dovrà essere versato per intero entro la data di installazione dei mezzi pubblicitari stessi.

8. La presenza di eventuali sponsor o altre diciture o logotipi a carattere commerciale, relative alle fattispecie previste nei commi 4, 5 del presente articolo all'interno del mezzo pubblicitario, mantiene la riduzione a condizione che la superficie utilizzata a tale scopo sia inferiore al 10% del totale con un limite massimo di 1 mq.

9. La tariffa finale è ridotta del 50% per le pubblicità di cui al comma 1 lettera "b" dell'art. 39 presente Regolamento (Gigantografie su ponteggi) per i cantieri per la realizzazione di opere pubbliche dell'Amministrazione Comunale quando compaia il solo nome e/o logotipo dello sponsor.

10. Il beneficio di cui ai commi 4,5,6 è concesso dalla Direzione competente in materia di Risorse Finanziarie previa formale richiesta prodotta alla medesima, almeno tre giorni prima del rilascio dell'autorizzazione, da parte degli interessati e nella quale si attesti la sussistenza dei presupposti alla riduzione.



10. Il beneficio di cui ai commi 4,5,6 è concesso dalla Direzione Risorse Finanziarie previa formale richiesta prodotta alla medesima, almeno tre giorni prima del rilascio dell'autorizzazione, da parte degli interessati e nella quale si attesti la sussistenza dei presupposti alla riduzione.

#### **ART. 44**

##### **AGEVOLAZIONI**

1. I titolari di esercizi commerciali o artigianali ubicati in piazze, strade, od altre aree di circolazione, nonché in aree mercatali anche coperte che insistono su suolo pubblico, precluse al traffico veicolare o pedonale a causa dell'esecuzione di lavori pubblici di durata superiore a sei mesi, possono beneficiare di una agevolazione sul canone annuale dovuto per l'installazione dei mezzi pubblicitari.

2. L'agevolazione consiste in una riduzione pari al 50% dell'importo del canone annuale dovuto per pubblicità permanente.

3. Nell'eventualità che il periodo di interruzione interessi due distinte annualità l'anno da considerare per l'agevolazione sarà quello nel quale l'interruzione avrà temporalmente la durata maggiore.

4. L'agevolazione è applicabile limitatamente ai luoghi ove i lavori sono stati effettivamente eseguiti.

5. I titolari interessati potranno avvalersi dell'agevolazione di cui al presente articolo previa presentazione di apposita domanda alla Direzione Risorse Finanziarie volta ad ottenere il beneficio con una delle seguenti modalità:

a. rimborso, senza interessi, del canone, a condizione che sia già stato interamente versato;

b. riduzione del canone dovuto e non ancora versato, a condizione che il termine di pagamento non sia scaduto ed a condizione che l'annualità per la quale spetta l'agevolazione sia coincidente con quella sulla quale viene operata la riduzione.

6. La produzione della domanda è condizione indispensabile per poter fruire dell'agevolazione.

7. La Direzione Risorse Finanziarie consentirà l'agevolazione previa comunicazione della Direzione tecnica competente relativamente all'esatta indicazione delle strade o aree ove i lavori sono effettuati, natura pubblica degli stessi, loro effettiva o prevedibile durata nell'eventualità che gli stessi non siano ancora terminati.

#### **ART. 44 AGEVOLAZIONI**

1. I titolari di esercizi commerciali o artigianali ubicati in piazze, strade, od altre aree di circolazione, nonché in aree mercatali anche coperte che insistono su suolo pubblico, precluse al traffico veicolare o pedonale a causa dell'esecuzione di lavori pubblici di durata superiore a sei mesi, possono beneficiare di una agevolazione sul canone annuale dovuto per l'installazione dei mezzi pubblicitari.

2. L'agevolazione consiste in una riduzione pari al 50% dell'importo del canone annuale dovuto per pubblicità permanente.

3. Nell'eventualità che il periodo di interruzione interessi due distinte annualità l'anno da considerare per l'agevolazione sarà quello nel quale l'interruzione avrà temporalmente la durata maggiore.

4. L'agevolazione è applicabile limitatamente ai luoghi ove i lavori sono stati effettivamente eseguiti.

5. I titolari interessati potranno avvalersi dell'agevolazione di cui al presente articolo previa presentazione di apposita domanda alla Direzione competente in materia di Risorse Finanziarie volta ad ottenere il beneficio con una delle seguenti modalità:

a. rimborso, senza interessi, del canone, a condizione che sia già stato interamente versato;

b. riduzione del canone dovuto e non ancora versato, a condizione che il termine di pagamento non sia scaduto ed a condizione che l'annualità per la quale spetta l'agevolazione sia coincidente con quella sulla quale viene operata la riduzione.

6. La produzione della domanda è condizione indispensabile per poter fruire dell'agevolazione.

7. La Direzione competente in materia di Risorse Finanziarie consentirà l'agevolazione previa comunicazione della Direzione tecnica competente relativamente all'esatta indicazione delle strade o aree ove i lavori sono effettuati, natura pubblica degli stessi, loro effettiva o prevedibile durata nell'eventualità che gli stessi non siano ancora terminati.

#### **ART. 45 MODALITÀ E TERMINI DI PAGAMENTO DEL CANONE PER MEZZI PUBBLICITARI DI DURATA SUPERIORE A 365 GIORNI c.d. PERMANENTI**

1. Le installazioni dei mezzi pubblicitari con durata



**ART. 45****MODALITÀ E TERMINI DI PAGAMENTO DEL CANONE PER MEZZI PUBBLICITARI PERMANENTI**

1. Le installazioni dei mezzi pubblicitari effettuate a seguito di autorizzazioni, con durata superiore a 365 giorni, sono assoggettate al canone e costituiscono una obbligazione autonoma riferita ad ogni periodo dal 1° gennaio al 31 dicembre.
  2. Per l'anno iniziale si applicano le disposizioni del comma 3 dell'art. 46 del presente Regolamento.
  3. Il pagamento del canone relativo alla prima annualità deve essere eseguito in unica soluzione anticipata rispetto alla data di inizio dell'installazione della pubblicità, nel rispetto degli adempimenti di cui all'art. 24 del presente Regolamento.
  4. In caso di sostituzione di mezzi pubblicitari preesistenti si procederà al conguaglio fra il canone dovuto in seguito alla nuova autorizzazione e quello già corrisposto per lo stesso periodo.
  5. Per le annualità successive a quella del rilascio dell'autorizzazione il pagamento del canone deve essere effettuato entro il 31 maggio di ciascun anno. Qualora, in corso di validità dell'autorizzazione, l'intestatario intenda rinunciare alla stessa, deve presentare apposita denuncia di cessazione all'ufficio comunale che a suo tempo ha rilasciato l'autorizzazione entro il 31 gennaio di ciascun anno di riferimento.
  6. Le nuove autorizzazioni per mezzi pubblicitari già installati rilasciate a seguito di successione ereditaria o modifica della ragione sociale della stessa ditta intestataria, non danno luogo a nuovo assoggettamento a canone.
  7. Non si dà luogo a rimborso per le installazioni di mezzi pubblicitari non utilizzati totalmente o parzialmente, anche nel caso di revoca dell'autorizzazione da parte del comune.
  8. Si dà luogo al rimborso del canone eventualmente versato solo nel caso in cui il titolare dell'atto di autorizzazione, prima di procedere all'installazione dei mezzi pubblicitari, rinuncia all'autorizzazione con apposita motivata comunicazione scritta diretta all'ufficio comunale che a suo tempo ha rilasciato il provvedimento.
  9. Il pagamento del canone deve essere effettuato mediante versamento sull'apposito
- superiore a 365 giorni, sono assoggettate al canone e costituiscono una obbligazione autonoma riferita ad ogni periodo dal 1° gennaio al 31 dicembre.
  2. Per l'anno iniziale si applicano le disposizioni del comma 3 dell'art. 46 del presente Regolamento.
  3. Il pagamento del canone relativo alla prima annualità deve essere eseguito in unica soluzione.
  4. In caso di sostituzione di mezzi pubblicitari preesistenti si procederà al conguaglio fra il canone dovuto in seguito alla nuova autorizzazione e quello già corrisposto per lo stesso periodo.
  5. Per le annualità successive a quella del rilascio dell'autorizzazione il pagamento del canone deve essere effettuato entro il 31 maggio di ciascun anno. Qualora, in corso di validità dell'autorizzazione, l'intestatario intenda rinunciare alla stessa, deve presentare comunicazione di cessazione al SUAP entro il 31 gennaio di ciascun anno di riferimento.
  6. Le autorizzazioni/SCIA per mezzi pubblicitari già installati rilasciate a seguito di successione ereditaria o modifica della ragione sociale della stessa ditta intestataria, non danno luogo a nuovo assoggettamento a canone.
  7. Non si dà luogo a rimborso per le installazioni di mezzi pubblicitari non utilizzati totalmente o parzialmente, anche nel caso di revoca dell'autorizzazione da parte del comune.
  8. Si dà luogo al rimborso del canone eventualmente versato solo nel caso in cui il titolare dell'atto di autorizzazione/SCIA, prima di procedere all'installazione dei mezzi pubblicitari, rinuncia all'autorizzazione con apposita motivata comunicazione scritta diretta all'ufficio comunale che a suo tempo ha rilasciato il provvedimento.
  9. Il pagamento del canone deve essere effettuato mediante versamento sull'apposito conto corrente postale intestato al Comune. L'importo dovuto è arrotondato per difetto o per eccesso ai cinquanta centesimi o all'unità di euro più vicina. In alternativa è ammesso il versamento diretto alla Tesoreria Comunale o tramite bonifico bancario. I pagamenti effettuati con mezzi elettronici sono ritenuti validi purché effettuati presso sportelli abilitati a riceverli.
  10. Il modulo di versamento dovrà contenere cognome e nome o denominazione residenza o sede e codice fiscale del titolare dell'autorizzazione, il codice impianto riportato nell'atto autorizzatorio, cui si riferisce il pagamento. In caso di versamenti cumulativi riferiti allo stesso titolare, l'attestazione di pagamento dovrà essere accompagnata da apposita distinta riepilogativa di ciascuno dei codici degli impianti e dell'indicazione dell'ammontare di ciascun versamento relativo.
  11. Il canone deve essere corrisposto in unica soluzione. Qualora l'importo del canone sia superiore a euro 2500,00, il pagamento può essere effettuato, per gli anni successivi alla prima annualità, in tre rate di pari



conto corrente postale intestato al Comune. L'importo dovuto è arrotondato per difetto o per eccesso ai cinquanta centesimi o all'unità di euro più vicina. In alternativa è ammesso il versamento diretto alla Tesoreria Comunale o tramite bonifico bancario. I pagamenti effettuati con mezzi elettronici sono ritenuti validi purché effettuati presso sportelli abilitati a riceverli.

10. Il modulo di versamento dovrà contenere cognome e nome o denominazione residenza o sede e codice fiscale del titolare dell'autorizzazione, il codice del singolo impianto riportato nell'atto autorizzatorio, cui si riferisce il pagamento. In caso di versamenti cumulativi riferiti allo stesso titolare, l'attestazione di pagamento dovrà essere accompagnata da apposita distinta riepilogativa di ciascuno dei codici degli impianti e dell'indicazione dell'ammontare di ciascun versamento relativo.

11. Il canone deve essere corrisposto in unica soluzione. Qualora l'importo del canone sia superiore a euro 2500,00, il pagamento può essere effettuato, per gli anni successivi alla prima annualità, in tre rate di pari importo, senza applicazione di interessi, entro le scadenze del 31 maggio, 31 luglio e 31 ottobre dell'anno di riferimento.

12. Nel caso in cui la scadenza del termine di pagamento coincida con un giorno festivo, il pagamento medesimo può essere validamente effettuato entro il primo giorno feriale successivo.

13. In deroga a quanto previsto al precedente comma 3 per i soli mezzi pubblicitari oggetto di "Segnalazione Certificata di Inizio Attività" (c.d. S. C. I. A.), di cui all'art. 49 c. 4 bis della L. 122/2010, il canone dovuto verrà richiesto a mezzo di raccomandata A.R., direttamente dalla competente Direzione Risorse Finanziarie all'interessato il quale dovrà effettuare, in ogni caso in unica soluzione, il relativo versamento entro e non oltre 30 giorni dal ricevimento della richiesta. In caso di omesso, parziale o tardivo pagamento si applicano le penalità previste dal successivo art. 47.

#### **ART. 46**

##### **MODALITÀ E TERMINI DI PAGAMENTO PER MEZZI PUBBLICITARI TEMPORANEI**

1. Per le installazioni autorizzate per un periodo non superiore a 365 giorni, il pagamento del canone deve essere effettuato in unica soluzione anticipata per tutto il

importo, senza applicazione di interessi, entro le scadenze del 31 maggio, 31 luglio e 31 ottobre dell'anno di riferimento.

12. Nel caso in cui la scadenza del termine di pagamento coincida con un giorno festivo, il pagamento medesimo può essere validamente effettuato entro il primo giorno feriale successivo.

13. Per i soli mezzi pubblicitari oggetto di "Segnalazione Certificata di Inizio Attività" (c.d. S. C. I. A.), di cui all'art. 19 della legge n. 241/1990, il canone dovuto verrà richiesto tramite posta elettronica certificata, o in subordine a mezzo di raccomandata A.R., direttamente dalla competente Direzione competente in materia di Risorse Finanziarie all'interessato il quale dovrà effettuare, in ogni caso in unica soluzione, il relativo versamento entro e non oltre 30 giorni dal ricevimento della richiesta. In caso di omesso, parziale o tardivo pagamento si applicano le penalità previste dal successivo art. 47.

##### **ART. 46 MODALITÀ E TERMINI DI PAGAMENTO PER MEZZI PUBBLICITARI DI DURATA NON SUPERIORE A 365 GIORNI c.d. TEMPORANEI**

1. Per le installazioni autorizzate per un periodo non superiore a 365 giorni, il pagamento del canone deve essere effettuato in unica soluzione, con le modalità previste dal precedente articolo, commi 6, 7, 8, 9 e 10.

2. Non è ammesso il pagamento in forma rateale.

3. Le tariffe delle tipologie di cui al comma 1 lettere "a", "l" dell'art. 39 del presente Regolamento per mezzi pubblicitari autorizzati per una durata temporanea sono calcolate, ad eccezione di quanto disposto ai commi



periodo dell'installazione, con le modalità previste dal precedente articolo, commi 6, 7, 8, 9 e 10.

2. Non è ammesso il pagamento in forma rateale.

3. **Le tariffe delle tipologie di cui al comma 1 lettere "a", "f" dell'art. 39 del presente Regolamento per mezzi pubblicitari autorizzati per una durata temporanea sono calcolate, ad eccezione di quanto disposto ai commi successivi del presente articolo, secondo i seguenti parametri:**

a. durata fino a 30 giorni: tariffa pari a 1/10 di quella annua;

b. durata fra 31 e 60 giorni: tariffa pari a 2/10 di quella annua;

c. durata fra 61 e 90 giorni: tariffa pari a 3/10 di quella annua;

d. durata oltre 90 giorni: tariffa annua.

4. **La tipologia "b" dell'art. 39 comma 1, in deroga a quanto stabilito dal comma 1 dell'art. 45, è da considerare comunque temporanea e quindi, anche quando l'autorizzazione è rilasciata per una durata superiore a 90 giorni, il pagamento va effettuato anticipatamente per periodi di 90 giorni o multipli di 90, salvo il residuo periodo finale.**

5. **Le tipologie "cartello" e "Impianto di affissione diretta" di cui alla lettera "a" dell'art. 39 comma 1, quando sono collocate sulle recinzioni dei grandi cantieri, sono da considerare comunque temporanee, in deroga a quanto stabilito dal comma 1 dell'art. 45 del presente Regolamento.**

6. **Conseguentemente, quando l'autorizzazione è rilasciata per una durata superiore a 90 giorni, il pagamento del canone va effettuato anticipatamente per periodi di 90 giorni o multipli di 90, salvo il residuo periodo finale.**

7. **Per la pubblicità autorizzata nel contesto ed in contemporanea con lo svolgimento di manifestazioni sportive dilettantistiche di durata non superiore a 3 giorni consecutivi, in deroga a quanto disposto dalla lettera a) del comma 3 del presente articolo nonché dal comma 1 lettere "a" e "c" dell'articolo 39 del presente Regolamento, sono stabilite le seguenti misure tariffarie:**

a. per le tipologie di cui al comma 1 dell'art. 39 lettera "a" del presente Regolamento si applica la frazione di 1/100 della rispettiva tariffa annua;

b. per la tipologia di cui alla lettera "n" dell'art. 39 comma 1 del presente

successivi del presente articolo, secondo i seguenti parametri:

a. durata fino a 30 giorni: tariffa pari a 1/10 di quella annua;

b. durata fra 31 e 60 giorni: tariffa pari a 2/10 di quella annua;

c. durata fra 61 e 90 giorni: tariffa pari a 3/10 di quella annua;

d. durata oltre 90 giorni: tariffa annua.

4. **La tipologia "b" dell'art. 39 comma 1, in deroga a quanto stabilito dal comma 1 dell'art. 45, è da considerare comunque temporanea e quindi, anche quando l'autorizzazione è rilasciata per una durata superiore a 90 giorni, il pagamento va effettuato in unica soluzione per periodi di 90 giorni o multipli di 90, salvo il residuo periodo finale.**

5. **Le tipologie "cartello" e "Impianto di affissione diretta" di cui alla lettera "a" dell'art. 39 comma 1, quando sono collocate sulle recinzioni dei grandi cantieri, sono da considerare comunque temporanee, in deroga a quanto stabilito dal comma 1 dell'art. 45 del presente Regolamento.**

6. **Conseguentemente, quando l'autorizzazione è rilasciata per una durata superiore a 90 giorni, il pagamento del canone va effettuato in unica soluzione per periodi di 90 giorni o multipli di 90, salvo il residuo periodo finale.**

7. **Per la pubblicità autorizzata nel contesto ed in contemporanea con lo svolgimento di manifestazioni sportive dilettantistiche di durata non superiore a 3 giorni consecutivi, in deroga a quanto disposto dalla lettera a) del comma 3 del presente articolo nonché dal comma 1 lettera "a", "c" dell'articolo 39 del presente Regolamento sono stabilite le seguenti misure tariffarie:**

a. per le tipologie di cui al comma 1 lettera "a" dell'art. 39 del presente Regolamento si applica la frazione di 1/100 della rispettiva tariffa annua;

b. per la tipologia di cui alla lettera "n" dell'art. 39 comma 1 del presente Regolamento si applica la frazione di 1/5 della rispettiva tariffa quindicinale.

8. **Per i soli mezzi pubblicitari oggetto di "Segnalazione Certificata di Inizio Attività" (c.d. S. C. I. A.), di cui all'art. 19 della legge n. 241/1990, il canone dovuto verrà richiesto tramite posta elettronica certificata, o in subordine a mezzo di raccomandata A.R., direttamente dalla competente Direzione che si occupa di Risorse Finanziarie all'interessato il quale dovrà effettuare, in ogni caso in unica soluzione, il relativo versamento entro e non oltre 30 giorni dal ricevimento della richiesta. In caso di omesso, parziale o tardivo pagamento si applicano le penalità previste dal successivo art. 47.**



Regolamento si applica la frazione di 1/5 della rispettiva tariffa quindicinale.

8. In deroga a quanto previsto al precedente comma 1 per i soli mezzi pubblicitari oggetto di "Segnalazione Certificata di Inizio Attività" (c.d. S. C. I. A.), di cui all'art. 49 c. 4 bis della L. 122/2010, il canone dovuto verrà richiesto a mezzo di raccomandata A.R., direttamente dalla competente Direzione Risorse Finanziarie all'interessato il quale dovrà effettuare, in ogni caso in unica soluzione, il relativo versamento entro e non oltre 30 giorni dal ricevimento della richiesta. In caso di omesso, parziale o tardivo pagamento si applicano le penalità previste dal successivo art. 47.

#### **TITOLO VI**

#### **PENALITA' E SANZIONI**

##### **ART. 47**

#### **PENALITA' PER OMESSO O PARZIALE E TARDIVO PAGAMENTO DEL CANONE**

1. Fermo quanto stabilito nell'art. 50, per omesso o parziale versamento del canone si applica una penalità pari al 30% del canone dovuto o del maggiore canone in caso di versamento parziale, mentre per il tardivo versamento si applica una penalità pari al 20%.

2. Le penalità per omesso o parziale ovvero per tardivo versamento vengono applicate nelle misure percentuali vigenti al momento della contestazione dell'atto, qualora più favorevoli all'interessato.

3. Sull'ammontare del canone dovuto e non pagato alle regolari scadenze saranno applicati gli interessi legali da computarsi a giorno.

##### **ART. 48**

#### **PUBBLICITÀ ABUSIVA E DIFFORME - DEFINIZIONI**

1. Sono considerate abusive tutte le forme di pubblicità poste in opera e/o effettuate senza la prescritta autorizzazione.

2. E' considerata, altresì, abusiva ogni variazione non autorizzata negli impianti di tipologia:

D Impianti pubblicitari speciali, D.1 cartello stradale C.2 Gigantografia su ponteggio.

3. Sono considerate difforme tutte le forme di pubblicità poste in opera e/o effettuate in modo non corrispondente alle condizioni e caratteristiche dettate nell'autorizzazione, ed, in modo particolare, per quanto riguarda la forma, il contenuto, le dimensioni, l'illuminazione, i colori, la sistemazione e

#### **TITOLO VI PENALITA' E SANZIONI**

##### **ART. 47 PENALITA' PER OMESSO O PARZIALE E TARDIVO PAGAMENTO DEL CANONE**

1. Fermo quanto stabilito nell'art. 50, per omesso o parziale versamento del canone si applica una penalità pari al 30% del canone dovuto o del maggiore canone in caso di versamento parziale, mentre per il tardivo versamento si applica una penalità pari al 20%.

2. Le penalità per omesso o parziale ovvero per tardivo versamento vengono applicate nelle misure percentuali vigenti al momento della contestazione dell'atto, qualora più favorevoli all'interessato.

3. Sull'ammontare del canone dovuto e non pagato alle regolari scadenze saranno applicati gli interessi legali da computarsi a giorno.

##### **ART. 48 PUBBLICITÀ ABUSIVA E DIFFORME - DEFINIZIONI**

1. E' considerata abusiva l'installazione di impianti e altri mezzi pubblicitari comprese le insegne, poste in opera e/o effettuate senza titolo autorizzatorio/SCIA.

2. Sono altresì considerate abusive tutte le forme di pubblicità effettuate tramite la sosta di veicoli ed altri mezzi attrezzati con impianti pubblicitari, come indicati art.30 comma 3 del presente Regolamento.

3. Sono considerate difforme 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.



l'ubicazione del mezzo pubblicitario.

4. Sono altresì considerate abusive tutte le forme di pubblicità effettuate per mezzo della sosta di mezzi attrezzati con impianti pubblicitari, come indicati all'art. 22 del presente Regolamento.

#### **ART. 49**

##### **INDENNIZZO E SANZIONI PER LA PUBBLICITÀ ABUSIVA E DIFFORME**

1. In presenza di installazioni o di diffusione di messaggi pubblicitari effettuati senza la prescritta autorizzazione o considerati comunque abusivi ai sensi del precedente articolo 48 comma 1 e 2, a carico dei trasgressori si applica un indennizzo ed una sanzione amministrativa pecuniaria.
2. L'indennizzo è pari al canone che si sarebbe pagato se l'installazione fosse stata autorizzata, la sanzione amministrativa pecuniaria è pari al 200% del canone.
3. Per le difformità di cui al precedente art. 48, terzo comma, si applicano un indennizzo pari al canone che si sarebbe pagato se l'installazione fosse stata conforme all'autorizzazione, nonché una sanzione amministrativa pecuniaria pari al 100% del canone dovuto per l'installazione conforme.
4. La sanzione amministrativa irrogata è ridotta ad 1/3 nel caso in cui il responsabile della violazione provveda al pagamento entro 60 giorni dalla notifica della diffida ad adempiere/ingiunzione di pagamento.
5. Resta ferma l'applicazione delle sanzioni di cui all'art. 23 del D.Lgs. n. 285/1992 ss. mm. ii. ovvero, se non comminabili, di quelle previste dall'art. 24, comma 2, del D.Lgs. n. 507/1993 ss. mm.ii.
6. In casi di reiterata esposizione di pubblicità abusiva ai sensi del presente Regolamento, per più di tre volte nell'arco dell'anno solare, l'Amministrazione, nel rispetto del procedimento e della disciplina dettata dalla L.241/90 e ss.mm.ii, esprimerà al trasgressore diniego al rilascio di autorizzazioni ad installazioni pubblicitarie per un periodo di 12 mesi.

#### **ART. 50**

##### **ALTRE MISURE**

1. Indipendentemente da quanto stabilito dai precedenti artt. 48 e 49 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 o comunque considerate abusive ai sensi dei commi 1, 2 e 4 dell'art.

##### **ART. 49 INDENNIZZO E SANZIONI PER LA PUBBLICITÀ ABUSIVA E DIFFORME**

1. In presenza di installazioni o di diffusione di messaggi pubblicitari effettuati senza la prescritta autorizzazione o considerati comunque abusivi ai sensi del precedente articolo 48 a carico dei trasgressori si applica un indennizzo ed una sanzione amministrativa pecuniaria.
2. L'indennizzo è pari al canone che si sarebbe pagato se l'installazione fosse stata autorizzata, la sanzione amministrativa pecuniaria è pari al 200% del canone.
3. Per le difformità di cui al precedente art. 48, terzo comma, si applicano un indennizzo pari al canone che si sarebbe pagato se l'installazione fosse stata conforme all'autorizzazione, nonché una sanzione amministrativa pecuniaria pari al 100% del canone dovuto per l'installazione conforme.
4. La sanzione amministrativa irrogata è ridotta ad 1/3 nel caso in cui il responsabile della violazione provveda al pagamento entro 60 giorni dalla notifica della diffida ad adempiere/ingiunzione di pagamento.
5. Resta ferma l'applicazione delle sanzioni di cui all'art. 23 del D.Lgs. n. 285/1992 ss. mm. ii. ovvero, se non comminabili, di quelle previste dall'art. 24, comma 2, del D.Lgs. n. 507/1993 ss. mm.ii.
6. In casi di reiterata esposizione di pubblicità abusiva ai sensi del presente Regolamento, per più di tre volte nell'arco dell'anno solare, l'Amministrazione, nel rispetto del procedimento e della disciplina dettata dalla L.241/90 e ss.mm.ii, esprimerà al trasgressore diniego al rilascio di autorizzazioni ad installazioni pubblicitarie per un periodo di 12 mesi.

#### **ART. 50 ALTRE MISURE**

1. Indipendentemente da quanto stabilito dai precedenti artt. 48 e 49 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 dei commi 1 e 2 dell'art. 48;
  - b. forme di pubblicità poste in opera e/o effettuate in difformità dalla prescritta autorizzazione/SCIA ai sensi del comma 3 del medesimo art. 48;
  - c. quando non sia stato effettuato il pagamento del relativo canone entro il 31 dicembre dell'anno di riferimento.



49;

b. forme di pubblicità poste in opera e/o effettuate in difformità dalla prescritta autorizzazione ai sensi del comma 3 del medesimo art. 49;

c. quando non sia stato effettuato il pagamento del relativo canone entro il 31 dicembre dell'anno di riferimento.

2. In caso di mancanza di autorizzazione, 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 all'autorizzazione 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 attestando con autocertificazione resa sotto la propria responsabilità dell'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

2. In caso di mancanza di autorizzazione/SCIA, 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 all'autorizzazione/SCIA 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. Nel caso in cui l'installazione dei cartelli, delle insegne di esercizio o di altri mezzi pubblicitari sia realizzata su suolo demaniale ovvero rientrante nel patrimonio degli Enti proprietari delle strade, o nel caso in cui la loro ubicazione lungo le strade e le fasce di pertinenza costituisca pericolo per la circolazione, in quanto in contrasto con le disposizioni contenute nel regolamento, l'Ente proprietario esegue senza indugio la rimozione del mezzo pubblicitario. Successivamente alla stessa l'Ente proprietario trasmette la nota delle spese sostenute al Prefetto, che emette ordinanza-ingiunzione di pagamento. Tale ordinanza costituisce titolo esecutivo ai sensi di legge.

8. 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



entro 3 giorni direttamente a proprie spese.

7. Nel caso in cui l'installazione dei cartelli, delle insegne di esercizio o di altri mezzi pubblicitari sia realizzata su suolo demaniale ovvero rientrante nel patrimonio degli Enti proprietari delle strade, o nel caso in cui la loro ubicazione lungo le strade e le fasce di pertinenza costituisca pericolo per la circolazione, in quanto in contrasto con le disposizioni contenute nel regolamento, l'Ente proprietario esegue senza indugio la rimozione del mezzo pubblicitario.

Successivamente alla stessa l'Ente proprietario trasmette la nota delle spese sostenute al Prefetto, che emette ordinanza-ingiunzione di pagamento. Tale ordinanza costituisce titolo esecutivo ai sensi di legge.

8. 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.

9. L'impianto pubblicitario rimosso in deposito può essere riconsegnato solo previo pagamento dell'intero debito.

10. Trascorso il termine di 180 (centottanta) giorni dalla rimozione senza che vi sia richiesta di restituzione e pagamento dell'intero debito, il Comune procede alla distruzione dell'impianto.

11. Le spese per la distruzione sono a totale ed esclusivo carico dei responsabili.

12. Nei casi di pubblicità abusivamente effettuata mediante distribuzione di manifestini o

altro materiale pubblicitario ovvero mediante persone circolanti con cartelli e altri mezzi pubblicitari, si applica la sanzione pecuniaria di cui all'art. 24 D.lgs. 507/93 e ss.mm.ii.

#### **ART. 51 DECORRENZA DELLA PUBBLICITÀ ABUSIVA**

1. In caso di accertata installazione pubblicitaria senza titolo, senza che sia stata verificata la data di inizio della relativa installazione, essa si presume in essere dal

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.

9. L'impianto pubblicitario rimosso in deposito può essere riconsegnato solo previo pagamento dell'intero debito.

10. Trascorso il termine di 180 (centottanta) giorni dalla rimozione senza che vi sia richiesta di restituzione e pagamento dell'intero debito, il Comune procede alla distruzione dell'impianto.

11. Le spese per la distruzione sono a totale ed esclusivo carico dei responsabili.

12. Nei casi di pubblicità abusivamente effettuata mediante distribuzione di manifestini o altro materiale pubblicitario ovvero mediante persone circolanti con cartelli e altri mezzi pubblicitari, si applica la sanzione pecuniaria di cui all'art. 24 D.lgs. 507/93 e ss.mm.ii.

#### **ART. 51 DECORRENZA DELLA PUBBLICITÀ ABUSIVA**

1. In caso di accertata installazione pubblicitaria senza titolo, senza che sia stata verificata la data di inizio della relativa installazione, essa si presume in essere dal primo gennaio dell'anno in cui sia stata accertata la violazione, per le tipologie previste al comma 1 lettere "a", "f", "l", "m" dell'art.39 del Regolamento.

2. Si presume effettuata in ogni caso con decorrenza dal primo giorno del mese in cui è stata accertata, per le tipologie previste al comma 1 lettere "b", "c", "d", "g",



primo gennaio dell'anno in cui sia stata accertata la violazione, per le tipologie previste ai **al comma 1 lettere "a", "f", "l", "m"** dell'art. 39 del Regolamento.

2. Si presume effettuata in ogni caso con decorrenza dal primo giorno del mese in cui è stata accertata, per le tipologie previste **al comma 1 lettere "b", "c", "d", "g", "h", "i"** del medesimo art. 39.

3. Quanto previsto dai precedenti commi del presente articolo vale ai fini dell'applicazione dell'indennizzo di cui all'art. 49, fermo restando che il pagamento dello stesso e della sanzione non può essere invocato od inteso in alcun caso quale sanatoria parziale o totale dell'abuso ovvero dell'illecito commesso, non correggendo lo stesso le irregolarità dell'installazione.

**ART. 52  
DEFINIZIONE AGEVOLATA DELLE  
PENALITÀ ('RAVVEDIMENTO  
OPEROSO')**

1. La penalità per omesso o parziale o tardivo versamento del Canone può essere ridotta, sempre che non sia già stata contestata e comunque non siano iniziati accessi, ispezioni, verifiche o altre attività amministrative di accertamento da parte degli agenti preposti al controllo o da parte della Direzione Risorse Finanziarie e delle quali il soggetto tenuto al pagamento abbia avuto formale conoscenza.

a. al 4% (comprensivo di interessi) nei casi di omesso, parziale, tardivo versamento del Canone o di una parte di esso, se il versamento viene eseguito entro 30 giorni dalla data di scadenza prevista;

b. all'8% (comprensivo di interessi) nei casi di omesso, parziale, tardivo versamento del Canone o di una parte di esso, se il versamento viene eseguito oltre 30 giorni, e comunque non oltre un anno, dalla data di scadenza.

2. La definizione agevolata della penalità può essere effettuata anche successivamente al versamento del canone.

Se il canone viene versato entro 30 giorni dalla scadenza ma la penalità ridotta viene corrisposta entro i termini di cui alla lettera b del primo comma del presente articolo, la percentuale da applicare sarà pari all'8%.

**ART. 53  
DIFFIDA AD  
ADEMPIERE/INGIUNZIONE DI  
PAGAMENTO ED ATTIVITÀ DI  
CONTROLLO E ACCERTAMENTO**

"h", "i" del medesimo art. 39.

3. Quanto previsto dai precedenti commi del presente articolo vale ai fini dell'applicazione dell'indennizzo di cui all'art. 49, fermo restando che il pagamento dello stesso e della sanzione non può essere invocato od inteso in alcun caso quale sanatoria parziale o totale dell'abuso ovvero dell'illecito commesso, non correggendo lo stesso le irregolarità dell'installazione.

**ART. 52 DEFINIZIONE AGEVOLATA DELLE  
PENALITÀ ('RAVVEDIMENTO OPEROSO')**

1. La penalità per omesso o parziale o tardivo versamento del Canone può essere ridotta, sempre che non sia già stata contestata e comunque non siano iniziati accessi, ispezioni, verifiche o altre attività amministrative di accertamento da parte degli agenti preposti al controllo o da parte della Direzione competente in materia di Risorse Finanziarie e delle quali il soggetto tenuto al pagamento abbia avuto formale conoscenza.

a. al 4% (comprensivo di interessi) nei casi di omesso, parziale, tardivo versamento del Canone o di una parte di esso, se il versamento viene eseguito entro 30 giorni dalla data di scadenza prevista;

b. all'8% (comprensivo di interessi) nei casi di omesso, parziale, tardivo versamento del Canone o di una parte di esso, se il versamento viene eseguito oltre 30 giorni, e comunque non oltre un anno, dalla data di scadenza.

2. La definizione agevolata della penalità può essere effettuata anche successivamente al versamento del canone.

Se il canone viene versato entro 30 giorni dalla scadenza ma la penalità ridotta viene corrisposta entro i termini di cui alla lettera b del primo comma del presente articolo, la percentuale da applicare sarà pari all'8%.

**ART. 53 DIFFIDA AD  
ADEMPIERE/INGIUNZIONE DI PAGAMENTO  
ED ATTIVITÀ DI CONTROLLO E  
ACCERTAMENTO**

1. La Direzione competente in materia di Risorse Finanziarie effettua le opportune verifiche sui versamenti e nel caso di omesso, tardivo o parziale pagamento del canone, notifica al titolare del provvedimento oppure trasmette a mezzo di



1. La Direzione Risorse Finanziarie effettua le opportune verifiche sui versamenti e nel caso di omesso, tardivo o parziale pagamento del canone, notifica al titolare del provvedimento oppure trasmette a mezzo di raccomandata con ricevuta di ritorno, apposita diffida ad adempiere, assegnando il termine di 60 giorni per provvedere al versamento di quanto dovuto a titolo di canone, penalità ed interessi.

2. La stessa procedura di cui al comma 1, viene seguita dalla Direzione Risorse Finanziarie per comminare l'indennizzo e le sanzioni amministrative stabiliti all'art. 49, commi da 1 a 4 per quanto riguarda le installazioni abusive o difformi di mezzi pubblicitari.

3. Ai sensi dell'art. 2948, comma 1, n. 4) del Codice Civile il termine di prescrizione per gli adempimenti di cui ai commi 1 e 2 è fissato in cinque anni.

4. Per le installazioni abusive o difformi, il verbale di contestazione redatto dal pubblico ufficiale di cui all'art. 12 del D.Lgs. 285/92 e ss.mm.ii. e/o le segnalazioni comunque pervenute all'ufficio costituiscono titolo per i provvedimenti di cui al comma 2.

#### **ART. 54 RIMBORSI**

1. Il titolare dell'atto di autorizzazione può richiedere, con apposita istanza alla competente Direzione Risorse Finanziarie il rimborso delle somme o delle maggiori somme versate e non dovute, oltre a quanto previsto dall'art. 44 ultimo comma, del presente Regolamento, entro il termine perentorio di cinque anni decorrenti dalla data di pagamento.

2. L'istanza di cui al comma 1 dovrà contenere, oltre alle generalità complete del titolare del provvedimento ed agli estremi del provvedimento medesimo, le motivazioni della richiesta.

L'istanza dovrà essere corredata della/e ricevuta/e di pagamento, in fotocopia, relativa/e a quanto richiesto a rimborso.

3. La Direzione Risorse Finanziarie provvederà al rimborso di cui al comma 1, o all'emissione dell'atto di diniego appositamente motivato, entro il termine previsto dal "Regolamento in materia di termine e responsabilità del procedimento amministrativo".

Sulle somme rimborsate spettano gli interessi legali, da computarsi a giorno, a decorrere dalla data della domanda, (art. 2033 C.C.).

raccomandata con ricevuta di ritorno, apposita diffida ad adempiere, assegnando il termine di 60 giorni per provvedere al versamento di quanto dovuto a titolo di canone, penalità ed interessi.

2. La stessa procedura di cui al comma 1, viene seguita dalla Direzione competente in materia di Risorse Finanziarie per comminare l'indennizzo e le sanzioni amministrative stabiliti all'art. 49, commi da 1 a 4 per quanto riguarda le installazioni abusive o difformi di mezzi pubblicitari.

3. Ai sensi dell'art. 2948, comma 1, n. 4) del Codice Civile il termine di prescrizione per gli adempimenti di cui ai commi 1 e 2 è fissato in cinque anni.

4. Per le installazioni abusive o difformi, il verbale di contestazione redatto dal pubblico ufficiale di cui all'art. 12 del D.Lgs. 285/92 e ss.mm.ii. e/o le segnalazioni comunque pervenute all'ufficio costituiscono titolo per i provvedimenti di cui al comma 2.

#### **ART. 54 RIMBORSI**

1. Il titolare dell'atto di autorizzazione può richiedere, con apposita istanza alla competente Direzione competente in materia di Risorse Finanziarie il rimborso delle somme o delle maggiori somme versate e non dovute, oltre a quanto previsto dall'art. 44 ultimo comma, del presente Regolamento, entro il termine perentorio di cinque anni decorrenti dalla data di pagamento.

2. L'istanza di cui al comma 1 dovrà contenere, oltre alle generalità complete del titolare del provvedimento ed agli estremi del provvedimento medesimo, le motivazioni della richiesta.

L'istanza dovrà essere corredata della/e ricevuta/e di pagamento, in fotocopia, relativa/e a quanto richiesto a rimborso.

3. La Direzione competente in materia di Risorse Finanziarie provvederà al rimborso di cui al comma 1, o all'emissione dell'atto di diniego appositamente motivato, entro il termine previsto dal "Regolamento in materia di termine e responsabilità del procedimento amministrativo". Sulle somme rimborsate spettano gli interessi legali, da computarsi a giorno, a decorrere dalla data della domanda, (art. 2033 C.C.). Non spettano gli interessi legali nei casi di rimborso dovuto a rinuncia dell'autorizzazione effettuata prima dell'inizio dell'installazione stessa.

4. Qualora la Direzione competente in materia di Risorse Finanziarie vanti per il canone per l'installazione di impianti pubblicitari, un credito nei confronti del richiedente il rimborso, anche se lo stesso figura in qualità di obbligato in solido, il versamento indebito sarà d'ufficio posto a copertura del debito e delle eventuali



Non spettano gli interessi legali nei casi di rimborso in dovuto a rinuncia dell'autorizzazione effettuata prima dell'inizio dell'installazione stessa.

4. Qualora la Direzione Risorse Finanziarie vanti per il canone per l'installazione di impianti pubblicitari, un credito nei confronti del richiedente il rimborso, anche se lo stesso figura in qualità di obbligato in solido, il versamento indebito sarà d'ufficio posto a copertura del debito e delle eventuali penalità ed interessi. Si procederà quindi al rimborso della sola parte eventualmente residua a credito. Di tale procedura compensativa verrà data formale comunicazione all'interessato ed agli eventuali coobbligati in solido.

5. Non si procederà al rimborso di somme pari od inferiori ad euro 15,00 (quindici).

#### **ART. 55**

#### **CONTENZIOSO**

1. Le controversie riguardanti i procedimenti amministrativi relativi alle autorizzazioni disciplinate dal presente Regolamento, sono riservate alla giurisdizione esclusiva del giudice amministrativo ai sensi dell'art. 133 comma 1 lett. b) del D. Lgs. n. 104 del 02.07.2010.

2. Le controversie concernenti l'applicazione del canone appartengono alla giurisdizione tributaria.

#### **TITOLO VII**

#### **NORME TRANSITORIE E FINALI**

#### **ART. 56 APPLICABILITA' DELLA NORMATIVA URBANISTICO-EDILIZIA AGLI IMPIANTI PUBBLICITARI**

1. Resta salva l'applicabilità della normativa urbanistico-edilizia ove ne ricorrano gli estremi.

2. Gli interventi abusivi ovvero realizzati in difformità dall'autorizzazione sono soggetti alle disposizioni di cui agli artt. 50 e seguenti, del presente Regolamento.

#### **ART. 57 ADEGUAMENTI, DELOCALIZZAZIONI E RIMOZIONI DEGLI IMPIANTI GIA' AUTORIZZATI ED IN CONTRASTO CON LA NUOVA DISCIPLINA**

1. tutti gli impianti pubblicitari esistenti, muniti di regolare autorizzazione e realizzati in completa conformità alla stessa ovvero assentiti da sentenza passata in giudicato che non rispondano alle disposizioni del presente Regolamento, devono essere adeguati entro e non oltre 12 mesi dalla data di entrata in vigore delle presenti disposizioni, a cura e

penalità ed interessi. Si procederà quindi al rimborso della sola parte eventualmente residua a credito. Di tale procedura compensativa verrà data formale comunicazione all'interessato ed agli eventuali coobbligati in solido.

5. Non si procederà al rimborso di somme pari od inferiori ad euro 15,00 (quindici).

#### **ELIMINATO**

#### **VEDI comma 1 art. 5 nuovo regolamento RINVII AD ALTRE FONTI NORMATIVE**

1. Per gli edifici sottoposti a particolari norme di tutela definite dal Regolamento Edilizio del Comune di Firenze, si fa rimando alle prescrizioni ivi riportate così come si fa interamente rimando al rispetto delle limitazioni all'installazione di insegne, impianti pubblicitari e altri mezzi pubblicitari di cui al Regolamento Urbanistico.

#### **Vedi art. 55 nuovo regolamento**

#### **ART. 55 DISCIPLINA TRANSITORIA E MISURE DI SALVAGUARDIA**

1. Ancorché non rispondano alle disposizioni del presente Regolamento sono fatti salvi fino alla scadenza del titolo autorizzatorio tutti gli impianti e altri mezzi pubblicitari installati in completa conformità alla stessa.

2. Le disposizioni del precedente comma si applicano anche agli impianti e altri mezzi pubblicitari assentiti da sentenza passata in giudicato, o da contenziosi incardinati per i quali siano intercorse comunicazioni inerenti alle risoluzioni in via bonaria e transattiva.

3. Sono fatti salvi altresì i titoli di tutti gli impianti e altri mezzi pubblicitari in costanza di autorizzazione da più cinquanta anni ancorché difformi dalle norme contenute nel presente Regolamento, purché in perfetto stato di manutenzione ed in regola con il pagamento del canone.

4. Esclusivamente fino alla naturale scadenza



spese del titolare dell'autorizzazione.  
2. In caso di mancato adeguamento entro il termine di cui sopra, l'impianto verrà considerato senza titolo.  
3. Quanto sopra anche in caso di mancato adeguamento entro il diverso termine che verrà indicato in sede di progetto unitario, purché ovviamente congruo e non pregiudizievole dei diritti quesiti all'avvalimento dello spazio pubblicitario.  
4. Il presente articolo si applica a tutti i provvedimenti di concessione e autorizzazione per l'installazione di impianti pubblicitari su suolo pubblico e privato. Sono fatti salvi gli impianti pubblicitari di cui all'art.6 lettera f).

#### **ART. 58 NORME DI RINVIO**

1. Per tutto quanto non espressamente previsto nel presente Regolamento si rinvia alle seguenti norme:  
a. D.Lgs. 30.04.1992 n. 285 Nuovo Codice della Strada e successive modificazioni ed integrazioni.  
b. D.P.R. 16.12.1992 n. 495 Regolamento di esecuzione ed attuazione del Nuovo Codice della Strada e successive modificazioni ed integrazioni.  
c. D.Lgs. 15.11.1993 n. 507 Revisione ed armonizzazione dell'imposta comunale sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni e successive modificazioni ed integrazioni.  
d. D.Lgs. 15.12.1997 n. 446 Istituzione dell'imposta regionale sulle attività produttive, revisione degli scaglioni, delle aliquote e delle detrazioni dell'Irpef e istituzione di una addizionale regionale a tale imposta, nonché riordino della disciplina dei tributi locali e successive modificazioni ed integrazioni.  
2. Con l'entrata in vigore del presente Regolamento non si applicano tutte le norme

dell'autorizzazione/concessione sono fatti salvi tutti i cartelli stradali (ex tipologia D1) regolarmente autorizzati su suolo pubblico ai sensi della previgente disciplina regolamentare, posti ai bordi delle strade con la funzione di segnalare un percorso di avvicinamento ad un'azienda o la sua sede nell'ambito del territorio comunale o di un comune vicino con formato orizzontale di dimensione ml. 2 x 1,50 con unico supporto di sostegno e privi di illuminazione, monofacciali o bifacciali.

4. Alla scadenza del titolo, gli impianti ed i mezzi pubblicitari devono essere rimossi ripristinando lo stato dei luoghi a cura e spese del titolare dell'autorizzazione.  
5. L'installazione di impianti su suolo pubblico può altresì essere autorizzata a seguito di contratti o impegni già assunti—dell'Amministrazione alla data di entrata in vigore del presente regolamento.

#### **Vedi art. 5 nuovo Regolamento**

#### **ART. 5 RINVII AD ALTRE FONTI NORMATIVE**

1. Per gli edifici sottoposti a particolari norme di tutela definite dal Regolamento Edilizio del Comune di Firenze, si fa rimando alle prescrizioni ivi riportate così come si fa interamente rimando al rispetto delle limitazioni all'installazione di insegne, impianti pubblicitari e altri mezzi pubblicitari di cui al Regolamento Urbanistico.  
2. 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.  
3. Per gli impianti pubblicitari da situare in aree verdi o in prossimità di alberature è fatto obbligo di rispettare integralmente le prescrizioni di cui al Regolamento per la tutela del patrimonio arboreo e arbustivo della città ed il relativo Disciplinare.  
4. Gli impianti e gli altri mezzi pubblicitari devono essere installati in conformità alla vigente normativa in materia di abbattimento delle barriere architettoniche.  
5. 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, fatte salve, in attuazione della facoltà di deroga ivi contenuta, le distanze di rispetto all'Allegato 3 parte integrante del presente Regolamento, misurate dalla proiezione al suolo dell'impianto o altro mezzo pubblicitario.  
6. Le tipologie e le procedure relative alle pubbliche



regolamentari con esso contrastanti.

affissioni sono disciplinate dal relativo regolamento approvato con Delibera del Consiglio n. 8/23 del 12/02/2001 e successive modifiche ed integrazioni.

7. In tema di propaganda elettorale si applicano le specifiche disposizioni in materia.

8. Si rimanda altresì alle disposizioni contenute nel D.Lgs. 507/1993 "Revisione ed armonizzazione dell'imposta comunale sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni" e successive modificazioni ed integrazioni e nel D.Lgs. 446/1997 "Istituzione dell'imposta regionale sulle attività produttive, revisione degli scaglioni, delle aliquote e delle detrazioni dell'Irpef e istituzione di una addizionale regionale a tale imposta, nonché riordino della disciplina dei tributi locali e successive modificazioni ed integrazioni".

**Vedi art. 55 nuovo regolamento**

#### **ART. 59 DISCIPLINA TRANSITORIA E MISURE DI SALVAGUARDIA**

1. Ferma restando l'applicazione dell'Art. 57 del presente Regolamento sono fatte salve le istanze relative a:

a - progetti particolareggiati previsti in contratti sottoscritti fra l'Amministrazione Comunale e terzi, salvo modifiche degli accordi medesimi;

b - progetti particolareggiati previsti per delocalizzazioni approvate dall'Amministrazione Comunale, anche su suolo pubblico;

c - progetti particolareggiati presentati dall'Amministrazione Comunale su beni del patrimonio Comunale;

d - progetti di delocalizzazione di impianti già autorizzati o assentiti da sentenze passate in giudicato, esclusivamente se interessano beni di proprietà di terzi.

2. La salvaguardia di quanto sopra è da intendersi garantita previa verifica di conformità delle installazioni con la vigente normativa nazionale, anche in termini di durata dei relativi titoli autorizzatori.

3. In caso di installazioni pubblicitarie su ponteggi e/o cantieri autorizzate prima dell'entrata in vigore del presente regolamento per un tempo superiore a quello previsto dall'art.17 dello stesso, l'autorizzazione è da intendersi valida per 12 mesi decorrenti dalla data di entrata in vigore del medesimo regolamento.

4. I procedimenti di cui al comma 1 dovranno



concludersi entro 1 anno dalla data di entrata in vigore delle presenti disposizioni.

5. Resta fermo altresì il rispetto delle disposizioni contenute nel D. Lgs 42/2004.

6. Fermi restando i termini di adeguamento di cui all'art. 57 del vigente regolamento, sono fatti salvi i diritti quesiti in relazione a titoli già rilasciati, la cui durata è da intendersi comunque disciplinata dal presente regolamento, ovvero dalla diversa previsione negli stessi contenuta, purchè compatibile con la vigente normativa nazionale in merito.

7. Le domande presentate antecedentemente all'approvazione del presente provvedimento sono esaminate secondo la regola del *tempus regit actum* (applicazione della regolamentazione in essere al momento della presentazione), salvo la relativa istruttoria si sia interrotta con richiesta esplicita di integrazione da parte degli uffici competenti. In tale ipotesi, il relativo procedimento proseguirà alla luce delle norme sopravvenute, ferma restando l'applicazione dell'Art. 3 del Piano Generale degli impianti Pubblicitari di cui alla deliberazione C.C. del 24.7.2008 n° 70 e l'eventuale priorità acquisita in termini cronologici di presentazione delle originarie istanze.

### **TITOLO TERZO – INSEGNE e PREINSEGNE**

#### **ART. 22 INSEGNE –Definizioni e limitazioni**

1. Per insegna di esercizio si intende l'iscrizione in caratteri alfanumerici, completata eventualmente da simboli o da marchi, installata nella sede dell'attività a cui si riferisce o nelle pertinenze accessorie della stessa. Può essere luminosa per luce propria o per luce indiretta. L'insegna di esercizio non può essere variabile nel suo contenuto. Hanno diritto ad installare insegne di esercizio solo i soggetti in regola con i presupposti di legge all'esercizio della propria attività.
2. L'insegna di esercizio non può essere utilizzata per messaggi pubblicitari ad eccezione di quanto previsto al successivo comma 3.
3. Su ciascuna insegna ad eccezione delle insegne verticali a bandiera, può essere destinata una superficie non superiore al cinquanta per cento per la pubblicizzazione di uno o più marchi commercializzati nell'esercizio purchè in possesso del consenso del titolare del marchio. Le limitazioni all'utilizzo dello spazio per l'inserimento di "denominazioni o marchi" diversi da quelli del titolare non si applicano nel caso in cui esista tra il richiedente e la Casa produttrice un contratto di concessione, franchising, agenzia, rappresentanza esclusiva autorizzata o nei casi si tratti di una Filiale di un'Azienda.
4. E' vietata l'installazione di insegne semoventi o basculanti; è vietata l'installazione di insegne sui tetti e sui terrazzi e sulle mazzette laterali degli sporti. Le insegne sui chioschi, sulle pensiline e strutture similari devono essere comprese entro la sagoma del manufatto senza alcuna sporgenza dal perimetro strutturale.



5. E' vietato utilizzare lo stemma del Comune di Firenze nella realizzazione di insegne e mezzi pubblicitari.
6. Le attività che sono svolte ai piani superiori potranno usufruire di targhe a lato dell'ingresso, di vetrofanie o insegne interne ai vetri delle finestre.
7. Nelle insegne sono ammesse scritte in lingua straniera, purché affiancate dalla traduzione in italiano. Fanno eccezione i vocaboli stranieri di uso corrente. Le dimensioni del testo straniero non dovranno essere più grandi della traduzione italiana.
8. Il sistema di illuminazione delle insegne deve rientrare nel perimetro delle stesse e deve rispettare le disposizioni previste dalla normativa di settore, dal Codice della Strada e dal relativo Regolamento di Attuazione nonché le norme e le prescrizioni relative all'inquinamento luminoso.  
E' vietata l'illuminazione ad intermittenza, a variazione di colore, a fascio luminoso proiettato sul marciapiede o su altre superfici.  
E' vietato installare monitor, schermi o altri apparecchi simili di dimensioni superiori ad un metro quadrato per ciascuna vetrina e fatto comunque salvo il rispetto dell'intervallo minimo fra una immagine e la successiva di cui al Codice della Strada.

#### **ART. 23 INSEGNE – Installazione**

1. L'installazione di insegne di esercizio deve essere preceduta da presentazione di apposita Segnalazione Certificata di Inizio Attività (SCIA) sulla specifica modulistica predisposta dal SUAP. Ogni SCIA 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.241/90 e successive modifiche ed integrazioni nonché alle disposizioni degli artt. 483, 495 e 496 del Codice Penale.
2. Alla cessazione dell'attività presupposta all'installazione dell'insegna di esercizio deve seguire la rimozione dell'insegna relativa nonché la comunicazione di cessazione (anche ai fini del pagamento del Canone CIMP).

#### **ART. 24 INSEGNE - Tipologie**

1. Sono ammesse le seguenti tipologie di insegne:
  - a) INSEGNE A CASSONETTO ED A PANNELLO da collocare entro le mazzette interne agli sporti, all'interno delle vetrine o negli appositi vani portainsegna. Nelle zone e per gli edifici sottoposti a particolare disciplina urbanistica – edilizia si fa rimando al rispetto della specifica disciplina di cui all'art. 94 del Regolamento Edilizio. Nelle altre zone ed edifici si rimanda alle sporgenze di cui all'art. 80 del Regolamento Edilizio.
  - b) INSEGNE VERTICALI A BANDIERA, consentite limitatamente alle generiche diciture, (hotel, bar e simili) sono ammesse per alberghi ed esercizi di somministrazione qualora consentite dai regolamenti



	<p>Edilizio ed Urbanistico o specificamente provviste di apposita deroga. Non sono ammessi completamenti orizzontali di alcun genere, né la denominazione/logo dell'attività. Per l'individuazione di farmacie, parafarmacie, veterinari, generi di monopolio e parcheggi è ammessa l'installazione del cassonetto o pannello riportante il solo simbolo dell'attività.</p> <p>c) INSEGNE SUL MURO. (A pannello, lettere singole o filo neon) Sono consentite solo negli edifici con destinazione d'uso diversa dall'abitazione, purché nel rispetto della normativa urbanistico-edilizia.</p> <p>d) Negli edifici non soggetti alle norme di tutela del Capitolo 12 del Regolamento Edilizio, sono ammesse solo se supportate da dettagliata relazione tecnica. Per la tipologia a pannello, il medesimo dovrà essere del medesimo colore/finitura della facciata. E' vietato installare pannelli o insegne su porzioni di fabbricato non di pertinenza dell'attività.</p> <p>e) STENDARDI privi di rigidità in aderenza al fabbricato indicanti la denominazione di musei, scuole, università, istituti culturali.</p> <p>f) VETROFANIE. Possono riportare, ragione sociale, denominazione dell'attività, loghi e immagini. Non possono riportare messaggi promozionali. Qualora siano puramente decorative e prive di qualsiasi riferimento all'attività non sono da considerarsi insegne.</p> <p>g) TARGHE. Non possono essere illuminate, né luminose. Devono avere forma quadrata o rettangolare e dimensioni massime di 1.600 cm quadrati. Non sono ammesse per le attività che già dispongono di insegne al piano strada ad eccezione delle strutture ricettive.</p> <p>h) BANDIERE Possono riportare la denominazione e/o il relativo logo di attività commerciali e produttive, di hotel e impianti di distribuzione carburanti. Sono ammesse presso la sede dell'attività o nelle pertinenze accessorie.</p> <p>i) INSEGNE e LOGHI riprodotti su maniglie, zerbini di ingresso, pavimenti.</p> <p>j) INSEGNE SU SUPPORTO PROPRIO collocate nelle pertinenze esclusive dell'attività a cui si riferiscono.</p> <p>k) INSEGNE riprodotte sulla carrozzeria dei veicoli relative alla ragione sociale ed all'attività commerciale dell'Azienda a cui gli stessi appartengono ed installate nel rispetto di quanto previsto dagli artt.23 del D.Lgs. 30.4.92 n.285, 57 del D.P.R. 16.12.92 n°495, modificato dall'art.47 del D.P.R. 16.9.97 n.610, ed ulteriori eventuali successive modificazioni ed integrazioni.</p> <p>l) SCRITTE SU TENDE ammesse solo se le insegne non sono visibili durante le ore di apertura delle tende solari, in possesso di apposita concessione di suolo pubblico. Possono riproporre esclusivamente il contenuto dell'insegna. Le iscrizioni devono essere apposte sulla parte più bassa della tenda.</p>
--	--



- m) MENU': I menù possono essere esposti solo dagli esercizi di somministrazione all'interno delle vetrine o sulle porte dei locali. In presenza di *dehor* si fa interamente rimando alle disposizioni di cui al vigente disciplinare per la Concessione di Suolo Pubblico per Ristoro all'aperto.
- n) INSEGNE TEMPORANEE: insegne temporanee in attesa di definitiva strettamente per il periodo necessario all'acquisizione dei provvedimenti presupposti (nulla Osta della Soprintendenza su edifici vincolati, Autorizzazione Paesaggistica o eventuale parere favorevole della Commissione Edilizia).

#### **ART. 25 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 5 km. Non può essere luminosa, né per luce propria né per luce indiretta.

#### **ART. 26 PREINSEGNE- Limitazioni**

1. Può essere autorizzata l'installazione delle preinsegne di attività aventi sede nel Comune di Firenze o nei comuni confinanti di: medie e grandi strutture di vendita, attività di cui agli artt. 18 e 19 della L.R.Toscana 23/11/2018 n.62, strutture ricettive con capienza superiore a 12 posti letto, autorimesse commerciali, autoriparatori e autonoleggi senza conducente, farmacie, parafarmacie, studi medici anche veterinari, uffici postali, impianti sportivi, musei, auditorium, teatri, istituti scolastici.

2. Ciascuna attività può disporre di non oltre cinque preinsegne. La Direzione competente in materia di Nuove Infrastrutture e 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 Unesco 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 con freccia incorporata:

- nella zona Unesco: m. 1,00x0,20
- nelle altre zone: m. 1,25x0,25

5. Si rimanda al Disciplinare Tecnico per l'installazione di Preinsegne definito dalla Direzione competente in materia di Nuove Infrastrutture e Mobilità.



**ART. 27 PREINSEGNE -Procedura autorizzatoria e durata**

1. L'installazione delle preinsegne può essere effettuata solo previo ottenimento di apposito provvedimento autorizzatorio da parte del titolare dell'attività cui la preinsegna si riferisce.

2. La richiesta deve essere presentata tramite l'apposita modulistica predisposta dal SUAP.

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 (anche ai fini del pagamento del Canone CIMP).

**ART. 28 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 della Direzione competente in materia di Nuove Infrastrutture e Mobilità. Le spese di fornitura, posa in opera e manutenzione di tali mezzi sono interamente a carico del richiedente.



**TITOLO PRIMO – PRINCIPI E DISPOSIZIONI GENERALI**

- ART. 1 Oggetto
- ART. 2 Mezzi o impianti pubblicitari
- ART. 3 Ambito di applicazione territoriale
- ART. 4 Zonizzazione del territorio comunale
- ART. 5 Rinvii ad altre fonti normative
- ART. 6 Dimensionamento
- ART. 7 Mezzi pubblicitari non rientranti nel dimensionamento
- ART. 8 Progetti Unitari
- ART. 9 Manufatti e cartelli con sponsor
- ART. 10 Contenuto del messaggio pubblicitario
- ART. 11 Divieti di pubblicità
- ART. 12 Norme di rispetto
- ART. 13 Caratteristiche dei mezzi pubblicitari
- ART. 14 Obblighi dell'intestatario dell'autorizzazione/SCIA
- ART. 15 Subingresso
- ART. 16 Revoca e decadenza dell'autorizzazione

**TITOLO SECONDO – IMPIANTI PUBBLICITARI**

- ART. 17 Impianti pubblicitari su suolo pubblico
- ART. 18 Impianti pubblicitari su suolo privato
- ART. 19 Autorizzazione all'installazione
- ART. 20 Durata e rinnovo dell'autorizzazione
- ART. 21 Impianti pubblicitari temporanei su ponteggi e cesate di cantiere

**TITOLO TERZO – INSEGNE E PREINSEGNE**

- ART. 22 Insegne - Definizione e Limitazioni
- ART. 23 Insegne – Installazione
- ART. 24 Insegne - Tipologie
- ART. 25 Preinsegne - Definizione
- ART. 26 Preinsegne - Limitazioni
- ART. 27 Preinsegne - Procedura autorizzatoria
- ART. 28 Preinsegne provvisorie

**TITOLO QUARTO – ALTRI MEZZI PUBBLICITARI**

- ART. 29 Pubblicità fonica, a mezzo aeromobili o palloni frenati e natanti
- ART. 30 Pubblicità sui veicoli
- ART. 31 Pubblicità temporanea effettuata in luoghi pubblici o aperti al pubblico
- ART. 32 Disciplina di particolari mezzi pubblicitari

**TITOLO QUINTO - CANONE PER L'INSTALLAZIONE DEI MEZZI PUBBLICITARI**

- ART. 33 Istituzione del canone
- ART. 34 Soggetti tenuti al pagamento del canone
- ART. 35 Gestione della procedura amministrativa
- ART. 36 Criteri per la determinazione delle tariffe del canone
- ART. 37 Classificazione del territorio comunale ai fini dell'applicazione del canone
- ART. 38 Maggiorazioni delle tariffe
- ART. 39 Tariffe di applicazione del canone
- ART. 40 Applicazione del canone
- ART. 41 Esclusioni
- ART. 42 Esenzioni
- ART. 43 Riduzioni
- ART. 44 Agevolazioni
- ART. 45 Modalità e termini di pagamento del canone per i mezzi pubblicitari di durata superiore a 365 giorni c.d. permanenti
- ART. 46 Modalità e termini di pagamento per mezzi pubblicitari di durata non superiore a 365 giorni c.d. temporanei

**TITOLO SESTO - PENALITA' E SANZIONI**

- ART. 47 Penalità per omesso o parziale e tardivo pagamento del canone
- ART. 48 Pubblicità abusiva e difforme. definizioni
- ART. 49 Indennizzo e sanzioni per la pubblicità abusiva e difforme
- ART. 50 Altre misure
- ART. 51 Decorrenza della pubblicità abusiva



ART. 52 Definizione agevolata delle penalità ("ravvedimento operoso")

ART. 53 Diffida ad adempiere /ingiunzione di pagamento ed attività di controllo e accertamento

ART. 54 Rimborsi

***TITOLO SETTIMO - NORME TRANSITORIE E FINALI***

ART. 55 Disciplina transitoria e misure di salvaguardia



## **TITOLO PRIMO – PRINCIPI E DISPOSIZIONI GENERALI**

### **ART. 1 OGGETTO**

1. Il presente Regolamento determina le tipologie e le quantità degli impianti e altri mezzi pubblicitari nelle varie zone del territorio comunale nell'osservanza delle disposizioni previste dal Codice della Strada D.Lgs. 285/1992, dal relativo Regolamento di esecuzione ed attuazione D.P.R. 495/1992, dal d.lgs. 507/1993 e loro successive modificazioni ed integrazioni.
2. Il presente regolamento disciplina altresì il canone per l'installazione di mezzi pubblicitari, compresa la classificazione del territorio comunale ai fini dell'applicazione dello stesso.

### **ART. 2 MEZZI PUBBLICITARI**

1. Nell'ambito delle definizioni di cui all'art. 47 del D.P.R. 495/1992, ai fini del presente regolamento nonché dell'applicazione del canone si distinguono insegne di esercizio, impianti pubblicitari e pubblicità temporanea, oltre alle tipologie previste dall'art. 39 del presente Regolamento.

### **ART. 3 AMBITO DI APPLICAZIONE TERRITORIALE**

1. Nel "centro abitato" del Comune di Firenze il presente Regolamento in accordo agli artt. 48 e 51 del D.P.R. 495/1992, individua distanze minime e fissa i criteri di individuazione degli spazi ove è consentita la collocazione dei mezzi pubblicitari.
2. Fuori dal "centro abitato" l'installazione di cartelli e di altri mezzi pubblicitari non essendo prevista possibilità di deroghe, l'installazione dei mezzi pubblicitari è regolamentata dall'art. 23 D.Lgs. 285/1992, dagli artt. da 47 a 59 del relativo Regolamento di Esecuzione, nonché dalle altre disposizioni di legge che stabiliscono modalità, limitazioni e divieti per l'effettuazione di pubblicità.

### **ART. 4 ZONIZZAZIONE DEL TERRITORIO COMUNALE**

1. Fatte salve le eventuali limitazioni derivanti da specifiche previsioni ivi compresi gli strumenti di pianificazione urbanistica e regolamentazione edilizia, il territorio comunale è suddiviso nelle seguenti zone, così come rappresentate nell'Allegato 4:
  - **ZONA 1:** centro storico più la fascia ottocentesca fino alla ferrovia e dal parco delle Cascine, caratterizzata dalla diffusa presenza di valori storici, artistici o ambientali. Sono equiparati i centri storici minori come individuati dal vigente strumento urbanistico.
  - **ZONA 2:** territorio comunale di particolare pregio ambientale, storico e culturale il cui sviluppo ed assetto urbanistico si è consolidato nella seconda metà del secolo scorso e la zona di piazza delle Cure - Campo di Marte.
  - **ZONA 3:** zona nord della città.
  - **ZONA 4:** zona collinare che circonda Firenze.

### **ART. 5 RINVII AD ALTRE FONTI NORMATIVE**

1. Per gli edifici sottoposti a particolari norme di tutela definite dal Regolamento Edilizio del Comune di Firenze, si fa rimando alle prescrizioni ivi riportate così come si fa interamente rimando al rispetto delle limitazioni all'installazione di insegne, impianti pubblicitari e altri mezzi pubblicitari di cui al Regolamento Urbanistico.
2. 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.
3. Per gli impianti pubblicitari da situare in aree verdi o in prossimità di alberature è fatto obbligo di rispettare integralmente le prescrizioni di cui al Regolamento per la tutela del patrimonio arboreo e arbustivo della città ed il relativo Disciplinare.
4. Gli impianti e gli altri mezzi pubblicitari devono essere installati in conformità alla vigente normativa in materia di abbattimento delle barriere architettoniche.
5. 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, fatte salve, in attuazione della facoltà di deroga ivi contenuta, le distanze di rispetto all'Allegato 3 parte integrante del presente Regolamento, misurate dalla proiezione al suolo dell'impianto o altro mezzo pubblicitario.
6. Le tipologie e le procedure relative alle pubbliche affissioni sono disciplinate dal relativo regolamento approvato con Delibera del Consiglio n. 8/23 del 12/02/2001 e successive modifiche ed integrazioni.
7. In tema di propaganda elettorale si applicano le specifiche disposizioni in materia.



8. Si rimanda altresì alle disposizioni contenute nel D.Lgs. 507/1993 "Revisione ed armonizzazione dell'imposta comunale sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni" e successive modificazioni ed integrazioni e nel D.Lgs. 446/1997 "Istituzione dell'imposta regionale sulle attività produttive, revisione degli scaglioni, delle aliquote e delle detrazioni dell'Irpef e istituzione di una addizionale regionale a tale imposta, nonché riordino della disciplina dei tributi locali e successive modificazioni ed integrazioni".

#### **ART. 6 DIMENSIONAMENTO**

Nel territorio comunale è ammissibile una superficie massima per impianti pubblicitari pari a mq 22.600 così ripartita:

- a) pubbliche affissioni 6.600 mq;
- b) aree pubbliche, strade, impianti e beni di proprietà dell'Amministrazione Comunale (ancorché in concessione a terzi a qualsiasi titolo): 8.000 mq;
- c) aree di proprietà privata 8.000 mq di cui:
  - 700 mq riservati ad impianti pubblicitari da installare presso nuovi parcheggi scambiatori;
  - 1.200 mq riservati ad impianti pubblicitari in aree/pertinenze ferroviarie;
  - 400 mq riservati ad impianti sportivi privati ed a pertinenze -con superficie di almeno 3.000 mq- di locali di pubblico spettacolo e di medie e grandi strutture di vendita;

#### **ART. 7 MEZZI PUBBLICITARI NON RIENTRANTI NEL DIMENSIONAMENTO**

Non rientrano nel dimensionamento:

- a) pubblicità di durata non superiore a 365 giorni
- b) insegne;
- c) preinsegne;
- d) pubblicità sui veicoli;
- e) Manufatti e cartelli con sponsor di cui all'art. 9;
- f) impianti pubblicitari in costanza di autorizzazione da più cinquanta anni ancorché difformi dalle norme contenute nel presente Regolamento, purché in perfetto stato di manutenzione;
- g) impianti pubblicitari da autorizzare a seguito di sentenze passate in giudicato, transazioni approvate dall'Amministrazione Comunale;

#### **ART. 8 PROGETTI UNITARI**

1. L'Amministrazione Comunale può approvare progetti unitari di impianti pubblicitari su suolo pubblico da affidare a terzi mediante procedure di evidenza pubblica per la realizzazione di progetti dell'amministrazione o la gestione di servizi di pubblica utilità.
2. Il numero, la tipologia, l'ubicazione, la durata, le caratteristiche degli impianti sono individuati nel relativo bando.

#### **ART. 9 MANUFATTI E CARTELLI CON SPONSOR**

1. I manufatti o altri mezzi pubblicitari che abbiano lo scopo di promuovere il nome, il marchio, l'immagine, l'attività o il prodotto dell'attività del soggetto che croga un contributo a titolo di sponsorizzazione, direttamente o mediante società concessionarie di pubblicità, tecnica o di puro finanziamento di opere pubbliche e aree verdi possono essere autorizzati a seguito di procedura ad evidenza pubblica.
2. Il numero, la tipologia, l'ubicazione, la durata, le caratteristiche degli impianti sono individuati nel relativo bando.
3. Gli impianti pubblicitari su ponteggi e recinzioni di cantiere finalizzati al finanziamento di interventi di restauro di beni pubblici sono autorizzati previa procedura ad evidenza pubblica. I singoli bandi devono individuare caratteristiche e dimensioni degli impianti.

#### **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 su razza o origine etnica, religione o convinzioni personali, disabilità, età o orientamento sessuale, 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 di spettacoli a sfondo erotico.
2. Nella Zona Unesco, i bozzetti pubblicitari devono garantire sobrietà ed essere rispettosi del contesto storico e architettonico circostante. A tal fine ogni variazione del messaggio pubblicitario deve sempre ottenere apposito provvedimento autorizzatorio previa presentazione di specifica istanza.

#### **ART. 11 DIVIETI DI PUBBLICITÀ**



1. In materia di gioco lecito si rimanda al vigente Regolamento in materia approvato con Deliberazione di Consiglio Comunale.

#### **ART. 12 NORME DI RISPETTO**

1. E' vietata l'installazione di impianti pubblicitari sul muro di cinta e sugli edifici adibiti a sedi di ospedali, fatta salva la disciplina di cui agli articoli 8 e 9.
2. Gli impianti pubblicitari non debbono occultarsi reciprocamente.
3. 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.
4. 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. 13 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.
2. Gli impianti devono altresì rispettare i requisiti e le indicazioni contenute nell'Allegato 1 parte integrante al presente Regolamento.

#### **ART. 14 OBBLIGHI DELL'INTESTATARIO DELL'AUTORIZZAZIONE/SCIA**

Il titolare dell'autorizzazione per impianto pubblicitario ha l'obbligo di:

- a. Effettuare 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 Installazione Mezzi Pubblicitari, qualora dovuto.
- d. Per tutta la durata dell'autorizzazione sull'impianto deve essere mantenuta a cura e spese del titolare dell'impianto, una targhetta in posizione visibile che riporti gli estremi e la data di scadenza dell'autorizzazione/SCIA.

#### **ART. 15 SUBINGRESSO**

1. Il subingresso nella titolarità dell'impianto/mezzo pubblicitario avviene mediante presentazione di apposita Segnalazione Certificata di Inizio Attività da parte del nuovo intestatario il quale si assume tutte le responsabilità derivanti dalla permanenza dei manufatti.

#### **ART. 16 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 costituivano presupposto essenziale;



b. per inadempimento degli obblighi da parte del titolare dell'autorizzazione o della SCIA, compresa la mancata corresponsione del canone annuo dovuto.

## **TITOLO II - IMPIANTI PUBBLICITARI**

### **ART.17 IMPIANTI PUBBLICITARI SU SUOLO PUBBLICO**

1. L'individuazione del soggetto cui concedere il suolo pubblico su cui autorizzare l'installazione di impianti pubblicitari -ad eccezione delle preinsegne (autorizzate al titolare dell'attività di cui all'insegna) - è soggetta a procedura ad evidenza pubblica nei limiti del contingente di cui all'art.6 lettera a). Il numero, la tipologia, l'ubicazione, la durata, le caratteristiche degli impianti sono individuati nel relativo bando.
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.
3. L'installazione di impianti pubblicitari su recinzioni di cantiere è autorizzabile esclusivamente nell'ambito di convenzioni urbanistiche o per la realizzazione di opere pubbliche e lavori pubblici al soggetto individuato nella relativa procedura.
4. L'esposizione di pubblicità su manufatti/strutture oggetto di concessioni di suolo pubblico può essere autorizzata se prevista nel bando preordinato alla procedura di evidenza pubblica finalizzata alla concessione stessa o in alternativa previa espressione di indirizzo da parte della Giunta.

### **ART. 18 IMPIANTI PUBBLICITARI SU SUOLO PRIVATO**

1. In riferimento alla zonizzazione di cui all'art. 4 e nel rispetto delle riserve di cui all'art. 6 gli impianti pubblicitari autorizzabili su suolo privato sono:

A) **CARTELLI PUBBLICITARI.** Tali manufatti possono avere dimensioni massime di 12 mq e possono essere monofacciali o bifacciali purché costituiti da unico cassonetto con sezione massima di cm 40. Possono essere anche luminosi, illuminati e possono contenere messaggi variabili. Non sono ammessi sui tetti, lastrici solari, etc.

Non sono ammessi nella zona 1 e nella zona 4 di cui all'art.4. Nella zona 2 sono ammessi solo presso impianti sportivi ed in pertinenze -con superficie di almeno 3.000 mq- di locali di pubblico spettacolo e di medie e grandi strutture di vendita.

B) **IMPIANTI PUBBLICITARI SU PARETI CIECHE.** Tali manufatti possono avere dimensioni massime pari al 60% della parete su cui insistono. Possono essere quadrati o rettangolari e devono essere posizionati centralmente sulla parete lasciando almeno 50 cm dai margini dell'edificio. Non potendo creare pregiudizio a terzi, il richiedente deve preventivamente ottenere il consenso del proprietario dell'immobile/condominio su cui il manufatto insiste e di quei soggetti cui il manufatto possa recare concreto pregiudizio ivi compresa la fase di cambio messaggio. Presupposto per il rilascio ed il rinnovo dell'autorizzazione è di impegnarsi a mantenere la facciata oggetto dell'intervento in buono stato di manutenzione.

Gli impianti pubblicitari su pareti cieche non sono ammessi nella zona 1 e nella zona 4 di cui all'art. 4 nonché sugli immobili classificati dal vigente Regolamento Urbanistico come: Emergenze di valore storico architettonico, Emergenze di interesse documentale del moderno, Tessuto storico o storicizzato prevalentemente seriale, edifici singoli o aggregati di interesse documentale, nonché su tutti gli immobili ricadenti in Zona A.

### **ART. 19 AUTORIZZAZIONE ALL'INSTALLAZIONE**

1. L'installazione degli impianti pubblicitari sia su suolo pubblico che in aree private, è soggetta ad autorizzazione. L'istanza deve essere presentata allo Sportello Unico Attività Produttive (SUAP) con la specifica modulistica predisposta e deve essere corredata dalla documentazione ivi prevista dal soggetto che ha titolo per richiedere l'autorizzazione.
2. L'elenco degli elaborati necessari alla presentazione delle istanze è definito nella specifica modulistica predisposta dalla Direzione competente in materia di Attività Economiche.
3. L'istanza per la richiesta di autorizzazione all'installazione di impianti pubblicitari deve essere riferita ad un solo impianto ad eccezione delle istanze che si riferiscono a più impianti insistenti sulla medesima area.
4. Il rilascio dell'autorizzazione avverrà nei limiti dei contingenti di cui all'articolo 6.
5. Per l'installazione di impianti pubblicitari di cui al presente Titolo, non trova applicazione l'istituto del silenzio-assenso. La durata del procedimento dalla presentazione dell'istanza completa di tutta la documentazione - in considerazione della complessità dell'istruttoria - è di 90 giorni.

### **ART. 20 DURATA E RINNOVO DELL'AUTORIZZAZIONE**

1. L'autorizzazione per gli impianti pubblicitari di cui all'art. 18 ha validità per 3 anni, ed è rinnovabile tramite presentazione di apposita istanza secondo la modulistica predisposta dalla Direzione competente in



materia di Attività Economiche e rilascio di apposito provvedimento autorizzatorio. La variazione del messaggio pubblicitario è consentita senza alcuna comunicazione all'ufficio purché effettuata nel rispetto degli artt. 10 e 11 sia per gli impianti di cui all'articolo 17, che all'articolo 18.

2. Il rinnovo delle autorizzazioni per impianti non più conformi alla disciplina del presente Regolamento è ammesso subordinatamente al loro adeguamento.

3. Gli impianti pubblicitari che non possono essere adeguati alle disposizioni del presente Regolamento devono essere rimossi alla scadenza del titolo.

#### **ART. 21. IMPIANTI PUBBLICITARI TEMPORANEI SU PONTEGGI E CESATE DI CANTIERE**

1. Le istanze di autorizzazione all'installazione di impianti pubblicitari temporanei su ponteggi e cesate di cantiere soggetti all'art. 49 del D.lgs. 42/2004 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 riprodotte completamente il prospetto dell'edificio coperto dal ponteggio oggetto di intervento. E' 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 secondo la modulistica prevista dalla Direzione competente in materia di Attività Economiche.

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 secondo la modulistica prevista dalla Direzione competente in materia di Attività economiche.

5. Nella zona 1 - esclusi i luoghi di cui ai successivi commi 6 e 7 -, e nelle zone 2, 3 e 4 di cui all'art. 4, la durata complessiva massima dell'esposizione pubblicitaria è di 12 mesi, non prorogabile. La superficie pubblicitaria è autorizzabile nella misura del 20% della superficie riprodotte il tratto architettonico totale della gigantografia. In caso di *art wall* su tela, che riporti il logo/ragione sociale in ragione del 5% dell'*art wall*, la porzione pubblicitaria costituita dall'*art wall* stesso può essere aumentata fino al 40%.

6. Non è consentita l'esposizione pubblicitaria su ponteggi/cantieri nelle seguenti ubicazioni: Piazza Duomo, Piazza San Giovanni e Piazza della Signoria, eccezion fatta che per i cantieri finalizzati al restauro del patrimonio di cui all'art. 10 comma 1 del Codice dei Beni Culturali. In quest'ultimo caso, l'esposizione non può comunque superare il 30% - in caso di *art wall* il 40% - della superficie frontale di una sola facciata e realizzata su una sola facciata nell'eventualità di un cantiere con esposizione su più lati. Non potrà esserci comunque contemporaneamente più di un impianto per Piazza. La durata massima dell'esposizione pubblicitaria, pari a 12 mesi, può essere prorogata per ulteriori 12 mesi, previa acquisizione della relativa approvazione da parte della Giunta, salvo che il restauro non richieda un tempo più lungo asseverato dalla locale Soprintendenza, che giustifichi un'ulteriore proroga.

7. Nel caso di ponteggi/cantieri su edifici privati nelle Piazze di cui al comma precedente, potrà essere applicata un'agevolazione sul canone di occupazione di suolo pubblico, come determinata nel relativo Regolamento, a fronte dell'apposizione di comunicazione istituzionale da collocarsi in uno spazio non superiore al 30% della superficie frontale di una sola facciata del ponteggio/cantiere.

8. Le installazioni pubblicitarie su ponteggi che interessino Palazzo della Signoria, la Cattedrale di Santa Maria del Fiore, il Battistero di San Giovanni, il Campanile di Giotto e Ponte Vecchio devono acquisire approvazione da parte della Giunta.

9. 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.

10. 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/affitarsi o delle insegne autorizzate degli esercizi sottostanti.

11. 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 della competente direzione Servizi Tecnici.

12. Qualora la recinzione di cantiere o la cesata siano riferite a lavori che riguardano gli esercizi fronte strada, può essere presentata SCIA con la modulistica predisposta dalla Direzione competente in materia di Attività economiche per pubblicità provvisoria riferita esclusivamente all'attività in essi esercitata o di prossima apertura.

#### **TITOLO TERZO – INSEGNE e PREINSEGNE**

##### **ART. 22 INSEGNE –Definizioni e limitazioni**



1. Per insegna di esercizio si intende l'iscrizione in caratteri alfanumerici, completata eventualmente da simboli o da marchi, installata nella sede dell'attività a cui si riferisce o nelle pertinenze accessorie della stessa. Può essere luminosa per luce propria o per luce indiretta. L'insegna di esercizio non può essere variabile nel suo contenuto. Hanno diritto ad installare insegne di esercizio solo i soggetti in regola con i presupposti di legge all'esercizio della propria attività.
2. L'insegna di esercizio non può essere utilizzata per messaggi pubblicitari ad eccezione di quanto previsto al successivo comma 3.
3. Su ciascuna insegna ad eccezione delle insegne verticali a bandiera, può essere destinata una superficie non superiore al cinquanta per cento per la pubblicizzazione di uno o più marchi commercializzati nell'esercizio purché in possesso del consenso del titolare del marchio. Le limitazioni all'utilizzo dello spazio per l'inserimento di "denominazioni o marchi" diversi da quelli del titolare non si applicano nel caso in cui esista tra il richiedente e la Casa produttrice un contratto di concessione, franchising, agenzia, rappresentanza esclusiva autorizzata o nei casi si tratti di una Filiale di un'Azienda.
4. E' vietata l'installazione di insegne semoventi o basculanti; è vietata l'installazione di insegne sui tetti e sui terrazzi e sulle mazzette laterali degli sporti. Le insegne sui chioschi, sulle pensiline e strutture simili devono essere comprese entro la sagoma del manufatto senza alcuna sporgenza dal perimetro strutturale.
5. E' vietato utilizzare lo stemma del Comune di Firenze nella realizzazione di insegne e mezzi pubblicitari.
6. Le attività che sono svolte ai piani superiori potranno usufruire di targhe a lato dell'ingresso, di vetrofanie o insegne interne ai vetri delle finestre.
7. Nelle insegne sono ammesse scritte in lingua straniera, purché affiancate dalla traduzione in italiano. Fanno eccezione i vocaboli stranieri di uso corrente. Le dimensioni del testo straniero non dovranno essere più grandi della traduzione italiana.
8. Il sistema di illuminazione delle insegne deve rientrare nel perimetro delle stesse e deve rispettare le disposizioni previste dalla normativa di settore, dal Codice della Strada e dal relativo Regolamento di Attuazione nonché le norme e le prescrizioni relative all'inquinamento luminoso.  
E' vietata l'illuminazione ad intermittenza, a variazione di colore, a fascio luminoso proiettato sul marciapiede o su altre superfici.  
E' vietato installare monitor, schermi o altri apparecchi simili di dimensioni superiori ad un metro quadrato per ciascuna vetrina e fatto comunque salvo il rispetto dell'intervallo minimo fra una immagine e la successiva di cui al Codice della Strada.

#### **ART. 23 INSEGNE – Installazione**

1. L'installazione di insegne di esercizio deve essere preceduta da presentazione di apposita Segnalazione Certificata di Inizio Attività (SCIA) sulla specifica modulistica predisposta dal SUAP. Ogni SCIA 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.241/90 e successive modifiche ed integrazioni nonché alle disposizioni degli artt. 483, 495 e 496 del Codice Penale.
2. Alla cessazione dell'attività presupposta all'installazione dell'insegna di esercizio deve seguire la rimozione dell'insegna relativa nonché la comunicazione di cessazione (anche ai fini del pagamento del Canone CIMP).

#### **ART. 24 INSEGNE - Tipologie**

1. Sono ammesse le seguenti tipologie di insegne:
  - a) **INSEGNE A CASSONETTO ED A PANNELLO** da collocare entro le mazzette interne agli sporti, all'interno delle vetrine o negli appositi vani portainsegna. Nelle zone c per gli edifici sottoposti a particolare disciplina urbanistica – edilizia si fa rimando al rispetto della specifica disciplina di cui all'art. 94 del Regolamento Edilizio. Nelle altre zone ed edifici si rimanda alle sporgenze di cui all'art. 80 del Regolamento Edilizio.
  - b) **INSEGNE VERTICALI A BANDIERA**, consentite limitatamente alle generiche diciture, (hotel, bar, attività storica e simili) sono ammesse per alberghi ed esercizi di somministrazione qualora consentite dai regolamenti Edilizio ed Urbanistico o specificamente provviste di apposita deroga. Non sono ammessi completamenti orizzontali di alcun genere, né la denominazione/logo dell'attività. Per l'individuazione di farmacie, parafarmacie, veterinari, generi di monopolio e parcheggi è ammessa l'installazione del cassonetto o pannello riportante il solo simbolo dell'attività.
  - c) **INSEGNE SUL MURO**. (A pannello, lettere singole o filo neon) Sono consentite solo negli edifici con destinazione d'uso diversa dall'abitazione, purché nel rispetto della normativa urbanistico-edilizia. Negli edifici non soggetti alle norme di tutela del Capitolo 12 del Regolamento Edilizio, sono ammesse solo se supportate da dettagliata relazione tecnica. Per la tipologia a pannello, il medesimo dovrà essere del medesimo colore/finitura della facciata. E' vietato installare pannelli o insegne su porzioni di fabbricato non di pertinenza dell'attività.



- d) **STENDARDI** privi di rigidità in aderenza al fabbricato indicanti la denominazione di musei, scuole, università, istituti culturali.
- e) **VETROFANIE**. Possono riportare, ragione sociale, denominazione dell'attività, loghi e immagini. Non possono riportare messaggi promozionali. Qualora siano puramente decorative e prive di qualsiasi riferimento all'attività non sono da considerarsi insegne.
- f) **TARGHE**. Non possono essere illuminate, né luminose. Devono avere forma quadrata o rettangolare e dimensioni massime di 1.600 cm quadrati. Non sono ammesse per le attività che già dispongono di insegne al piano strada ad eccezione delle strutture ricettive.
- g) **BANDIERE** Possono riportare la denominazione e/o il relativo logo di attività commerciali e produttive, di hotel, attività storiche e impianti di distribuzione carburanti. Sono ammesse presso la sede dell'attività o nelle pertinenze accessorie.
- h) **INSEGNE** e **LOGHI** riprodotti su maniglie, zerbini di ingresso, pavimenti.
- i) **INSEGNE SU SUPPORTO PROPRIO** collocate nelle pertinenze esclusive dell'attività a cui si riferiscono.
- j) **INSEGNE** riprodotte sulla carrozzeria dei veicoli relative alla ragione sociale ed all'attività commerciale dell'Azienda a cui gli stessi appartengono ed installate nel rispetto di quanto previsto dagli artt.23 del D.Lgs. 30.4.92 n.285, 57 del D.P.R. 16.12.92 n°495, modificato dall'art.47 del D.P.R. 16.9.97 n.610, ed ulteriori eventuali successive modificazioni ed integrazioni.
- k) **SCRITTE SU TENDE** ammesse solo se le insegne non sono visibili durante le ore di apertura delle tende solari, in possesso di apposita concessione di suolo pubblico. Possono riproporre esclusivamente il contenuto dell'insegna. Le iscrizioni devono essere apposte sulla parte più bassa della tenda.
- l) **MENU'**: I menù possono essere esposti solo dagli esercizi di somministrazione all'interno delle vetrine o sulle porte dei locali. In presenza di *dehor* si fa interamente rimando alle disposizioni di cui al vigente disciplinare per la Concessione di Suolo Pubblico per Ristoro all'aperto.
- m) **INSEGNE TEMPORANEE**: insegne temporanee in attesa di definitiva strettamente per il periodo necessario all'acquisizione dei provvedimenti presupposti (nulla Osta della Soprintendenza su edifici vincolati, Autorizzazione Paesaggistica o eventuale parere favorevole della Commissione Edilizia).

#### **ART. 25 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 5 km. Non può essere luminosa, né per luce propria né per luce indiretta.

#### **ART. 26 PREINSEGNE- Limitazioni**

1. Può essere autorizzata l'installazione delle preinsegne di attività aventi sede nel Comune di Firenze o nei comuni confinanti di: medie e grandi strutture di vendita, attività di cui agli artt. 18 e 19 della L.R.Toscana 23/11/2018 n.62, strutture ricettive con capienza superiore a 12 posti letto, autorimesse commerciali, autoriparatori e autonoleggi senza conducente, farmacie, parafarmacie, studi medici anche veterinari, uffici postali, impianti sportivi, musei, auditorium, teatri, istituti scolastici.

2. Ciascuna attività può disporre di non oltre cinque preinsegne. La Direzione competente in materia di Nuove Infrastrutture e 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 Unesco 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 con freccia incorporata:

- nella zona Unesco: m. 1,00x0,20
- nelle altre zone: m. 1,25x0,25

5. Si rimanda al Disciplinare Tecnico per l'installazione di Preinsegne definito dalla Direzione competente in materia di Nuove Infrastrutture e Mobilità.

#### **ART. 27 PREINSEGNE - Procedura autorizzatoria**

1. L'installazione delle preinsegne può essere effettuata solo previo ottenimento di apposito provvedimento autorizzatorio da parte del titolare dell'attività cui la preinsegna si riferisce.

2. La richiesta deve essere presentata tramite l'apposita modulistica predisposta dal SUAP.

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 (anche ai fini del pagamento del Canone CIMP).

#### **ART. 28 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 della Direzione competente in materia di Nuove Infrastrutture e Mobilità. Le spese di fornitura, posa in opera e manutenzione di tali mezzi sono interamente a carico del richiedente.

#### **TITOLO IV - ALTRI MEZZI PUBBLICITARI**

#### **ART. 29 PUBBLICITÀ FONICA, A MEZZO AEROMOBILI O PALLONI FRENATI E NATANTI**

1. Non è consentito effettuare pubblicità fonica sulla pubblica via.
2. 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 SCIA sulla modulistica predisposta dalla Direzione competente in materia di Attività Economiche per pubblicità in manifestazione.
3. È vietata qualsiasi forma di pubblicità sui natanti.

#### **ART. 30 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 previa presentazione di apposita SCIA corredata da tutte le dichiarazioni ed allegati secondo la modulistica predisposta dalla Direzione competente in materia di Attività Economiche.
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.

#### **ART. 31 PUBBLICITÀ TEMPORANEA EFFETTUATA IN LUOGHI PUBBLICI O APERTI AL PUBBLICO**

1. Previa presentazione di apposita SCIA sulla modulistica predisposta dalla Direzione competente in materia di Attività Economiche 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 1 indicata all'articolo 4 del presente Regolamento.
  - b. l'esposizione di mezzi pubblicitari di locazione e vendita di beni immobili e/o posti auto. Può avere dimensione massima pari ad un sesto di ciascuna facciata interessata. Può essere collocata sul bene o nelle sue pertinenze per la durata massima di 365 giorni. Qualora siano di dimensioni inferiori ad un quarto di metro quadrato e non rechino ragioni sociali non è richiesto alcun adempimento.
  - c. campagne pubblicitarie temporanee (di durata non superiore a 90 giorni) effettuabili con cartelli/vetrofanie etc. presso la sede delle attività o nei resedi esclusivi 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 nei resedi ad uso esclusivo delle attività commerciali e produttive e nelle aree di distribuzione di carburante.
  - d. 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.
  - e. standardi 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. 32 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. I mezzi pubblicitari di cui all'art. 42;
  - b. la pubblicità effettuata all'interno degli impianti sportivi con messaggio rivolto esclusivamente verso l'interno e non fruibile dalla pubblica via;
  - c. le targhe di studi professionali e di professionisti di dimensioni massime 30x40;
  - d. le insegne ed i mezzi pubblicitari non visibili dalla pubblica via o arretrati di oltre un metro rispetto alla soglia o alle vetrine dei locali;
  - e. 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. I mezzi pubblicitari di cui al presente articolo, seppur non necessitanti di autorizzazione/SCIA sono comunque soggetti a canone, qualora dovuto. Gli interessati sono tenuti a presentare dichiarazione sostitutiva di atto di notorietà al Servizio competente in materia di Entrate riportante numero, misure, ubicazione e caratteristiche dei mezzi pubblicitari installati, entro 7 giorni dalla data di installazione.

## **TITOLO V - CANONE PER L'INSTALLAZIONE DEI MEZZI PUBBLICITARI**

### **ART. 33 ISTITUZIONE DEL CANONE**

1. Con decorrenza dal 1° gennaio 2001, a norma dell'art. 62, comma 2, del decreto legislativo 15 dicembre 1997, n. 446, è istituito il canone per l'installazione di mezzi pubblicitari che sarà applicato secondo le disposizioni del presente Regolamento.
2. Dalla stessa data nel territorio del Comune di Firenze è esclusa l'applicazione dell'imposta comunale sulla pubblicità di cui al capo I del D.Lgs. 507/93 e ss. mm.ii.
3. E' soggetta al canone comunale sulla pubblicità la diffusione di ogni messaggio pubblicitario effettuata, in qualsiasi forma visiva o acustica - diversa da quella assoggettata al diritto sulle pubbliche affissioni - in luoghi pubblici o aperti al pubblico, o che sia percepibile da tali luoghi. La diffusione del messaggio pubblicitario effettuata senza titolo è soggetta alle disposizioni di cui ai successivi art. 48 e 49.
4. Si considerano rilevanti ai fini dell'assoggettamento al canone:
  - a. i messaggi diffusi nell'esercizio di un'attività economica allo scopo di promuovere la domanda e la diffusione di beni e servizi di qualsiasi natura;
  - b. i messaggi finalizzati a migliorare l'immagine del soggetto pubblicizzato;
  - c. i mezzi e le forme atte ad indicare o individuare il luogo nel quale viene esercitata un'attività.

### **ART. 34 SOGGETTI TENUTI AL PAGAMENTO DEL CANONE**

1. Il canone per l'installazione dei mezzi pubblicitari è dovuto dal titolare del relativo provvedimento di autorizzazione/SCIA.
2. Il canone è dovuto anche nell'ipotesi in cui i soggetti di cui al precedente comma non usufruiscano in tutto o in parte del mezzo pubblicitario installato.

### **ART. 35 GESTIONE DELLA PROCEDURA AMMINISTRATIVA**

1. Il funzionario responsabile di tutta l'attività gestionale ed organizzativa del canone è il Dirigente preposto al servizio della Direzione competente in materia di Risorse Finanziarie.
2. La Direzione competente in materia di Risorse Finanziarie gestisce direttamente, secondo le modalità e termini previsti dal presente Regolamento, sia la procedura amministrativa di recupero del Canone e di applicazione delle relative penalità sia l'applicazione dell'indennizzo e delle sanzioni pecuniarie, a seguito di verbale degli organi di vigilanza o di segnalazione comunque pervenuta all'ufficio.
3. Qualora l'Amministrazione Comunale lo ritenga più conveniente sotto il profilo economico o funzionale, può affidare in concessione totalmente o parzialmente il servizio gestione del canone ad apposito operatore economico, secondo le disposizioni previste in materia dalla normativa vigente.

### **ART. 36 CRITERI PER LA DETERMINAZIONE DELLE TARIFFE DEL CANONE**

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

\_ Considerazioni generali:

- o Rilevanza internazionale della città sotto il profilo culturale, artistico, architettonico e paesaggistico;



o Rilevanza internazionale dei flussi turistici;

o Rilevanza dei flussi di pendolarismo che convergono sulla città dagli altri Comuni della Provincia e della Regione.

\_ Criteri generali:

o Suddivisione delle strade, piazze ed altre aree di circolazione in tre categorie con graduazione tariffaria in conseguenza della differente classificazione secondo le specifiche indicazioni ed esclusioni riportate agli artt. 37 e 39 del presente Regolamento;

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

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

o Entità della superficie di ogni singolo mezzo pubblicitario e conseguentemente dell'impatto sull'ambiente o sull'arredo urbano. Per talune tipologie la dimensione non ha determinato la suddivisione in classi di superficie in considerazione della loro specificità con i criteri di cui ai successivi artt. 37 e 39 del presente Regolamento.

2. Le tariffe relative alle singole tipologie di pubblicità sono determinate ai sensi dell'art. 48 del D.Lgs. 267/2000 ess.mm.ii., con provvedimento della Giunta Comunale.

3. Le tariffe possono essere modificate annualmente entro il termine di approvazione del bilancio di previsione; in mancanza si intendono confermate quelle in vigore.

### **ART. 37 CLASSIFICAZIONE DEL TERRITORIO COMUNALE AI FINI DELL'APPLICAZIONE DEL CANONE**

1. In considerazione della loro ubicazione e della loro importanza, valutati anche in ordine al flusso turistico ed alle manifestazioni pubbliche, all'intensità demografica, agli insediamenti commerciali ed alla densità del traffico pedonale e veicolare, le aree di circolazione comunali sono classificate, ai fini della graduazione del canone, in tre categorie, salvo che per specifiche tipologie non sia disposto altrimenti.

2. Dette categorie sono individuate nei relativi elenchi che formano parte integrante del presente Regolamento come Allegato 2 - Elenco delle aree di circolazione - costituente parte integrante e sostanziale del presente atto, quali:

- categoria "inferiore"
- categoria "superiore"
- categoria "ulteriore"

3. Appartengono alla categoria "inferiore", in via residuale, tutte le aree di circolazione che non siano comprese né fra quelle di categoria "superiore", né fra quelle di categoria "ulteriore".

4. Quando il mezzo pubblicitario, che per la sua specifica caratteristica non possa essere frazionato, è installato sul territorio afferente due categorie, si applica il canone di maggiore entità.

5. Quando il mezzo pubblicitario è installato in una strada o piazza ma visibile solo da altra area di circolazione si applica la tariffa di canone relativa a quest'ultima.

### **ART. 38 MAGGIORAZIONI DELLE TARIFFE**

1. Le maggiorazioni del canone, a qualunque titolo previste, sono cumulabili e devono essere applicate alle tariffe di base, salvo che per specifiche tipologie non sia disposto altrimenti.

2. Le maggiorazioni per classi di superficie, nei casi in cui sono applicabili, sono indicate al successivo articolo con specifiche modalità per ciascuna tipologia pubblicitaria.

### **ART. 39 TIPOLOGIE DEI MEZZI PUBBLICITARI ASSOGGETTATI AL CANONE**

1. Sono assoggettati al Canone i seguenti mezzi pubblicitari:

a) Cartello - Gigantografia - Impianto pubblicitario su parete cieca - Impianto pubblicitario speciale - Impianto su arredo urbano - Impianto di affissione diretta - Stendardo - Bandiera.

Per i suddetti mezzi pubblicitari è stabilita una tariffa al mq. in ragione della luminosità o meno della categoria relativa a ciascuna area di circolazione e della superficie tenendo conto dei seguenti scaglioni: fino ad 1 mq, oltre 1 mq e fino a 5,5 mq, oltre 5,5 mq e fino ad 8,5 mq, oltre 8,5 mq. La tariffa varia in ragione della durata del mezzo pubblicitario - come stabilito dall'atto autorizzatorio - differenziandosi in pubblicità permanente o temporanea ai fini dell'applicazione del canone. Si considera temporanea la pubblicità autorizzata per un periodo non superiore a 365 giorni. La tariffa per la pubblicità temporanea si applica per ogni metro quadrato e per ogni periodo espresso in giorni, rispettivamente, fino a 30, oltre 30 e fino a 60, oltre 60 e fino a 90, oltre 90 e fino a 365. La tariffa per la pubblicità permanente si applica per ciascun metro quadrato e per ogni periodo dal 1° gennaio al 31 dicembre o frazione. Per la pubblicità effettuata mediante affissioni dirette di manifesti e simili su apposite strutture adibite alla esposizione di tali mezzi, la tariffa si



applica in base alla superficie complessiva degli impianti per ogni periodo dal 1° gennaio al 31 dicembre o frazione, indipendentemente dall'utilizzo degli impianti medesimi.

b) Pubblicità su ponteggio e Gigantografie.

Per il suddetto mezzo pubblicitario effettuato mediante teli di cotone o altri mezzi di qualunque materiale costituiti - escluso le insegne di esercizio le targhe e le vetrofanie - collocato a copertura di ponteggi, in occasione di cantieri edili e simili, è istituita una tariffa per ogni periodo di 30 giorni o frazione. Per il suddetto mezzo pubblicitario è stabilita una tariffa al mq. in ragione della luminosità o meno e della categoria relativa a ciascuna area di circolazione per il mezzo pubblicitario in questione la superficie minima assoggettabile a Canone per ciascuna autorizzazione è pari a mq 10.

c) Fonica. Per la pubblicità in questione effettuata a mezzo di appositi apparecchi amplificatori e simili, è stabilita una tariffa per ogni giorno o frazione e per ciascuna fonte di diffusione della pubblicità, con un limite massimo di 30 apparecchi per lo stesso ambito di diffusione.

d) Aeromobile. Per la pubblicità in questione effettuata da aeromobili mediante scritte, striscioni, disegni fumogeni, e altre forme, è stabilita una tariffa per ogni giorno o frazione, indipendentemente dai soggetti pubblicizzati e dalle dimensioni e quantità del materiale distribuito o esposto.

e) Pallone frenato. Per la pubblicità in questione effettuata con palloni frenati e simili è stabilita una tariffa per ogni giorno o frazione.

f) Veicolo in genere - Veicolo adibito a trasporto di linea - Veicolo adibito al servizio taxi - Bus navetta - Veicoli di cortesia - Veicoli di proprietà o nella disponibilità dell'Amministrazione Comunale destinati al trasporto di persone svantaggiate.

Per la categoria "Veicolo in genere" la pubblicità deve essere installata all'esterno degli stessi, anche per quelli destinati alla pubblicità itinerante, ed è stabilita una tariffa per ciascun periodo dal 1° gennaio al 31 dicembre o frazione tenendo conto dei seguenti scaglioni: fino ad 1 mq, oltre 1 mq e fino a 5,5 mq, oltre 5,5 mq e fino ad 8,5 mq, oltre 8,5 mq.

Per le categorie "Veicolo adibito a trasporto di linea" e "Veicolo adibito a servizio taxi" e "Bus- navetta" è istituita una tariffa al mq. Per dette categorie è ammessa la pubblicità per singole campagne pubblicitarie di durata fino a 30 giorni minimi, in tal caso si applica una tariffa pari ad 1/10 di quella annua. Per detti veicoli il Canone è dovuto nei casi in cui la licenza di esercizio sia rilasciata dal Comune di Firenze e/o dalla Regione Toscana e riguardi la circolazione sul territorio comunale fiorentino. Per i veicoli adibiti a servizio di linea interurbana il Canone è ridotto del 50% quando il territorio comunale di Firenze costituisca inizio o fine della corsa.

g) Locandine. Per la pubblicità in questione effettuata mediante affissione - autorizzata dal Servizio competente della Direzione competente in materia di Risorse Finanziarie - di locandine, cartoncini, manifesti e simili, è stabilita una tariffa per ogni metro quadrato o frazione per ogni periodo di esposizione di 30 giorni o frazione.

Tale forma pubblicitaria è autorizzata mediante apposizione del timbro dell'ufficio recante la data di scadenza, previa dichiarazione da compilare da parte del richiedente su apposito stampato fornito dal competente ufficio. Quando l'affissione diretta ha carattere ricorrente e comporta aggiornamenti con più edizioni nel corso dei 30 giorni di validità, l'interessato dovrà presentare anticipatamente apposita dichiarazione con allegato l'elenco dettagliato dei locali all'interno dei quali detti mezzi pubblicitari saranno collocati. In questa ipotesi si prescinde dalla timbratura sopraindicata a condizione che l'utente esponga le locandine esclusivamente nelle posizioni ricomprese nell'elenco allegato alla dichiarazione e consegna copia della locandina medesima al Servizio Entrate della competente Direzione Comunale ad ogni aggiornamento. Le locandine di superficie inferiore a 300 cmq sono esenti dal Canone e non necessitano né di dichiarazione né di timbro di autorizzazione. Le locandine sono però soggette al Canone nell'eventualità siano apposte secondo le modalità e termini di cui al c.7 dell'art. 40 del presente Regolamento.

h) Volantinaggio - Persona circolante. Per la pubblicità in questione effettuata mediante la distribuzione di volantini o di altro materiale pubblicitario ovvero mediante persone circolanti con cartelli od altri mezzi pubblicitari, è stabilita una tariffa per persona e per giorno indipendentemente dal quantitativo e dalle dimensioni del materiale distribuito o esposto.

i) Proiezione. Per la pubblicità in questione realizzata in luoghi pubblici od aperti al pubblico attraverso diapositive, proiezioni luminose o cinematografiche effettuate su schermi o pareti riflettenti, indipendentemente dal numero dei messaggi e della superficie adibita alla proiezione, è stabilita una tariffa per ogni giorno o frazione.

l) Insegna d'esercizio - Targa - Vetrofania. Per i suddetti mezzi pubblicitari è stabilita una tariffa al mq. in ragione della luminosità o meno, della categoria relativa a ciascuna area di circolazione e della superficie tenendo conto dei seguenti scaglioni: fino ad 1 mq, oltre 1 mq e fino a 5,5 mq, oltre 5,5 mq e fino ad 8,5 mq, oltre 8,5 mq. La tariffa varia in ragione della durata del mezzo pubblicitario - come stabilito dall'atto autorizzatorio/SCIA - differenziandosi in pubblicità permanente o temporanea. Si considera temporanea la pubblicità esposta per un periodo non superiore a 365 giorni. La tariffa per la pubblicità temporanea si applica per ogni metro quadrato e per ogni periodo espresso in giorni, rispettivamente, fino a 30, oltre 30 e



fino a 60, oltre 60 e fino a 90, oltre 90 e fino a 365. Si considera permanente la pubblicità autorizzata per un periodo superiore a 365 giorni.

m) Pubblicità su veicoli di proprietà dell'Impresa. Per la pubblicità effettuata per conto proprio su veicoli di proprietà dell'impresa o adibiti ai trasporti per suo conto, sono stabilite tariffe per ciascun periodo dal 1° gennaio al 31 dicembre o frazione differenziate secondo le seguenti tipologie:

- autoveicoli con portata superiore a 3.000 kg;
- autoveicoli con portata inferiore a 3.000 kg;
- motoveicoli e veicoli non compresi nelle due categorie precedenti;
- per i veicoli circolanti con rimorchio le tariffe di cui ai punti precedenti sono raddoppiate.

Il Canone è dovuto quando sul territorio del Comune vi sia la sede dell'impresa o qualsiasi altra sua dipendenza, ovvero, vi siano domiciliati i suoi agenti o mandatari che hanno in dotazione i veicoli.

2. Le disposizioni previste nella lett. a) del comma precedente si applicano anche alla pubblicità che non rientra tra le tipologie espressamente indicate nel comma 1.

#### **ART. 40 APPLICAZIONE DEL CANONE**

1. Il canone è commisurato, in rapporto alla tariffa, alla superficie della minima figura piana geometrica in cui è circoscritto il mezzo pubblicitario indipendentemente dal numero dei messaggi in esso contenuti, anche nel caso di impianti con messaggi variabili.

2. Le superfici inferiori ad un metro quadrato si arrotondano per eccesso al metro quadrato, e le frazioni di esso, oltre il primo, a mezzo metro quadrato.

3. In caso di più installazioni, anche aventi la medesima natura, il canone si applica avendo riguardo ad ogni singola installazione.

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

5. Per i mezzi bifacciali a facciate contrapposte, che non comportano sommatoria di efficacia pubblicitaria, non si applica il disposto del comma precedente quando la somma delle due facciate comporta il passaggio ad una classe di superficie più elevata. Ai fini del calcolo di superfici esenti o non assoggettabili al canone si fa comunque riferimento alla superficie complessiva del mezzo.

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

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

8. Non è assoggettabile al canone l'installazione di mezzi pubblicitari di superficie inferiore a 300 centimetri quadrati.

9. Per le tipologie pubblicitarie di cui al comma 1 lettere "c", "d", "e", "h", "i", "m" dell'articolo precedente in luogo del criterio della superficie si applicano i criteri rispettivamente previsti per ciascuna tipologia.

10. Per ragioni di economicità non si procederà:

- a) ad attivare procedure di recupero per importi pari od inferiori ad euro 15,00;
- b) a richiedere il canone per importi pari od inferiore ad euro 3,00.

#### **ART. 41 ESCLUSIONI**

1. È esclusa dal canone:

- a. la pubblicità editoriale, quella radiotelevisiva, e quella effettuata con altri mezzi telematici, purché non effettuata con mezzi collocati all'esterno con modalità che possano incidere sull'arredo urbano o sull'ambiente;
- b. la pubblicità effettuata su veicoli ferroviari.

#### **ART. 42 ESENZIONI**

1. Sono esenti dal canone:

- a. i mezzi pubblicitari realizzati per il conseguimento di propri fini istituzionali e relativi ad iniziative organizzate direttamente ed esclusivamente dal Comune di Firenze, dallo Stato, dalla Regione Toscana, dalla Città Metropolitana di Firenze, nonché per quelle effettuate da enti religiosi ammessi dallo Stato per l'esercizio del culto, a condizione che non compaiano sul mezzo pubblicitario riferimenti a soggetti diversi da quelli istituzionali sopraindicati per i quali è prevista l'esenzione.

La presenza di eventuali sponsor o altre diciture o logotipi a carattere commerciale, all'interno del mezzo pubblicitario, mantiene l'esenzione a condizione che la superficie utilizzata a tale scopo sia inferiore al 10% del totale con un limite massimo di 1 mq, ovvero inferiore al 20% del totale per i soli impianti di segnalazione di sponsorizzazione delle aree verdi pubbliche. La Direzione competente in materia di



Risorse Finanziarie concederà l'esenzione per quanto riguarda: lo Stato, la Regione Toscana e Città Metropolitana di Firenze previa formale richiesta da parte degli Enti in questione, da presentare almeno tre giorni

prima del rilascio dell'autorizzazione, ove si attesti altresì la sussistenza dei presupposti alla esenzione;

b. i mezzi pubblicitari comunque realizzati all'interno dei locali adibiti alla vendita di beni o alla prestazione di servizi quando si riferiscono all'attività negli stessi esercitata;

c. i mezzi pubblicitari, ad eccezione delle insegne, esposti nelle vetrine e sulle porte di ingresso dei locali di cui al punto b), purché siano attinenti all'attività in essi esercitata e non superino, nel loro insieme, la superficie complessiva di mezzo metro quadrato per ciascuna vetrina o ingresso;

d. gli avvisi al pubblico esposti nelle vetrine o sulle porte di ingresso dei locali, o in mancanza di queste, nelle immediate adiacenze del punto vendita, relative all'attività svolta che non superino, nel loro insieme, la superficie complessiva di mezzo metro quadrato;

e. gli avvisi al pubblico riguardanti la localizzazione e l'utilizzazione dei servizi di pubblica utilità, di superficie complessivamente non superiore a mezzo metro quadrato;

f. gli avvisi al pubblico, riguardanti la locazione o la compravendita degli immobili sui quali sono affissi, di superficie non superiore a un quarto di metro quadrato;

g. i mezzi pubblicitari comunque realizzati all'interno, sulle facciate esterne o sulle recinzioni dei locali di pubblico spettacolo qualora si riferiscano alle rappresentazioni in programmazione nel locale medesimo;

h. i manufatti adibiti a pubblicità posti all'interno degli impianti sportivi con messaggio rivolto esclusivamente verso l'interno e non visibile dalla pubblica via;

i. i mezzi pubblicitari, escluse le insegne, relativi ai giornali ed alle pubblicazioni periodiche, se esposti sulle sole facciate esterne delle edicole o nelle vetrine o sulle porte di ingresso dei negozi ove si effettua la vendita;

j. i mezzi pubblicitari esposti all'interno delle stazioni dei servizi di trasporto pubblico di ogni genere inerenti l'attività esercitata dall'impresa di trasporto, nonché le tabelle esposte all'esterno delle stazioni stesse o lungo l'itinerario di viaggio, per la parte in cui contengono informazioni relative alle modalità di effettuazione del servizio;

k. le insegne, le targhe e simili apposte per l'individuazione delle sedi di comitati, associazioni, fondazioni, onlus, ed ogni altro ente che non persegua scopo di lucro, limitatamente ad un mezzo pubblicitario per ogni sede. Quando i mezzi sono più di uno l'esenzione è concessa per quello che comporta il pagamento del canone più basso;

l. le insegne, le targhe e simili la cui esposizione sia obbligatoria per disposizioni di legge o di regolamento, sempre che la superficie del mezzo usato, qualora non espressamente stabilita, non superi il mezzo metro quadrato di superficie;

m. l'indicazione del marchio, della ragione sociale e dell'indirizzo e del numero telefonico dell'impresa sui veicoli di sua proprietà o adibiti ai trasporti per suo conto, purché sia apposta non più di due volte e ciascuna iscrizione non sia superiore a mezzo metro quadrato;

n. l'indicazione della ragione sociale e del marchio sui veicoli adibiti al trasporto pubblico di linea.

o. la pubblicità inerente la donazione del sangue.

p. la pubblicità effettuata da Associazioni o società sportive dilettantistiche senza fine di lucro, all'interno degli impianti dalle stesse utilizzati per manifestazioni sportive dilettantistiche con capienza inferiore ai 3.000 posti. L'esenzione compete esclusivamente per le forme pubblicitarie interne che non siano percepibili esternamente. La Direzione competente in materia di Risorse Finanziarie concederà il beneficio in questione previa formale richiesta da parte delle Associazioni o Società interessate, da presentare almeno tre giorni prima del rilascio dell'autorizzazione, ove si attesti altresì la sussistenza dei requisiti soggettivi ed oggettivi per l'ottenimento della esenzione.

q. le iniziative pubblicitarie di cui sia prevista, in sede di convenzione tra il Comune di Firenze ed altri soggetti, la sostituzione del presente Canone con vantaggi di altra natura per l'Ente.

#### **ART. 43 RIDUZIONI**

1. Le riduzioni del canone, a qualunque titolo previste, non sono cumulabili e si applicano alla tariffa finale di ciascuna tipologia pubblicitaria.

2. Qualora più di una delle riduzioni previste nel presente articolo siano riconducibili alla stessa fattispecie, si applica quella di maggiore entità.

3. La tariffa finale dei mezzi pubblicitari di cui al comma 1 lettere "a", "b", "l" del presente Regolamento è ridotta del 33 % (*modifica in vigore dal 01/01/2015*) per i mezzi pubblicitari installati su beni di proprietà di soggetti diversi dal Comune di Firenze ovvero da questi affidati in concessione esclusiva a terzi. Per le tipologie di cui al comma 2, art. 39, del presente Regolamento, si fa riferimento alla titolarità dell'immobile



oggetto di intervento; per le tipologie pubblicitarie poste su recinzioni di cantiere si fa riferimento alla proprietà dell'opera in corso di realizzazione.

4. La tariffa finale è ridotta del 50% per la pubblicità effettuata da comitati, associazioni, fondazioni, onlus, ed ogni altro ente che non abbia scopo di lucro. Tale beneficio è concesso esclusivamente per manifestazioni o iniziative aperte al pubblico e con accesso del tutto gratuito.

5. La tariffa finale è ridotta del 50% per la pubblicità relativa a manifestazioni politiche, sindacali e di categoria, culturali, sportive, filantropiche e religiose, da chiunque realizzate, con il patrocinio o la partecipazione del Comune di Firenze.

6. La tariffa finale è ridotta del 50% per la pubblicità relativa a festeggiamenti patriottici, religiosi.

7. La tariffa finale è ridotta del 10% per la pubblicità che non necessita di autorizzazione effettuata in apposite strutture sportive permanenti, quando la relativa comunicazione si riferisce ad una durata di 365 giorni. La comunicazione dovrà essere presentata alla Direzione competente in materia di Risorse Finanziarie prima dell'installazione dei mezzi pubblicitari. Nella stessa comunicazione l'interessato dovrà indicare il numero dei mezzi pubblicitari e le relative dimensioni e caratteristiche. Il canone dovrà essere versato per intero entro la data di installazione dei mezzi pubblicitari stessi.

8. La presenza di eventuali sponsor o altre diciture o logotipi a carattere commerciale, relative alle fattispecie previste nei commi 4, 5 del presente articolo all'interno del mezzo pubblicitario, mantiene la riduzione a condizione che la superficie utilizzata a tale scopo sia inferiore al 10% del totale con un limite massimo di 1 mq.

9. La tariffa finale è ridotta del 50% per le pubblicità di cui al comma 1 lettera "b" dell'art. 39 presente Regolamento (Gigantografie su ponteggi) per i cantieri per la realizzazione di opere pubbliche dell'Amministrazione Comunale quando compaia il solo nome e/o logotipo dello sponsor.

10. Il beneficio di cui ai commi 4,5,6 è concesso dalla Direzione competente in materia di Risorse Finanziarie previa formale richiesta prodotta alla medesima, almeno tre giorni prima del rilascio dell'autorizzazione, da parte degli interessati e nella quale si attesti la sussistenza dei presupposti alla riduzione.

#### **ART. 44 AGEVOLAZIONI**

1. I titolari di esercizi commerciali o artigianali ubicati in piazze, strade, od altre aree di circolazione, nonché in aree mercatali anche coperte che insistono su suolo pubblico, precluse al traffico veicolare o pedonale a causa dell'esecuzione di lavori pubblici di durata superiore a sei mesi, possono beneficiare di una agevolazione sul canone annuale dovuto per l'installazione dei mezzi pubblicitari.

2. L'agevolazione consiste in una riduzione pari al 50% dell'importo del canone annuale dovuto per pubblicità permanente.

3. Nell'eventualità che il periodo di interruzione interessi due distinte annualità l'anno da considerare per l'agevolazione sarà quello nel quale l'interruzione avrà temporalmente la durata maggiore.

4. L'agevolazione è applicabile limitatamente ai luoghi ove i lavori sono stati effettivamente eseguiti.

5. I titolari interessati potranno avvalersi dell'agevolazione di cui al presente articolo previa presentazione di apposita domanda alla Direzione competente in materia di Risorse Finanziarie volta ad ottenere il beneficio con una delle seguenti modalità:

a. rimborso, senza interessi, del canone, a condizione che sia già stato interamente versato;

b. riduzione del canone dovuto e non ancora versato, a condizione che il termine di pagamento non sia scaduto ed a condizione che l'annualità per la quale spetta l'agevolazione sia coincidente con quella sulla quale viene operata la riduzione.

6. La produzione della domanda è condizione indispensabile per poter fruire dell'agevolazione.

7. La Direzione competente in materia di Risorse Finanziarie consentirà l'agevolazione previa comunicazione della Direzione tecnica competente relativamente all'esatta indicazione delle strade o aree ove i lavori sono effettuati, natura pubblica degli stessi, loro effettiva o prevedibile durata nell'eventualità che gli stessi non siano ancora terminati.

#### **ART. 45 MODALITÀ E TERMINI DI PAGAMENTO DEL CANONE PER MEZZI PUBBLICITARI DI DURATA SUPERIORE A 365 GIORNI c.d. PERMANENTI**

1. Le installazioni dei mezzi pubblicitari con durata superiore a 365 giorni, sono assoggettate al canone e costituiscono una obbligazione autonoma riferita ad ogni periodo dal 1° gennaio al 31 dicembre.

2. Per l'anno iniziale si applicano le disposizioni del comma 3 dell'art. 46 del presente Regolamento.

3. Il pagamento del canone relativo alla prima annualità deve essere eseguito in unica soluzione.

4. In caso di sostituzione di mezzi pubblicitari preesistenti si procederà al conguaglio fra il canone dovuto in seguito alla nuova autorizzazione e quello già corrisposto per lo stesso periodo.



5. Per le annualità successive a quella del rilascio dell'autorizzazione il pagamento del canone deve essere effettuato entro il 31 maggio di ciascun anno. Qualora, in corso di validità dell'autorizzazione, l'intestatario intenda rinunciare alla stessa, deve presentare comunicazione di cessazione al SUAP entro il 31 gennaio di ciascun anno di riferimento.
6. Le autorizzazioni/SCIA per mezzi pubblicitari già installati rilasciate a seguito di successione ereditaria o modifica della ragione sociale della stessa ditta intestataria, non danno luogo a nuovo assoggettamento a canone.
7. Non si dà luogo a rimborso per le installazioni di mezzi pubblicitari non utilizzati totalmente o parzialmente, anche nel caso di revoca dell'autorizzazione da parte del comune.
8. Si dà luogo al rimborso del canone eventualmente versato solo nel caso in cui il titolare dell'atto di autorizzazione/SCIA, prima di procedere all'installazione dei mezzi pubblicitari, rinunci all'autorizzazione con apposita motivata comunicazione scritta diretta all'ufficio comunale che a suo tempo ha rilasciato il provvedimento.
9. Il pagamento del canone deve essere effettuato mediante versamento sull'apposito conto corrente postale intestato al Comune. L'importo dovuto è arrotondato per difetto o per eccesso ai cinquanta centesimi o all'unità di euro più vicina. In alternativa è ammesso il versamento diretto alla Tesoreria Comunale o tramite bonifico bancario. I pagamenti effettuati con mezzi elettronici sono ritenuti validi purché effettuati presso sportelli abilitati a riceverli.
10. Il modulo di versamento dovrà contenere cognome e nome o denominazione residenza o sede e codice fiscale del titolare dell'autorizzazione, il codice impianto riportato nell'atto autorizzatorio, cui si riferisce il pagamento. In caso di versamenti cumulativi riferiti allo stesso titolare, l'attestazione di pagamento dovrà essere accompagnata da apposita distinta riepilogativa di ciascuno dei codici degli impianti e dell'indicazione dell'ammontare di ciascun versamento relativo.
11. Il canone deve essere corrisposto in unica soluzione. Qualora l'importo del canone sia superiore a euro 2500,00, il pagamento può essere effettuato, per gli anni successivi alla prima annualità, in tre rate di pari importo, senza applicazione di interessi, entro le scadenze del 31 maggio, 31 luglio e 31 ottobre dell'anno di riferimento.
12. Nel caso in cui la scadenza del termine di pagamento coincida con un giorno festivo, il pagamento medesimo può essere validamente effettuato entro il primo giorno feriale successivo.
13. Per i soli mezzi pubblicitari oggetto di "Segnalazione Certificata di Inizio Attività" (c.d. S. C. I. A.), di cui all'art. 19 della legge n. 241/1990, il canone dovuto verrà richiesto tramite posta elettronica certificata, o in subordine a mezzo di raccomandata A.R., direttamente dalla competente Direzione competente in materia di Risorse Finanziarie all'interessato il quale dovrà effettuare, in ogni caso in unica soluzione, il relativo versamento entro e non oltre 30 giorni dal ricevimento della richiesta. In caso di omesso, parziale o tardivo pagamento si applicano le penalità previste dal successivo art. 47.

#### **ART. 46 MODALITÀ E TERMINI DI PAGAMENTO PER MEZZI PUBBLICITARI DI DURATA NON SUPERIORE A 365 GIORNI c.d. TEMPORANEI**

1. Per le installazioni autorizzate per un periodo non superiore a 365 giorni, il pagamento del canone deve essere effettuato in unica soluzione, con le modalità previste dal precedente articolo, commi 6, 7, 8, 9 e 10.
2. Non è ammesso il pagamento in forma rateale.
3. Le tariffe delle tipologie di cui al comma 1 lettere "a", "l" dell'art. 39 del presente Regolamento per mezzi pubblicitari autorizzati per una durata temporanea sono calcolate, ad eccezione di quanto disposto ai commi successivi del presente articolo, secondo i seguenti parametri:
  - a. durata fino a 30 giorni: tariffa pari a 1/10 di quella annua;
  - b. durata fra 31 e 60 giorni: tariffa pari a 2/10 di quella annua;
  - c. durata fra 61 e 90 giorni: tariffa pari a 3/10 di quella annua;
  - d. durata oltre 90 giorni: tariffa annua.
4. La tipologia "b" dell'art. 39 comma 1, in deroga a quanto stabilito dal comma 1 dell'art. 45, è da considerare comunque temporanea e quindi, anche quando l'autorizzazione è rilasciata per una durata superiore a 90 giorni, il pagamento va effettuato in unica soluzione per periodi di 90 giorni o multipli di 90, salvo il residuo periodo finale.
5. Le tipologie "cartello" e "Impianto di affissione diretta" di cui alla lettera "a" dell'art. 39 comma 1, quando sono collocate sulle recinzioni dei grandi cantieri, sono da considerare comunque temporanee, in deroga a quanto stabilito dal comma 1 dell'art. 45 del presente Regolamento.
6. Conseguentemente, quando l'autorizzazione è rilasciata per una durata superiore a 90 giorni, il pagamento del canone va effettuato in unica soluzione per periodi di 90 giorni o multipli di 90, salvo il residuo periodo finale.



7. Per la pubblicità autorizzata nel contesto ed in contemporanea con lo svolgimento di manifestazioni sportive dilettantistiche di durata non superiore a 3 giorni consecutivi, in deroga a quanto disposto dalla lettera a) del comma 3 del presente articolo nonché dal comma 1 lettera "a", "c" dell'articolo 39 del presente Regolamento sono stabilite le seguenti misure tariffarie:

- a. per le tipologie di cui al comma 1 lettera "a" dell'art. 39 del presente Regolamento si applica la frazione di 1/100 della rispettiva tariffa annua;
- b. per la tipologia di cui alla lettera "n" dell'art. 39 comma 1 del presente Regolamento si applica la frazione di 1/5 della rispettiva tariffa quindicinale.

8. Per i soli mezzi pubblicitari oggetto di "Segnalazione Certificata di Inizio Attività" (c.d. S. C. I. A.), di cui all'art. 19 della legge n. 241/1990, il canone dovuto verrà richiesto tramite posta elettronica certificata, o in subordine a mezzo di raccomandata A.R. direttamente dalla competente Direzione che si occupa di Risorse Finanziarie all'interessato il quale dovrà effettuare, in ogni caso in unica soluzione, il relativo versamento entro e non oltre 30 giorni dal ricevimento della richiesta. In caso di omesso, parziale o tardivo pagamento si applicano le penalità previste dal successivo art. 47.

## **TITOLO VI PENALITÀ E SANZIONI**

### **ART. 47 PENALITÀ PER OMESSO O PARZIALE E TARDIVO PAGAMENTO DEL CANONE**

1. Fermo quanto stabilito nell'art. 50, per omesso o parziale versamento del canone si applica una penalità pari al 30% del canone dovuto o del maggiore canone in caso di versamento parziale, mentre per il tardivo versamento si applica una penalità pari al 20%.

2. Le penalità per omesso o parziale ovvero per tardivo versamento vengono applicate nelle misure percentuali vigenti al momento della contestazione dell'atto, qualora più favorevoli all'interessato.

3. Sull'ammontare del canone dovuto e non pagato alle regolari scadenze saranno applicati gli interessi legali da computarsi a giorno.

### **ART. 48 PUBBLICITÀ ABUSIVA E DIFFORME - DEFINIZIONI**

1. E' considerata abusiva l'installazione di impianti e altri mezzi pubblicitari comprese le insegne, poste in opera e/o effettuate senza titolo autorizzatorio/SCIA.

2. Sono altresì considerate abusive tutte le forme di pubblicità effettuate tramite la sosta di veicoli ed altri mezzi attrezzati con impianti pubblicitari, come indicati art.30 comma 3 del presente Regolamento.

3. Sono considerate difforme 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.

### **ART. 49 INDENNIZZO E SANZIONI PER LA PUBBLICITÀ ABUSIVA E DIFFORME**

1. In presenza di installazioni o di diffusione di messaggi pubblicitari effettuati senza la prescritta autorizzazione o considerati comunque abusivi ai sensi del precedente articolo 48 a carico dei trasgressori si applica un indennizzo ed una sanzione amministrativa pecuniaria.

2. L'indennizzo è pari al canone che si sarebbe pagato se l'installazione fosse stata autorizzata, la sanzione amministrativa pecuniaria è pari al 200% del canone.

3. Per le diffomità di cui al precedente art. 48, terzo comma, si applicano un indennizzo pari al canone che si sarebbe pagato se l'installazione fosse stata conforme all'autorizzazione, nonché una sanzione amministrativa pecuniaria pari al 100% del canone dovuto per l'installazione conforme.

4. La sanzione amministrativa irrogata è ridotta ad 1/3 nel caso in cui il responsabile della violazione provveda al pagamento entro 60 giorni dalla notifica della diffida ad adempiere/ingiunzione di pagamento.

5. Resta ferma l'applicazione delle sanzioni di cui all'art. 23 del D.Lgs. n. 285/1992 ss. mm. ii. ovvero, se non comminabili, di quelle previste dall'art. 24, comma 2, del D.Lgs. n. 507/1993 ss. mm.ii.

6. In casi di reiterata esposizione di pubblicità abusiva ai sensi del presente Regolamento, per più di tre volte nell'arco dell'anno solare, l'Amministrazione, nel rispetto del procedimento e della disciplina dettata dalla L.241/90 e ss.mm.ii, esprimerà al trasgressore diniego al rilascio di autorizzazioni ad installazioni pubblicitarie per un periodo di 12 mesi.

### **ART. 50 ALTRE MISURE**

1. Indipendentemente da quanto stabilito dai precedenti artt. 48 e 49 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 dei commi 1 e 2 dell'art. 48;



- b. forme di pubblicità poste in opera e/o effettuate in difformità dalla prescritta autorizzazione/SCIA ai sensi del comma 3 del medesimo art. 48;
- c. quando non sia stato effettuato il pagamento del relativo canone entro il 31 dicembre dell'anno di riferimento.
2. In caso di mancanza di autorizzazione/SCIA, 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 all'autorizzazione/SCIA 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. Nel caso in cui l'installazione dei cartelli, delle insegne di esercizio o di altri mezzi pubblicitari sia realizzata su suolo demaniale ovvero rientrante nel patrimonio degli Enti proprietari delle strade, o nel caso in cui la loro ubicazione lungo le strade e le fasce di pertinenza costituisca pericolo per la circolazione, in quanto in contrasto con le disposizioni contenute nel regolamento, l'Ente proprietario esegue senza indugio la rimozione del mezzo pubblicitario. Successivamente alla stessa l'Ente proprietario trasmette la nota delle spese sostenute al Prefetto, che emette ordinanza-ingiunzione di pagamento. Tale ordinanza costituisce titolo esecutivo ai sensi di legge.
8. 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.
9. L'impianto pubblicitario rimosso in deposito può essere riconsegnato solo previo pagamento dell'intero debito.
10. Trascorso il termine di 180 (centottanta) giorni dalla rimozione senza che vi sia richiesta di restituzione e pagamento dell'intero debito, il Comune procede alla distruzione dell'impianto.
11. Le spese per la distruzione sono a totale ed esclusivo carico dei responsabili.
12. Nei casi di pubblicità abusivamente effettuata mediante distribuzione di manifestini o altro materiale pubblicitario ovvero mediante persone circolanti con cartelli e altri mezzi pubblicitari, si applica la sanzione pecuniaria di cui all'art. 24 D.lgs. 507/93 e ss.mm.ii.

#### **ART. 51 DECORRENZA DELLA PUBBLICITÀ ABUSIVA**

1. In caso di accertata installazione pubblicitaria senza titolo, senza che sia stata verificata la data di inizio della relativa installazione, essa si presume in essere dal primo gennaio dell'anno in cui sia stata accertata la violazione, per le tipologie previste al comma 1 lettere "a", "f", "l", "m" dell'art.39 del Regolamento.
2. Si presume effettuata in ogni caso con decorrenza dal primo giorno del mese in cui è stata accertata, per le tipologie previste al comma 1 lettere "b", "c", "d", "g", "h", "i" del medesimo art. 39.
3. Quanto previsto dai precedenti commi del presente articolo vale ai fini dell'applicazione dell'indennizzo di cui all'art. 49, fermo restando che il pagamento dello stesso e della sanzione non può essere invocato od inteso in alcun caso quale sanatoria parziale o totale dell'abuso ovvero dell'illecito commesso, non correggendo lo stesso le irregolarità dell'installazione.



## **ART. 52 DEFINIZIONE AGEVOLATA DELLE PENALITÀ ("RAVVEDIMENTO OPEROSO")**

1. La penalità per omesso o parziale o tardivo versamento del Canone può essere ridotta, sempre che non sia già stata contestata e comunque non siano iniziati accessi, ispezioni, verifiche o altre attività amministrative di accertamento da parte degli agenti preposti al controllo o da parte della Direzione competente in materia di Risorse Finanziarie e delle quali il soggetto tenuto al pagamento abbia avuto formale conoscenza.

a. al 4% (comprensivo di interessi) nei casi di omesso, parziale, tardivo versamento del Canone o di una parte di esso, se il versamento viene eseguito entro 30 giorni dalla data di scadenza prevista;

b. all'8% (comprensivo di interessi) nei casi di omesso, parziale, tardivo versamento del Canone o di una parte di esso, se il versamento viene eseguito oltre 30 giorni, e comunque non oltre un anno, dalla data di scadenza.

2. La definizione agevolata della penalità può essere effettuata anche successivamente al versamento del canone.

Se il canone viene versato entro 30 giorni dalla scadenza ma la penalità ridotta viene corrisposta entro i termini di cui alla lettera b del primo comma del presente articolo, la percentuale da applicare sarà pari all'8%.

## **ART. 53 DIFFIDA AD ADEMPIERE/INGIUNZIONE DI PAGAMENTO ED ATTIVITÀ DI CONTROLLO E ACCERTAMENTO**

1. La Direzione competente in materia di Risorse Finanziarie effettua le opportune verifiche sui versamenti e nel caso di omesso, tardivo o parziale pagamento del canone, notifica al titolare del provvedimento oppure trasmette a mezzo di raccomandata con ricevuta di ritorno, apposita diffida ad adempiere, assegnando il termine di 60 giorni per provvedere al versamento di quanto dovuto a titolo di canone, penalità ed interessi.

2. La stessa procedura di cui al comma 1, viene seguita dalla Direzione competente in materia di Risorse Finanziarie per comminare l'indennizzo e le sanzioni amministrative stabiliti all'art. 49, commi da 1 a 4 per quanto riguarda le installazioni abusive o difformi di mezzi pubblicitari.

3. Ai sensi dell'art. 2948, comma 1, n. 4) del Codice Civile il termine di prescrizione per gli adempimenti di cui ai commi 1 e 2 è fissato in cinque anni.

4. Per le installazioni abusive o difformi, il verbale di contestazione redatto dal pubblico ufficiale di cui all'art. 12 del D.Lgs. 285/92 e ss.mm.ii. e/o le segnalazioni comunque pervenute all'ufficio costituiscono titolo per i provvedimenti di cui al comma 2.

## **ART. 54 RIMBORSI**

1. Il titolare dell'atto di autorizzazione può richiedere, con apposita istanza alla competente Direzione competente in materia di Risorse Finanziarie il rimborso delle somme o delle maggiori somme versate e non dovute, oltre a quanto previsto dall'art. 44 ultimo comma, del presente Regolamento, entro il termine perentorio di cinque anni decorrenti dalla data di pagamento.

2. L'istanza di cui al comma 1 dovrà contenere, oltre alle generalità complete del titolare del provvedimento ed agli estremi del provvedimento medesimo, le motivazioni della richiesta.

L'istanza dovrà essere corredata della/e ricevuta/e di pagamento, in fotocopia, relativa/e a quanto richiesto a rimborso.

3. La Direzione competente in materia di Risorse Finanziarie provvederà al rimborso di cui al comma 1, o all'emissione dell'atto di diniego appositamente motivato, entro il termine previsto dal "Regolamento in materia di termine e responsabilità del procedimento amministrativo". Sulle somme rimborsate spettano gli interessi legali, da computarsi a giorno, a decorrere dalla data della domanda, (art. 2033 C.C.). Non spettano gli interessi legali nei casi di rimborso dovuto a rinuncia dell'autorizzazione effettuata prima dell'inizio dell'installazione stessa.

4. Qualora la Direzione competente in materia di Risorse Finanziarie vanti per il canone per l'installazione di impianti pubblicitari, un credito nei confronti del richiedente il rimborso, anche se lo stesso figura in qualità di obbligato in solido, il versamento indebito sarà d'ufficio posto a copertura del debito e delle eventuali penalità ed interessi. Si procederà quindi al rimborso della sola parte eventualmente residua a credito. Di tale procedura compensativa verrà data formale comunicazione all'interessato ed agli eventuali coobbligati in solido.

5. Non si procederà al rimborso di somme pari od inferiori ad euro 15,00 (quindici).

## **TITOLO VII - NORME FINALI**

### **ART. 55 DISCIPLINA TRANSITORIA E MISURE DI SALVAGUARDIA**



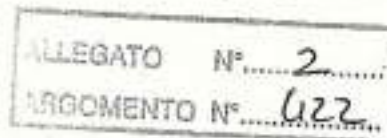
1. Ancorché non rispondano alle disposizioni del presente Regolamento sono fatti salvi fino alla scadenza del titolo autorizzatorio/SCIA tutti gli impianti e altri mezzi pubblicitari installati in completa conformità alla stessa.
2. Le disposizioni del precedente comma si applicano anche agli impianti e altri mezzi pubblicitari assentiti da sentenza passata in giudicato, o da contenziosi incardinati per i quali siano intercorse comunicazioni inerenti alle risoluzioni in via bonaria e transattiva.
3. Sono fatti salvi altresì i titoli di tutti gli impianti e altri mezzi pubblicitari in costanza di autorizzazione da più cinquanta anni ancorché difformi dalle norme contenute nel presente Regolamento, purché in perfetto stato di manutenzione ed in regola con il pagamento del canone.
4. Esclusivamente fino alla naturale scadenza dell'autorizzazione/concessione sono fatti salvi tutti i cartelli stradali (ex tipologia D1) regolarmente autorizzati su suolo pubblico ai sensi della previgente disciplina regolamentare, posti ai bordi delle strade con la funzione di segnalare un percorso di avvicinamento ad un'azienda o la sua sede nell'ambito del territorio comunale o di un comune vicino con formato orizzontale di dimensione ml. 2 x 1,50 con unico supporto di sostegno e privi di illuminazione, monofacciali o bifacciali.
4. Alla scadenza del titolo, gli impianti ed i mezzi pubblicitari devono essere rimossi ripristinando lo stato dei luoghi a cura e spese del titolare dell'autorizzazione.
5. L'installazione di impianti su suolo pubblico può altresì essere autorizzata a seguito di contratti o impegni già assunti-dell'Amministrazione alla data di entrata in vigore del presente regolamento.
6. Le istanze presentate entro il 5 marzo 2019 saranno esaminate secondo la disciplina previgente.



Emendamento n.

Comune di Firenze

Direzione del Consiglio Comunale



Ricevuto da Assessore Cecilia Del Re

Il ..... Alle ore .....

### PROPOSTA DI EMENDAMENTO ALLA DELIBERA n° 125/2019

- **Al settimo capoverso della Delibera dopo le parole "per la Città Metropolitana di Firenze e le province di Pistoia e Prato"**

**Aggiungere:** "e quindi poi dalla successiva mail del 3 marzo 2019 indirizzata all'assessorato di competenza"

#### Testo emendato

Tenuto conto della nota del 17 gennaio 2019 prot. 1203 della Soprintendenza Archeologia, Belle Arti e Paesaggio per la Città Metropolitana di Firenze e le province di Pistoia e Prato e quindi poi della successiva mail del 3 Marzo 2019 indirizzata all'assessorato di competenza in cui vengono espresse precise indicazioni relative alle esposizioni di pubblicità sulle gigantografie artistiche installate sui ponteggi, al fine di tutela del patrimonio culturale della città chiedendo che il nuovo testo regolamentare vada a disciplinare in maniera più restrittiva l'impatto visivo delle pubblicità nelle aree del Centro Storico UNESCO;

- **Al nono capoverso della Delibera dopo le parole "Nuove Sfide per il Centro Storico di Firenze"**

**Aggiungere:** "tenuto anche conto della ininterrotta presenza di impianti pubblicitari che negli ultimi 5 anni sono stati presenti in queste Piazze";

#### Testo emendato

Tenuto conto che nella definizione e individuazione di nuovi progetti da includere nel monitoraggio e nella revisione del Piano di Gestione, è stata fondamentale la Missione Consultiva UNESCO/ICOMOS, tenutasi a Firenze dal 22 al 25 maggio 2017 e che la stessa ha incluso tra le tematiche da analizzare la "Mercificazione del patrimonio storico e culturale (pubblicità e eventi temporanei)" cfr. punto 8 del capitolo 2.6. "Nuove sfide per la gestione del Centro Storico di Firenze" tenuto anche conto della ininterrotta presenza di impianti pubblicitari che negli ultimi 5 anni sono stati presenti in queste Piazze;

- **All'undicesimo capoverso della Delibera dopo le parole "art.10 comma 1 del Codice dei Beni Culturali"**

**Aggiungere:** "per i quali la pubblicità su ponteggio passa da procedura ad evidenza pubblica"

#### Testo emendato

Ritenuto pertanto di stabilire che in P.za Duomo, P.za S. Giovanni e P.za della Signoria (ad esclusione dei cantieri finalizzati al restauro del patrimonio di cui all'art. 10 comma 1 del Codice dei Beni Culturali, per i quali la pubblicità su ponteggio passa da procedura di evidenza



pubblica) non sia consentito installare mezzi pubblicitari sui ponteggi e che nelle ubicazioni di cui sopra non sia consentita la simultanea presenza di esposizioni pubblicitarie;

- **Dopo l'undicesimo capoverso della Delibera che termina con "esposizioni pubblicitarie" aggiungere un capoverso, con il seguente testo:**

Ritenuto che, per quanto riguarda gli edifici privati nelle suddette Piazze (che, a differenza degli edifici di cui all'art. 10, comma 1, possono essere messi a reddito dalla proprietà, e quindi diviene più agevole per questi reperire i relativi fondi per eventuali restauri) - a cui sarà dunque inibita la possibilità di installare impianti pubblicitari su ponteggi - l'amministrazione comunale possa però andare incontro ai relativi proprietari mediante un abbattimento del canone del suolo pubblico dovuto per l'occupazione del cantiere necessario all'eventuale lavoro da realizzare sulle facciate dei medesimi, essendo comunque di interesse della città che il patrimonio presente in queste Piazze sia adeguatamente conservato e mantenuto; appurato, peraltro, che tali edifici negli ultimi 5 anni sono stati interessati costantemente da cantieri sui quali è stata installata la pubblicità, per un totale di 12 impianti pubblicitari (di cui 4 in Piazza San Giovanni, 4 in Piazza Duomo e 3 in Piazza Signoria), come da documentazione agli atti dell'ufficio, e che quindi tale patrimonio versa ad oggi in un buono stato di manutenzione;

- **Art. 17 comma 2 del Regolamento allegato alla Delibera dopo le parole "la gestione del servizio."**

**Aggiungere:**

"Ciascuna pensilina può ospitare più pannelli con superficie pubblicitaria di dimensioni massime cm 120x180 ciascuno."

**Testo emendato**

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. Ciascuna pensilina può ospitare più pannelli con superficie pubblicitaria di dimensioni massime cm 120x180 ciascuno.

- **Art. 18 Comma 1 Lettera A) Regolamento allegato alla Delibera dopo le parole "monofacciali o bifacciali"**

**Eliminare:** "purché costituiti da unico cassonetto con sezione massima di cm 40"

**Testo emendato**

A) CARTELLI PUBBLICITARI. Tali manufatti possono avere dimensioni massime di 12 mq e possono essere monofacciali o bifacciali. Possono essere anche luminosi, illuminati e possono contenere messaggi variabili. Non sono ammessi sui tetti, lastrici solari, etc. Non sono ammessi nella zona 1 e nella zona 4 di cui all'art.4. Nella zona 2 sono ammessi solo presso impianti sportivi ed in pertinenze -con superficie di almeno 3.000 mq- di locali di pubblico spettacolo e di medie e grandi strutture di vendita.

- **Art. 18 Comma 1 Lettera B) Regolamento allegato alla Delibera dopo le parole "B) IMPIANTI PUBBLICITARI SU PARETI CIECHE."**

**Eliminare:** "Tali manufatti"

**Aggiungere:** "Le nuove installazioni" e raccordare al futuro i tempi dei verbi successivi.

**Testo emendato**

"B) IMPIANTI PUBBLICITARI SU PARETI CIECHE. Le nuove installazioni potranno avere dimensioni massime pari al 60% della parete su cui insistono. Potranno essere quadrati o



rettangolari e dovranno essere posizionati centralmente sulla parete lasciando almeno 50 cm dai margini dell'edificio. Non potendo creare pregiudizio a terzi, il richiedente dovrà preventivamente ottenere il consenso del proprietario dell'immobile/condominio su cui il manufatto insiste e di quei soggetti cui il manufatto possa recare concreto pregiudizio ivi compresa la fase di cambio messaggio. Presupposto per il rilascio ed il rinnovo dell'autorizzazione è di impegnarsi a mantenere la facciata oggetto dell'intervento in buono stato di manutenzione.

Gli impianti pubblicitari su pareti cieche non sono ammessi nella zona 1 e nella zona 4 di cui all'art. 4 nonché sugli immobili classificati dal vigente Regolamento Urbanistico come: Emergenze di valore storico architettonico, Emergenze di interesse documentale del moderno, Tessuto storico o storicizzato prevalentemente seriale, edifici singoli o aggregati di interesse documentale, nonché su tutti gli immobili ricadenti in Zona A.

- **Art. 20 Comma 2 Regolamento allegato alla Delibera prima delle parole "Il rinnovo delle autorizzazioni"**

**Aggiungere:** "Ad eccezione degli impianti su parete"

**Testo emendato**

"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."

- **Art. 55 Regolamento allegato alla Delibera**

**Eliminare il comma 6:** "Le istanze presentate entro il 5 marzo 2019 saranno esaminate secondo la disciplina previgente."

**Testo emendato**

1. Ancorché non rispondano alle disposizioni del presente Regolamento sono fatti salvi fino alla scadenza del titolo autorizzatorio/SCIA tutti gli impianti e altri mezzi pubblicitari installati in completa conformità alla stessa.
2. Le disposizioni del precedente comma si applicano anche agli impianti e altri mezzi pubblicitari assentiti da sentenza passata in giudicato, o da contenziosi incardinati per i quali siano intercorse comunicazioni inerenti alle risoluzioni in via bonaria e transattiva.
3. Sono fatti salvi altresì i titoli di tutti gli impianti e altri mezzi pubblicitari in costanza di autorizzazione da più cinquanta anni ancorché difformi dalle norme contenute nel presente Regolamento, purché in perfetto stato di manutenzione ed in regola con il pagamento del canone.
4. Esclusivamente fino alla naturale scadenza dell'autorizzazione/concessione sono fatti salvi tutti i cartelli stradali (ex tipologia D1) regolarmente autorizzati su suolo pubblico ai sensi della previgente disciplina regolamentare, posti ai bordi delle strade con la funzione di segnalare un percorso di avvicinamento ad un'azienda o la sua sede nell'ambito del territorio comunale o di un comune vicino con formato orizzontale di dimensione ml. 2 x 1,50 con unico supporto di sostegno e privi di illuminazione, monofacciali o bifacciali.
4. Alla scadenza del titolo, gli impianti ed i mezzi pubblicitari devono essere rimossi ripristinando lo stato dei luoghi a cura e spese del titolare dell'autorizzazione.
5. L'installazione di impianti su suolo pubblico può altresì essere autorizzata a seguito di contratti o impegni già assunti dell'Amministrazione alla data di entrata in vigore del presente regolamento.



Assessore Cecilia Del Re

*Cecilia Del Re*

PARERE DI REGOLARITÀ TECNICA E FORMALE

Ex art. 49 del d.lgs. 267/2000

*Alberto Ferrero*

data 1/4/2018

*Marco de Siano*





ALLEGATO N° 3  
ARGOMENTO N° 422

ESTRATTO DAL VERBALE DEL CONSIGLIO COMUNALE DEL 01/04/2019

DELIBERAZIONE N. 2019/C/00027 (PROPOSTA N. 2019/00125)

ARGOMENTO N.422

**Oggetto:** Regolamento sulla Pubblicità

L'adunanza del Consiglio ha luogo nell'anno duemiladiciannove il giorno uno del mese di aprile alle ore 14.40 nella Sala de' Dugento in Palazzo Vecchio, convocata dal Presidente del Consiglio con l'osservanza di tutte le formalità prescritte dalla normativa vigente, in I convocazione, in seduta pubblica ordinaria.

Presiede Il Presidente del Consiglio Comunale Andrea CECCARELLI

Assiste Il Vice Segretario Generale Vicario Patrizia DE ROSA

Fungono da scrutatori i signori Luca Milani, Alessio Rossi, Mario Tenerani

Al momento della votazione risultano presenti i consiglieri:

Andrea CECCARELLI	Maria Federica GIULIANI
Benedetta ALBANESE	Cosimo GUCCIONE
Adriana ALBERICI	Domenico Antonio LAURIA
Nicola ARMENTANO	Luca MILANI
Angelo BASSI	Francesca NANNELLI
Bellucci Daniele	Francesca PAOLIERI
Leonardo BIEBER	Serena PERINI
Stefania COLLESEI	Andrea PUGLIESE
Susanna DELLA FELICE	Fabrizio RICCI
Niccolò FALOMI	Alessio ROSSI
Cristina GIANI	Donella VERDI
Fabio GIORGETTI	

risultano altresì assenti i Consiglieri:

Jacopo CELLAI	Mario RAZZANELLI
Marco COLANGELO	Cristina SCALETTI
Angelo D'AMBRISI	Luca TANI
Stefano DI PUCCIO	Mario TENERANI
Tommaso GRASSI	Francesco TORSELLI
Silvia NOFERI	Arianna XEKALOS
Cecilia PEZZA	

risulta altresì assente il Sindaco Dario NARDELLA



## OMISSIS

## IL CONSIGLIO

### Richiamati:

- il Decreto Legislativo n. 507 del 15 novembre 1993 "Revisione ed armonizzazione dell'imposta comunale sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni, della tassa per l'occupazione di spazi ed aree pubbliche dei comuni e delle province nonché della tassa per lo smaltimento dei rifiuti solidi urbani a norma dell'art. 4 della legge 23 ottobre 1992, n. 421, concernente il riordino della finanza territoriale";
- il Decreto Legislativo n. 446 del 15 dicembre 1997 "Istituzione dell'imposta regionale sulle attività produttive, revisione degli scaglioni, delle aliquote e delle detrazioni dell'Irpef e istituzione di una addizionale regionale a tale imposta, nonché riordino della disciplina dei tributi locali";
- Il Decreto Legislativo 30 aprile 1992 n. 285 e successive modifiche e integrazioni e il D.P.R. 16 dicembre 1992, n. 495, noti come "Codice della Strada e relativo regolamento di esecuzione";
- Il Decreto Legislativo 22 gennaio 2004, n. 42, "Codice dei beni culturali e del paesaggio, ai sensi dell'articolo 10 della legge 6 luglio 2002, n. 137";

Visto il Regolamento sulla Pubblicità e sull'Applicazione del Canone degli Impianti Pubblicitari approvato con Deliberazione del Consiglio Comunale n. 55 dell'8/10/2012 come modificato, da ultimo, con Deliberazione del Consiglio Comunale n. 17/2015 e modificato con deliberazione del Consiglio Comunale n. 5/2017;

Visto il Regolamento per l'installazione delle Insegne approvato con Delibera Consiglio Comunale 41/55 del 1998 e successive modifiche in ultimo approvate con Delibera Consiglio Comunale 26 del 23/05/2011;

Ritenuto opportuno operare un riordino complessivo della disciplina mezzi pubblicitari affinché siano regolamentati in modo organico in un unico testo;

Considerato inoltre come si renda necessaria anche una armonizzazione alla disciplina Urbanistico - Edilizia rispetto ai Regolamenti sopra richiamati con riguardo alle limitazioni e prescrizioni relative all'installazione di cartelli pubblicitari e insegne di esercizio;

Ritenuto di definire le tipologie di pubblicità esercitabile mediante presentazione al SUAP di Segnalazione Certificata di Inizio attività (SCIA) in ottemperanza alla disciplina dettata dalla L.241/90;

Dato atto che la materia delle Pubbliche Affissioni è oggetto di specifico Regolamento approvato con Delibera del Consiglio Comunale n° 39 del 06/04/2009;



Ritenuto opportuno mantenere invariato il contingente complessivo di impianti pubblicitari del territorio cittadino e di suddividerlo equamente tra suolo pubblico e suolo privato prevedendo, su quest'ultimo, una semplificazione delle tipologie autorizzabili;

Tenuto conto che nel previgente Regolamento veniva indicato il criterio cronologico –seppur nell'ambito del contingente di mq stabilito dallo stesso- quale unico criterio per il rilascio delle autorizzazioni all'installazione di mezzi pubblicitari senza meglio specificare se tale criterio si applicasse alle sole installazioni su suolo privato o anche a quelle su suolo pubblico e ritenuto pertanto opportuno chiarire che tale criterio possa essere mantenuto per le installazioni pubblicitarie su suolo privato mentre per le installazioni su pubblico debba essere espletata procedura ad evidenza pubblica per individuare il concessionario;

Tenuto conto della nota del 17 gennaio 2019 prot. 1203 della Soprintendenza Archeologia, Belle Arti e Paesaggio per la Città Metropolitana di Firenze e le province di Pistoia e Prato e quindi poi della successiva mail del 3 Marzo 2019 indirizzata all'assessorato di competenza in cui vengono espresse precise indicazioni relative alle esposizioni di pubblicità sulle gigantografie artistiche installate sui ponteggi, al fine di tutela del patrimonio culturale della città chiedendo che il nuovo testo regolamentare vada a disciplinare in maniera più restrittiva l'impatto visivo delle pubblicità nelle aree del Centro Storico UNESCO;

Dato atto che in accordo alla L. 77/2006 "Misure speciali di tutela e fruizione dei siti italiani di interesse culturale, paesaggistico e ambientale, inseriti nella "lista del patrimonio mondiale", posti sotto la tutela dell'UNESCO" il Comune di Firenze ha adottato un Piano di Gestione (PdG) e che Il Monitoraggio del Piano di Gestione del Centro Storico di Firenze è stato approvato dalla Giunta Comunale il 12 luglio 2018, con delibera n. 2018/G/00321;

Tenuto conto che nella definizione e individuazione di nuovi progetti da includere nel monitoraggio e nella revisione del Piano di Gestione, è stata fondamentale la Missione Consultiva UNESCO/ICOMOS, tenutasi a Firenze dal 22 al 25 maggio 2017 e che la stessa ha incluso tra le tematiche da analizzare la "Mercificazione del patrimonio storico e culturale (pubblicità e eventi temporanei)" cfr. punto 8 del capitolo 2.6. "Nuove sfide per la gestione del Centro Storico di Firenze" tenuto anche conto della ininterrotta presenza di impianti pubblicitari che negli ultimi 5 anni sono stati presenti in queste Piazze;

Ritenuto opportuno prevedere a salvaguardia dell'immagine della città, patrimonio mondiale UNESCO ed in particolare delle Piazze del centro storico che la rappresentano maggiormente a livello mondiale, limitazioni alla durata e alla contemporanea presenza di installazioni pubblicitarie su ponteggi decorati con gigantografie;

Ritenuto pertanto di stabilire che in P.za Duomo, P.za S. Giovanni e P.za della Signoria (ad esclusione dei cantieri finalizzati al restauro del patrimonio di cui all'art. 10 comma 1 del Codice dei Beni Culturali, per i quali la pubblicità su ponteggio passa da procedura di evidenza pubblica) non sia consentito installare mezzi pubblicitari sui ponteggi e che nelle ubicazioni di cui sopra non sia consentita la simultanea presenza di esposizioni pubblicitarie;

Ritenuto che, per quanto riguarda gli edifici privati nelle suddette Piazze (che, a differenza degli edifici di cui all'art. 10, comma 1, possono essere messi a reddito dalla proprietà, e quindi diviene più agevole per questi reperire i relativi fondi per eventuali restauri) - a cui sarà dunque inibita la possibilità di installare impianti pubblicitari su ponteggi - l'amministrazione comunale possa però andare incontro ai relativi proprietari



mediante un abbattimento del canone del suolo pubblico dovuto per l'occupazione del cantiere necessario all'eventuale lavoro da realizzare sulle facciate dei medesimi, essendo comunque di interesse della città che il patrimonio presente in queste Piazze sia adeguatamente conservato e mantenuto; appurato, peraltro, che tali edifici negli ultimi 5 anni sono stati interessati costantemente da cantieri sui quali è stata installata la pubblicità, per un totale di 12 impianti pubblicitari (di cui 4 in Piazza San Giovanni, 4 in Piazza Duomo e 3 in Piazza Signoria), come da documentazione agli atti dell'ufficio, e che quindi tale patrimonio versa ad oggi in un buono stato di manutenzione;

Ritenuto inoltre opportuno prevedere limitazioni anche all'installazione di preinsegne su suolo pubblico alle sole attività suscettibili di generare un concreto impatto sul traffico veicolare ed allo stesso tempo consentire l'installazione di preinsegne provvisorie laddove la presenza di cantieri pubblici abbia determinato significative modifiche della viabilità;

Ritenuto opportuno che Direzione competente in materia di Mobilità predisponga apposito Disciplinare Tecnico per l'installazione delle preinsegne;

Preso atto che con Deliberazione di Giunta n° 106/2017 "Piano di fattibilità per la costruzione e gestione di un parcheggio scambiatore sito in Viale XI Agosto presentato da Firenze Parcheggi S.p.A. Valutazioni" si incaricava la Direzione Attività Economiche di proporre deliberazione di modifica del Regolamento sugli impianti pubblicitari in conformità a quanto indicato nell'allegato documento di sintesi, inserendo una riserva di 700 mq per l'installazione di impianti pubblicitari su suolo privato a favore di soggetti che intendano realizzare nuovi parcheggi scambiatori;

Preso atto dei pareri favorevoli in ordine alla regolarità tecnica e contabile di cui all'art. 49 del D. Lgs. n. 267 del 18.8.2000, Testo Unico delle leggi sull'ordinamento degli enti locali;

## DELIBERA

Per i motivi esposti in narrativa:

- 1) di approvare il Regolamento sulla Pubblicità allegato al presente atto costituente parte integrante, composto dal testo regolamentare e relativi allegati parte integrante;
- 2) di abrogare il Regolamento della Pubblicità approvato con Deliberazione del Consiglio Comunale n. 55 dell'8/10/2012 come modificato, da ultimo, con Deliberazione del Consiglio Comunale n. 17/2015 e n. 5/2017;
- 3) di abrogare il Regolamento per l'installazione delle Insegne approvato con Delibera Consiglio Comunale 41/55 del 1998 e successive modifiche in ultimo approvate con Delibera Consiglio Comunale 26 del 23/05/2011.

<b>PARERE DI REGOLARITA' TECNICA</b>
--------------------------------------

Si esprime parere di regolarità tecnica favorevole ai sensi dell'art.49 c.1 del T.U.E.L.
--



Posta in votazione la proposta si hanno i seguenti risultati accertati e proclamati dal Presidente del Consiglio Comunale assistito dagli scrutatori sopra indicati:

favorevoli	18:	Andrea Ceccarelli, Benedetta Albanese, Nicola Armentano, Angelo Bassi, Leonardo Bieber, Susanna Della Felice, Niccolò Falomi, Cristina Giani, Fabio Giorgetti, Maria Federica Giuliani, Cosimo Guccione, Domenico Antonio Lauria, Luca Milani, Francesca Nannelli, Francesca Paolieri, Serena Perini, Andrea Pugliese, Fabrizio Ricci
contrari	0:	
astenuti	0:	
non votanti	5:	Adriana Alberici, Daniele Bellucci, Stefania Collesei, Alessio Rossi, Donella Verdi,

essendo presenti 23 consiglieri

**LA PROPOSTA E' APPROVATA.**

Consiglieri usciti prima della votazione i.e.:

Bellucci Daniele

Il Presidente propone al Consiglio di rendere immediatamente eseguibile, ai sensi e per gli effetti di legge, il presente provvedimento.

Posta in votazione la proposta di immediata eseguibilità si hanno i seguenti risultati accertati e proclamati dal Presidente assistito dagli scrutatori sopra indicati

favorevoli	20:	Andrea Ceccarelli, Benedetta Albanese, Nicola Armentano, Angelo Bassi, Leonardo Bieber, Stefania Collesei, Susanna Della Felice, Niccolò Falomi, Cristina Giani, Fabio Giorgetti, Maria Federica Giuliani, Cosimo Guccione, Domenico Antonio Lauria, Luca Milani, Francesca Nannelli, Francesca Paolieri, Serena Perini, Andrea Pugliese, Fabrizio Ricci, Alessio Rossi,
------------	-----	--



contrari 0:  
astenuti 0:  
non votanti 2: Adriana Alberici, Donella Verdi,

essendo presenti 22 consiglieri

L'IMMEDIATA ESEGUIBILITA' E' APPROVATA CON 20 VOTI A FAVORE

Sulla proposta di deliberazione sono stati acquisiti i seguenti pareri:

<b>Commissione / Quartiere</b>	<b>Data Invio</b>	<b>Data Scadenza</b>	<b>Data Parere</b>	<b>Parere</b>
Comm. 2	18/04/2019	02/04/2019	26/03/2019	Favorevole



## ALLEGATI INTEGRANTI

- ALLEGATO 1 REQUISITI TECNICI
- ALLEGATO 2 - ELENCO STRADE
- ALLEGATO 3 - TABELLA DISTANZE
- ALLEGATO 4 - ZONIZZAZIONE
- REGOLAMENTO PUBBLICITÀ
- TESTO A FRONTE REGOLAMENTO

IL VICE SEGRETARIO GENERALE  
VICARIO  
Patrizia De Rosa

IL PRESIDENTE  
Andrea Ceccarelli

Le firme, in formato digitale, sono state apposte sull'originale del presente atto ai sensi dell'art. 24 del D.Lgs. 7/3/2005, n. 82 e s.m.i. (CAD). La presente deliberazione è conservata in originale negli archivi informatici del Comune di Firenze, ai sensi dell'art.22 del D.Lgs. 82/2005.



**PRECEDENTE TESTO****NUOVO TESTO****REGOLAMENTO SULLA PUBBLICITA' E SULL'APPLICAZIONE DEL CANONE DEGLI****IMPIANTI PUBBLICITARI**

*(Delibera C.C. n. 20 del 27.03.2001, modificata con Delibera C.C. n.83 del 25.02.2002, Delibera C.C. n.178*

*del 24.03.2003, Delibera C.C. n.226 del 31.03.2003, Delibera C.C. n.6 del 9.02.2004, Delibera C.C. n.30 del 30.03.2004, Delibera C.C. n.40 del 13.04.2004, Delibera C.C. n.26 del 30.03.2005, Delibera C.C. n.11 del*

*6.03.2006, Delibera C.C. n.70 del 24.07.2008, Delibera C.C. n.31 del 30.03.2009, Delibera C.C. n.93 del*

*23.11.2009, Delibera C.C. n.26 del 23.05.2011, Delibera C.C. n.55 del 8.10.2012, Delibera C.C. n.46 del*

*28.07.2014, Delibera C.C. n.17 del 23.03.2015 modificata da deliberazione n. 5 del 30.01.2017)*

**INDICE****TITOLO PRIMO – PRINCIPI GENERALI**

- ART. 1 OGGETTO E FINALITA'
- ART. 2 DEFINIZIONE DEI MEZZI O IMPIANTI PUBBLICITARI
- ART. 3 AMBITO DI APPLICAZIONE
- ART. 4 DISCIPLINA DI PARTICOLARI MEZZI PUBBLICITARI
- ART. 5 DIMENSIONAMENTO
- ART. 6 MEZZI PUBBLICITARI NON RIENTRANTI NEL DIMENSIONAMENTO
- ART. 7 CARATTERISTICHE DEGLI IMPIANTI
- ART. 8 NORME DI RISPETTO
- ART. 9 MANUFATTI E CARTELLI CON SPONSOR
- ART. 10 ZONIZZAZIONE DEL TERRITORIO COMUNALE

**TITOLO SECONDO – ATTUAZIONE DEL REGOLAMENTO**

- Art. 11 REALIZZAZIONE E/O GESTIONE DEGLI IMPIANTI PUBBLICITARI
- Art. 12 PROGETTI UNITARI
- Art. 13 REALIZZAZIONE E GESTIONE DEGLI IMPIANTI DENOMINATI CARTELLI STRADALI E PRE INSEGNE
- ART. 14 INTERVENTO DA PARTE DEI PRIVATI SU AREA PRIVATA
- ART. 15 IMPIANTI PER LE PUBBLICHE AFFISSIONI
- ART. 16 PROGETTO UNITARIO DELLE AREE BIKE SHARING
- ART. 17 PUBBLICITA' SU CANTIERI E PONTEGGI
- ART. 18 PROGETTO UNITARIO DELLE AREE

**REGOLAMENTO SULLA PUBBLICITA'****TITOLO PRIMO – PRINCIPI E DISPOSIZIONI GENERALI**

- ART. 1 Oggetto
- ART. 2 Mezzi o impianti pubblicitari
- ART. 3 Ambito di applicazione territoriale
- ART. 4 Zonizzazione del territorio comunale
- ART. 5 Rinvii ad altre fonti normative
- ART. 6 Dimensionamento
- ART. 7 Mezzi pubblicitari non rientranti nel dimensionamento
- ART. 8 Progetti Unitari
- ART. 9 Manufatti e cartelli con sponsor
- ART. 10 Contenuto del messaggio pubblicitario
- ART. 11 Divieti di pubblicità
- ART. 12 Norme di rispetto
- ART. 13 Caratteristiche dei mezzi pubblicitari
- ART. 14 Obblighi dell'intestatario dell'autorizzazione/SCIA
- ART. 15 Subingresso
- ART. 16 Revoca e decadenza dell'autorizzazione

**TITOLO SECONDO – IMPIANTI PUBBLICITARI**

- ART. 17 Impianti pubblicitari su suolo pubblico
- ART. 18 Impianti pubblicitari su suolo privato
- ART. 19 Autorizzazione all'installazione
- ART. 20 Durata e rinnovo dell'autorizzazione
- ART. 21 Impianti pubblicitari temporanei su ponteggi e cesate di cantiere



FERROVIARIE

**TITOLO TERZO - ALTRA PUBBLICITA' EFFETTUATA SU SUOLO PUBBLICO E PRIVATO**

ART. 19 PUBBLICITA' FONICA  
ART. 20 PUBBLICITA' A MEZZO AEROMOBILI O PALLONI FRENATI E NATANTI  
ART. 21 PUBBLICITA' SU VEICOLI  
ART. 22 VEICOLI SPECIALI DESTINATI A PUBBLICITA' ITINERANTE  
ART. 23 PUBBLICITA' IN LUOGHI PUBBLICI O APERTI AL PUBBLICO

**TITOLO QUARTO - AUTORIZZAZIONE PER L'INSTALLAZIONE DI IMPIANTI PUBBLICITARI**

ART. 24 MODALITA' DI RILASCIO DELL'AUTORIZZAZIONE  
ART. 25 CONTENUTO DEL MESSAGGIO PUBBLICITARIO  
ART. 26 DIVIETI DI PROPAGANDA PUBBLICITARIA E RESPONSABILITA' DEL COMUNE  
ART. 27 VARIAZIONI DEL MESSAGGIO PUBBLICITARIO  
ART. 28 DURATA E RINNOVO DELL'AUTORIZZAZIONE  
ART. 29 OBBLIGHI DELL'INTESTATARIO DELL'AUTORIZZAZIONE  
ART. 30 ANTICIPATA RIMOZIONE  
ART. 31 SUBINGRESSO NELL'AUTORIZZAZIONE  
ART. 32 DECADENZA E REVOCA DELL'AUTORIZZAZIONE

**TITOLO QUINTO - CANONE PER L'INSTALLAZIONE DEI MEZZI PUBBLICITARI**

ART. 33 ISTITUZIONE DEL CANONE  
ART. 34 SOGGETTI TENUTI AL PAGAMENTO DEL CANONE  
ART. 35 GESTIONE DELLA PROCEDURA AMMINISTRATIVA  
ART. 36 CRITERI PER LA DETERMINAZIONE DELLE TARIFFE DEL CANONE  
ART. 37 CLASSIFICAZIONE DEL TERRITORIO COMUNALE AI FINI DELL'APPLICAZIONE DEL CANONE  
ART. 38 MAGGIORAZIONI DELLE TARIFFE  
ART. 39 TARIFFE DI APPLICAZIONE DEL CANONE SECONDO LE TIPOLOGIE SPECIFICATE NEL PRESENTE REGOLAMENTO/PIANO E NEL REGOLAMENTO PER LE INSEGNE  
ART. 40 APPLICAZIONE DEL CANONE  
ART. 41 ESCLUSIONI  
ART. 42 ESENZIONI  
ART. 43 RIDUZIONI  
ART. 44 AGEVOLAZIONI  
ART. 45 MODALITA' E TERMINI DI PAGAMENTO DEL CANONE PER MEZZI

**TITOLO TERZO - INSEGNE E PREINSEGNE**

ART. 22 Insegne - Definizione e Limitazioni  
ART. 23 Insegne - Installazione  
ART. 24 Insegne - Tipologie  
ART. 25 Preinsegne - Definizione  
ART. 26 Preinsegne - Limitazioni  
ART. 27 Preinsegne - Procedura autorizzatoria  
ART. 28 Preinsegne provvisorie

**TITOLO QUARTO - ALTRI MEZZI PUBBLICITARI**

ART. 29 Pubblicita' fonica, a mezzo aeromobili o palloni frenati e natanti  
ART. 30 Pubblicita' sui veicoli  
ART. 31 Pubblicita' temporanea effettuata in luoghi pubblici o aperti al pubblico  
ART. 32 Disciplina di particolari mezzi pubblicitari

**TITOLO QUINTO - CANONE PER L'INSTALLAZIONE DEI MEZZI PUBBLICITARI**

ART. 33 Istituzione del canone  
ART. 34 Soggetti tenuti al pagamento del canone  
ART. 35 Gestione della procedura amministrativa  
ART. 36 Criteri per la determinazione delle tariffe del canone  
ART. 37 Classificazione del territorio comunale ai fini dell'applicazione del canone  
ART. 38 Maggiorazioni delle tariffe  
ART. 39 Tariffe di applicazione del canone  
ART. 40 Applicazione del canone  
ART. 41 Esclusioni  
ART. 42 Esenzioni  
ART. 43 Riduzioni  
ART. 44 Agevolazioni  
ART. 45 Modalita' e termini di pagamento del canone per i mezzi pubblicitari di durata superiore a 365 giorni c.d. permanenti  
ART. 46 Modalita' e termini di pagamento per mezzi pubblicitari di durata non superiore a 365 giorni c.d. temporanei



PUBBLICITARI PERMANENTI  
ART. 46 MODALITA' E TERMINI DI  
PAGAMENTO PER MEZZI PUBBLICITARI  
TEMPORANEI  
**TITOLO SESTO - PENALITA' E SANZIONI**  
ART. 47 PENALITA' PER OMESSO O  
PARZIALE E TARDIVO PAGAMENTO DEL  
CANONE  
ART. 48 PUBBLICITA' ABUSIVA E  
DIFFORME. DEFINIZIONI  
ART. 49 INDENNIZZO E SANZIONI PER LA  
PUBBLICITA' ABUSIVA E DIFFORME  
ART. 50 ALTRE MISURE  
ART. 51 DECORRENZA DELLA PUBBLICITA'  
ABUSIVA  
ART. 52 DEFINIZIONE AGEVOLATA DELLE  
PENALITA' ("RAVVEDIMENTO OPEROSO")  
ART. 53 DIFFIDA AD ADEMPIERE  
/INGIUNZIONE DI PAGAMENTO ED  
ATTIVITA' DI CONTROLLO E  
ACCERTAMENTO  
ART. 54 RIMBORSI  
ART. 55 CONTENZIOSO  
**TITOLO SETTIMO - NORME TRANSITORIE  
E FINALI**  
ART. 56 APPLICABILITA DELLA  
NORMATIVA URBANISTICO-EDILIZIA AGLI  
IMPIANTI PUBBLICITARI  
ART. 57 ADEGUAMENTI,  
DELOCALIZZAZIONI E RIMOZIONI DEGLI  
IMPIANTI GIA' AUTORIZZATI ED IN  
CONTRASTO CON LA NUOVA DISCIPLINA  
ART. 58 NORME DI RINVIO  
ART. 59 DISCIPLINA TRANSITORIA E  
MISURE DI SALVAGUARDIA

**TITOLO PRIMO  
PRINCIPI GENERALI**

**ART. 1 OGGETTO E FINALITA'**

1. Il presente Regolamento ottempera alle disposizioni di cui all'art. 3 del D.Lgs. 15 novembre 1993, n. 507 e ss.mm.ii., e segnatamente determina la tipologia e la quantità degli impianti pubblicitari, nonché le modalità di rilascio del provvedimento per la loro installazione. Stabilisce altresì la ripartizione della superficie degli impianti pubblici da destinare alle affissioni di natura istituzionale, sociale o comunque prive di rilevanza economica, nonché la superficie degli impianti da attribuire a soggetti privati, per l'effettuazione di affissioni dirette.

2. La finalità del Regolamento è quella di consentire il riordino degli impianti pubblicitari e delle pubbliche affissioni esistenti, di pianificare e regolamentare le tipologie e le

**TITOLO SESTO - PENALITA' E SANZIONI**  
ART. 47 Penalità per omesso o parziale e tardivo pagamento del canone  
ART. 48 Pubblicità abusiva e difforme. definizioni  
ART. 49 Indennizzo e sanzioni per la pubblicità abusiva e difforme  
ART. 50 Altre misure  
ART. 51 Decorrenza della pubblicità abusiva  
ART. 52 Definizione agevolata delle penalità ("ravvedimento operoso")  
ART. 53 Diffida ad adempiere /ingiunzione di pagamento ed attività di controllo e accertamento  
ART. 54 Rimborsi

**TITOLO SETTIMO - NORME TRANSITORIE E FINALI**  
ART. 55 Disciplina transitoria e misure di salvaguardia

**TITOLO PRIMO -PRINCIPI E DISPOSIZIONI  
GENERALI**

**ART. 1 OGGETTO**

1. Il presente Regolamento determina le tipologie e le quantità degli impianti e altri mezzi pubblicitari nelle varie zone del territorio comunale nell'osservanza delle disposizioni previste dal Codice della Strada D.Lgs. 285/1992, dal relativo Regolamento di esecuzione ed attuazione D.P.R. 495/1992, dal d.lgs. 507/1993 e loro successive modificazioni ed integrazioni.

2. Il presente regolamento disciplina altresì il canone per l'installazione di mezzi pubblicitari, compresa la classificazione del territorio comunale ai fini dell'applicazione dello stesso.



modalità

di effettuazione della pubblicità, di disciplinare i criteri e le modalità di installazione dei

nuovi impianti, di rendere possibili gli interventi di sponsorizzazione o di sostegno economico per finalità di interesse per la città.

3. Il Regolamento individua le tipologie degli impianti e disciplina l'eventuale localizzazione, il tutto nella quantità massima di pubblicità potenzialmente ammessa e definita "soglia sostenibile dalla Città di Firenze".

4. Per impianti pubblicitari si intendono i manufatti visibili dagli spazi pubblici, ad uso pubblico o aperti al pubblico, destinati a supportare:

- pubblica affissione di natura istituzionale, sociale o comunque priva di rilevanza economica;

- pubblicità commerciale su aree ed impianti di proprietà del Comune di Firenze.

- pubblicità esterna dei privati.

5. Il Regolamento individua tipologie di impianti pubblicitari compatibili con il decoro urbano della città di Firenze.

#### **ART. 2 DEFINIZIONE DEI MEZZI O IMPIANTI PUBBLICITARI**

1. Per la definizione dei mezzi o impianti pubblicitari si fa riferimento all'art. 23 del D. Lgs.

30 aprile 1992, n. 285, Nuovo Codice della Strada e 47 e 77 del D.P.R. 16 dicembre 1992, n. 495, relativo Regolamento di esecuzione, le cui modifiche ed integrazioni si intendono integralmente recepite nel presente Regolamento.

2. Si definisce "insegna di esercizio" la scritta in caratteri alfanumerici, completata eventualmente da simboli e da marchi, realizzata e supportata con materiali di qualsiasi

natura, installata nella sede dell'attività a cui si riferisce o nelle pertinenze accessorie alla stessa. Può essere luminosa sia per luce propria che per luce indiretta.

3. 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

#### **ART. 2 MEZZI PUBBLICITARI**

1. Nell'ambito delle definizioni di cui all'art. 47 del D.P.R. 495/1992, ai fini del presente regolamento nonché dell'applicazione del canone si distinguono insegne di esercizio, impianti pubblicitari e pubblicità temporanea, oltre alle tipologie previste dall'art. 39 del presente Regolamento.



reperimento della sede stessa e comunque nel raggio di 5 km. Non può essere luminosa, ne' per luce propria, ne' per luce indiretta.

4. Si definisce "sorgente luminosa" qualsiasi corpo illuminante o insieme di corpi illuminanti che, diffondendo luce in modo puntiforme o lineare o planare, illumina aree, fabbricati, monumenti, manufatti di qualsiasi natura ed emergenze naturali.

7

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

6. Si definisce "striscione, locandina e stendardo" l'elemento bidimensionale realizzato in materiale di qualsiasi natura, privo di rigidità, mancante di una superficie di appoggio o comunque non aderente alla stessa. Può essere luminoso per luce indiretta. La locandina, se posizionata sul terreno, può essere realizzata anche in materiale rigido. L'esposizione di locandine e stendardi è ammessa per la promozione pubblicitaria di manifestazioni e spettacoli, oltre che per il lancio di iniziative commerciali.

L'esposizione di striscioni, locandine e stendardi è limitata al periodo di svolgimento della manifestazione, dello spettacolo o della iniziativa cui si riferisce, oltre che alla settimana precedente ed alle ventiquattro ore successive allo stesso.

7. 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 o propagandistici.

8. Si definisce "impianto pubblicitario di servizio" qualunque manufatto avente quale scopo primario un servizio di pubblica utilità nell'ambito dell'arredo urbano e stradale (fermate autobus, pensiline, transenne parapetonali, cestini, panchine, orologi, o simili) recante uno spazio pubblicitario che



può anche essere luminoso sia per luce diretta che per luce indiretta.

9. Si definisce "impianto di pubblicità o propaganda" qualunque manufatto finalizzato alla

pubblicità o alla propaganda sia di prodotti che di attività e non individuabile secondo le definizioni precedenti, ne' come insegna di esercizio, ne' come preinsegna, ne' come cartello, ne' come striscione, locandina o stendardo, ne' come segno orizzontale reclamistico, ne' come impianto pubblicitario di servizio. Può essere luminoso sia per luce propria che per luce indiretta.

10. Le caratteristiche tipologiche degli impianti di cui alla presente norma, sono indicate

all'Allegato 1 Parte A, facente parte integrante e sostanziale del presente atto.

11. Costituisce oggetto del presente Regolamento anche la pubblicità conseguente alla

sponsorizzazione relativa ad opere pubbliche, aree verdi ed iniziative culturali, turistiche o istituzionali.

12. L'installazione di impianti pubblicitari e/o informativi non rispondenti alle caratteristiche di cui all'Allegato 1 Parte A, potrà essere autorizzata, previo atto deliberativo della

Giunta Comunale, a carattere sperimentale e per un tempo determinato, comunque non superiore a un anno. Decorso tale termine e verificata la compatibilità di detti impianti con i presupposti del Regolamento, si provvederà con apposito atto, a recepirne nel Regolamento la relativa tipologia.

13. L'installazione della segnaletica turistica e di territorio deve essere effettuata in conformità alle disposizioni di cui all'art. 134 del Regolamento di Esecuzione del Codice della Strada.

14. I segnali di indicazione di cui al comma precedente possono fare parte di un sistema unitario ed autonomo di segnalamento di indicazione.

### **ART. 3 AMBITO DI APPLICAZIONE**

1. Il Regolamento prende atto della delimitazione dei "centri abitati" del Comune di Firenze ai sensi del vigente Codice della Strada ed individua al suo interno i parametri di deroga alla disciplina dello stesso consentiti dalla legge per l'inserimento sia temporaneo che

permanente degli impianti pubblicitari siano essi pubblici o privati.

### **ART. 3 AMBITO DI APPLICAZIONE TERRITORIALE**

1. Nel "centro abitato" del Comune di Firenze il presente Regolamento in accordo agli artt. 48 e 51 del D.P.R. 495/1992, individua distanze minime e fissa i criteri di individuazione degli spazi ove e' consentita la collocazione dei mezzi pubblicitari.

2. Fuori dal "centro abitato" l'installazione di cartelli e di altri mezzi pubblicitari non essendo prevista



2. Fuori dal centro abitato l'installazione di cartelli e di altri mezzi pubblicitari è regolamentata dall'art. 23 D.Lgs. 30 aprile 1992 n. 285, dagli artt. da 47 a 59 del relativo Regolamento di Esecuzione, nonché dalle altre disposizioni di legge che stabiliscono modalità, limitazioni e divieti per l'effettuazione, in determinati luoghi e su particolari immobili, di forme di pubblicità.

3. La disciplina del presente Regolamento si applica sull'intero territorio comunale agli impianti pubblicitari in ambiti sia pubblici sia privati.

#### **ART. 4 DISCIPLINA DI PARTICOLARI MEZZI PUBBLICITARI**

1. Fatta salva la disciplina dettata al Titolo V del presente Regolamento, sono esenti dal canone sulla pubblicità i seguenti mezzi pubblicitari:

a. Le installazioni pubblicitarie poste in opera all'interno dei locali adibiti alla vendita di beni

o alla prestazione di servizi quando la pubblicità esposta si riferisca all'attività negli stessi

locali esercitata, nonché i mezzi pubblicitari, esposti nelle vetrine e nelle porte di ingresso dei locali medesimi, purché siano attinenti all'attività in essi esercitata.

b. Gli avvisi al pubblico esposti nelle vetrine o sulle porte di ingresso dei locali, o in mancanza nelle immediate adiacenze del punto di vendita, relativi all'attività svolta, nonché quelli riguardanti la localizzazione e l'utilizzazione dei servizi di pubblica utilità che

non superino la superficie di mezzo metro quadrato e quelli riguardanti la locazione o la compravendita degli immobili sui quali sono affissi, di superficie non superiore ad un quarto di metro quadrato.

c. I manufatti adibiti a pubblicità comunque effettuata all'interno, sulle facciate esterne o sulle recinzioni dei locali di pubblico spettacolo, quando si riferisca alle rappresentazioni in

programmazione purché i manufatti non eccedano le dimensioni massime di analoghe strutture consentite nella zona in cui ricadono.

d. I manufatti adibiti a pubblicità posti all'interno degli impianti sportivi con messaggio

rivolto esclusivamente verso l'interno e non visibile dalla pubblica via.

e. I manufatti pubblicitari, relativi ai giornali

possibilità di deroghe, l'installazione dei mezzi pubblicitari è regolamentata dall'art. 23 D.Lgs. 285/1992, dagli artt. da 47 a 59 del relativo Regolamento di Esecuzione, nonché dalle altre disposizioni di legge che stabiliscono modalità, limitazioni e divieti per l'effettuazione di pubblicità.

**VEDI ART 32. nuovo regolamento.**

#### **ART. 32 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. I mezzi pubblicitari di cui all'art. 42;

b. la pubblicità effettuata all'interno degli impianti sportivi con messaggio rivolto esclusivamente verso l'interno e non fruibile dalla pubblica via;

c. le targhe di studi professionali e di professionisti di dimensioni massime 30x40;

d. le insegne ed i mezzi pubblicitari non visibili dalla pubblica via o arretrati di oltre un metro rispetto alla soglia o alle vetrine dei locali;

e. 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. I mezzi pubblicitari di cui al presente articolo, seppur non necessitanti di autorizzazione/SCIA sono comunque soggetti a canone, qualora dovuto. Gli interessati sono tenuti a presentare dichiarazione sostitutiva di atto di notorietà al Servizio competente in materia di Entrate riportante numero, misure, ubicazione e caratteristiche dei mezzi pubblicitari installati, entro 7 giorni dalla data di installazione.



ed alle pubblicazioni periodiche, se esposti sulle sole facciate esterne delle edicole o nelle vetrine o sulle porte di ingresso dei negozi dove si effettua la vendita.

f. I manufatti destinati ad esposizioni pubblicitarie installati all'interno di mezzi di trasporto pubblico.

g. I manufatti destinati ad esposizioni pubblicitarie comunque effettuate in via esclusiva

dallo Stato e dagli Enti Pubblici territoriali.

h. I mezzi pubblicitari, (targhe e simili etc.), la cui esposizione sia obbligatoria per disposizione di legge o regolamento sempre che le dimensioni del mezzo usato, qualora non espressamente stabilite, non superino il mezzo metro quadrato di superficie.

#### **ART. 5**

##### **DIMENSIONAMENTO**

1. In conformità alle disposizioni contenute nel D.Lgs. 507/93 e ss.mm.ii. in tutto il territorio comunale è consentita una superficie globale di mq 22.600 di spazi pubblicitari e per pubbliche affissioni così ripartita:

- a) Superficie per la pubblica affissione di natura istituzionale, sociale e comunque non a rilevanza economica su impianti di proprietà dell'Amministrazione Comunale: mq. 6.600.
- b) Superficie per la pubblicità commerciale su aree pubbliche e lungo le strade, su impianti e su beni di proprietà dell'Amministrazione Comunale: mq. 10.000.

In tale superficie sono compresi:

- mq 1.000= relativi ad impianti riconducibili alla Tipologia DI "Cartello Stradale";

c) Superficie per la pubblicità di superficie su impianti di proprietà non comunale (beni ed aree di proprietà di terzi, ovvero di proprietà comunale assegnate in concessione a terzi): mq. 6.000.

2. All'interno delle quantità stabilite dal comma 1 lettera b) del presente articolo le aziende affidatarie di servizi pubblici locali nel territorio del Comune di Firenze, possono utilizzare gli impianti o strutture, ricadenti in aree pubbliche, finalizzate allo svolgimento dei servizi medesimi per l'installazione di manufatti pubblicitari nei limiti dimensionali e quantitativi di cui alla Tabella C, allegata e parte integrante del presente Regolamento.

#### **ART. 6**

##### **MEZZI PUBBLICITARI NON RIENRANTI NEL**

#### **VEDI Art. 6 nuovo regolamento**

##### **ART. 6 DIMENSIONAMENTO**

Nel territorio comunale è ammissibile una superficie massima per impianti pubblicitari pari a mq 22.600 così ripartita:

- a) pubbliche affissioni 6.600 mq;
- b) aree pubbliche, strade, impianti e beni di proprietà dell'Amministrazione Comunale (ancorché in concessione a terzi a qualsiasi titolo): 8.000 mq;
- c) aree di proprietà privata 8.000 mq di cui:
  - 700 mq riservati ad impianti pubblicitari da installare presso nuovi parcheggi scambiatori;
  - 1.200 mq riservati ad impianti pubblicitari in aree/pertinenze ferroviarie;
  - 400 mq riservati ad impianti sportivi privati ed a pertinenze -con superficie di almeno 3.000 mq- di locali di pubblico spettacolo e di medie e grandi strutture di vendita;

#### **VEDI art. 7 nuovo regolamento**

##### **ART. 7 MEZZI PUBBLICITARI NON RIENRANTI NEL DIMENSIONAMENTO**



**DIMENSIONAMENTO**

Non rientra nel dimensionamento:

- a) la pubblicità provvisoria
- b) le superfici degli impianti previsti dal successivo art. 18, che comunque non potranno eccedere complessivamente mq. 1200.
- c) nessun tipo di insegna o preinsegna di esercizio
- d) Pubblicità sui veicoli conformi alle normative del Codice della Strada e relativo Regolamento di Attuazione.
- e) Manufatti e cartelli con sponsor di cui all'art. 9.
- f) impianti pubblicitari in costanza di autorizzazione da più cinquanta anni ancorché difformi dalle norme contenute nel presente Regolamento, purché in perfetto stato di manutenzione.

**ART. 7 CARATTERISTICHE DEGLI IMPIANTI**

1. Gli impianti pubblicitari di cui all'art. 2 devono rispettare le seguenti caratteristiche generali :

- a) La qualità progettuale ed esecutiva degli impianti pubblicitari dovrà essere curata con particolare attenzione al fine di garantire l'integrazione di tali elementi nell'ambiente urbano e di migliorare l'immagine della città, tenendo, altresì, presente la solidità e la durevolezza nonché la facilità di pulizia e di manutenzione degli elementi stessi;
- b) gli impianti pubblicitari devono essere realizzati con materiali non deperibili e resistenti agli agenti atmosferici; devono avere sagoma regolare che non può essere quella di disco o triangolo ed in ogni caso non devono ingenerare confusione con la segnaletica stradale ed ostacolarne la visibilità entro lo spazio di avvistamento;
- c) 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;
- d) tutti gli impianti pubblicitari luminosi o illuminati non possono avere luce intermittente, né di colore rosso e devono essere di intensità

Non rientrano nel dimensionamento:

- a) pubblicità di durata non superiore a 365 giorni
- b) insegne;
- c) preinsegne;
- d) pubblicità sui veicoli;
- e) Manufatti e cartelli con sponsor di cui all'art. 9;
- f) impianti pubblicitari in costanza di autorizzazione da più cinquanta anni ancorché difformi dalle norme contenute nel presente Regolamento, purché in perfetto stato di manutenzione;
- g) impianti pubblicitari da autorizzare a seguito di sentenze passate in giudicato, transazioni approvate dall'Amministrazione Comunale;

**VEDI art. 13 Nuovo Regolamento****ART. 13 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.
2. Gli impianti devono altresì rispettare i requisiti e le



<p>tale da non procurare abbagliamento. Il sistema di illuminazione deve essere conforme a tutte le specifiche norme in materia;</p> <p>10</p> <p>e) tutti gli impianti pubblicitari realizzati successivamente all'entrata in vigore delle presenti norme non possono essere autoilluminanti o illuminati autonomamente, con prelievo di energia dalla rete. In deroga al divieto di cui sopra la realizzazione di impianti pubblicitari autoilluminanti o illuminati autonomamente è possibile solo a condizione che essi siano alimentati da impianto fotovoltaico o, in alternativa, che venga stipulato idoneo contratto di fornitura di energia elettrica di durata pari almeno alla durata della concessione dell'impianto pubblicitario stesso, da parte del soggetto gestore dell'impianto stesso, che attesti che la fornitura avviene con energia elettrica prodotta da fonti rinnovabili con certificato verde;</p> <p>f) tutti gli impianti luminosi autorizzati prima dell'approvazione delle presenti modifiche al Regolamento, alla scadenza dell'autorizzazione dovranno essere resi conformi alla vigente normativa;</p> <p>g) per tutti gli impianti pubblicitari luminosi o non luminosi, per quanto attiene l'uso di colori che possano generare confusione con la segnaletica stradale si fa riferimento alle disposizioni del Regolamento di Attuazione del Codice della Strada;</p> <p>h) la collocazione in opera degli impianti non deve pregiudicare anche parzialmente 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.2. Gli impianti devono altresì rispettare le indicazioni contenute nell'Allegato 1: - PARTE A – CARATTERISTICHE</p>	<p>indicazioni contenute nell'Allegato 1 parte integrante al presente Regolamento.</p>
---	--



**TIPOLOGICHE DEGLI IMPIANTI PUBBLICITARI.**

**- PARTE B - REQUISITI TECNICO-PRESTAZIONALI DEGLI IMPIANTI PUBBLICITARI.**

**ART. 8**

**NORME DI RISPETTO**

1. Relativamente al contenuto del messaggio pubblicitario si rimanda all'art.25 del presente Regolamento.
2. E' vietata la collocazione o l'ancoraggio di qualsiasi impianto pubblicitario su piante o sostanze arboree e per gli interventi da effettuarsi in prossimità di esse si applicano le disposizioni previste dal vigente "Regolamento per la tutela del patrimonio arboreo e arbustivo della città e relativo Disciplinare" il cui rispetto deve essere autocertificato dal richiedente all'atto di presentazione dell'istanza come previsto dall'Allegato 3 – Elenco della documentazione necessaria alla presentazione dei progetti, costituente parte integrante e sostanziale del presente Regolamento. In particolare, nessun impianto pubblicitario di nuova realizzazione può essere collocato a meno di tre metri dal piede di un albero. Per gli impianti di dimensioni superiori ai pannelli luminosi con dimensione massima cm 120x180, come definiti al punto G.2.2 dell'Allegato I, Parte A del presente Regolamento, la distanza minima dovrà essere di almeno 10 metri dal piede dell'albero e potrà essere derogata previo nulla-osta da parte della Direzione competente per materia. La presenza di impianti pubblicitari in prossimità di alberature di alto fusto non può costituire motivo di contenimento e potatura, né tantomeno di abbattimento e sostituzione delle stesse per motivi di visuale ed ogni intervento sulle stesse deve comunque essere sottoposto all'autorizzazione della direzione competente, secondo quanto previsto dal vigente "Regolamento per il patrimonio arboreo ed arbustivo della città e relativo disciplinare."
3. Nelle aree private soggette a vincolo espropriativo si procederà al rilascio di autorizzazioni all'installazione di impianti pubblicitari, previa sottoscrizione di un atto unilaterale d'obbligo in cui il privato si impegna alla rimozione senza oneri a carico dell'Amministrazione Comunale.
4. Gli impianti pubblicitari devono essere collocati in opera in conformità alla vigente normativa in materia di abbattimento barriere

**Vedi art. 12 nuovo regolamento**

**ART. 12 NORME DI RISPETTO**

1. E' vietata l'installazione di impianti pubblicitari sul muro di cinta e sugli edifici adibiti a sedi di ospedali, fatta salva la disciplina di cui agli articoli 8 e 9.
2. Gli impianti pubblicitari non debbono occultarsi reciprocamente.
3. 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.
4. 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.



architettoniche.

5. E' vietato qualsiasi impianto pubblicitario sul muro di cinta e nella zona di rispetto dei cimiteri, sugli edifici adibiti a sedi di ospedali, chiese o luoghi di culto, fatta salva la disciplina di cui all'articolo 9.

6. Fatti salvi i divieti stabiliti dal Regolamento di esecuzione e di attuazione del Codice della Strada e in attuazione delle previste facoltà di deroga, le distanze dalla sede stradale sono quelle previste nella Tabella B "Distanze". Ai fini del computo delle distanze di cui alla menzionata tabella, gli impianti pubblicitari sono suddivisi nelle seguenti tipologie:

I) cartelli e impianti per affissioni su suolo pubblico o privato;

II) impianti in appoggio o in aderenza a fabbricati o recinzioni di cantiere;

III) impianti di arredo urbano, pannelli luminosi e impianti speciali;

IV) standardi.

7. Le distanze dai segnali di pericolo, prescrizione e indicazione debbono essere misurate in linea retta ossia considerando l'allineamento del mezzo pubblicitario rispetto al segnale in modo che lo stesso possa essere percepito dall'utente della strada a partire dalla distanza indicata; pertanto se l'impianto pubblicitario, per il suo posizionamento, non è allineato al segnale, la distanza deve intendersi rispettata, purché non venga in alcun modo occultato il segnale stesso né impedito il relativo avvistamento. Le distanze di cui alla Tabella B allegata dovranno essere misurate dalla proiezione al suolo dell'impianto pubblicitario. Sono escluse dal computo di queste distanze le insegne di esercizio.

8. Gli impianti pubblicitari non debbono in alcun modo occultarsi reciprocamente. Ai fini della valutazione del suddetto requisito, occorre tenere conto di quello prioritariamente autorizzato o installato.

9. L'eventuale variabilità dei messaggi degli impianti pubblicitari non dovrà essere inferiore a 10 secondi.

#### **ART. 9 MANUFATTI E CARTELLI CON SPONSOR**

1. I manufatti o cartelli che abbiano lo scopo di promuovere il nome, il marchio, l'immagine, l'attività o il prodotto dell'attività del soggetto che eroga un contributo a titolo di sponsorizzazione, direttamente o mediante

#### **ART. 9 MANUFATTI E CARTELLI CON SPONSOR**

1. I manufatti o altri mezzi pubblicitari che abbiano lo scopo di promuovere il nome, il marchio, l'immagine, l'attività o il prodotto dell'attività del soggetto che eroga un contributo a titolo di sponsorizzazione, direttamente o mediante società concessionarie di pubblicità, tecnica o di puro finanziamento di opere pubbliche e aree verdi



società concessionarie di pubblicità, tecnica o di puro finanziamento di opere pubbliche, aree verdi o qualsivoglia iniziativa culturale, turistica o istituzionale, non sono soggetti ai limiti di superficie di cui al presente Regolamento.

2. Nel contratto di sponsorizzazione, stipulato a norma delle vigenti discipline di settore, sono definite le modalità di erogazione del contributo, nonché le forme del controllo, da parte del soggetto erogante, sulla realizzazione dell'iniziativa cui il contributo si riferisce.

3. Qualora l'erogazione a titolo di sponsorizzazione sia destinata esclusivamente all'attuazione di progetti di restauro e manutenzione dei sottoelencati beni architettonici e artistici rappresentativi dell'identità e dell'immagine della Città di Firenze:

Palazzo della Signoria

Cattedrale di Santa Maria del Fiore

Battistero di San Giovanni

Campanile di Giotto

Ponte Vecchio

la proprietà del bene può proporre l'installazione di impianti pubblicitari sui ponteggi o sulle recinzioni di cantiere nei limiti di superficie e di durata nel tempo di cui al successivo art. 17. Quando la proposta non è ritenuta dalla Giunta compatibile con il particolare pregio del contesto in cui va ad inserirsi, ovvero non ottenga le necessarie autorizzazioni delle autorità competenti, la proprietà può proporre un progetto di collocazione di impianti pubblicitari su spazi pubblici, ferma restando la disciplina prevista dal presente regolamento e con un limite di superficie pari al 20% di quella effettiva del ponteggio o della recinzione di cantiere se si collocano nelle zone 1, 1a, 1b del piano, del 40% nelle altre zone. L'accoglimento della proposta, previa valutazione preventiva da parte della Giunta dell'interesse pubblico e l'acquisizione delle necessarie autorizzazioni, si sostanzia in una convenzione fra Amministrazione e proprietà in cui sono definiti il valore dello sfruttamento di tali impianti e la sua destinazione all'intervento oggetto della sponsorizzazione, la durata dell'installazione e allo scadere di tale termine l'eventuale acquisizione gratuita degli impianti al patrimonio comunale.

**ART. 10 ZONIZZAZIONE DEL TERRITORIO COMUNALE**

possono essere autorizzati a seguito di procedura ad evidenza pubblica.

2 Il numero, la tipologia, l'ubicazione, la durata, le caratteristiche degli impianti sono individuati nel relativo bando.

3. Gli impianti pubblicitari su ponteggi e recinzioni di cantiere finalizzati al finanziamento di interventi di restauro di beni pubblici sono autorizzati previa procedura ad evidenza pubblica. I singoli bandi devono individuare caratteristiche e dimensioni degli impianti.

Vedi art. 4 nuovo regolamento

**ART. 4 ZONIZZAZIONE DEL TERRITORIO**



1. Ai fini della collocazione degli impianti pubblicitari il territorio comunale è suddiviso nelle seguenti zone:

- **ZONA 1:** formata dal centro storico più la fascia ottocentesca fino alla ferrovia e dal parco delle Cascine, caratterizzata dalla diffusa presenza di valori storici, artistici o ambientali in coerenza con gli strumenti urbanistici; essa è perimetrata tenuto anche conto

dei vincoli di cui al D.Lgs. 42/2004 e ss.mm.ii. Sono equiparati i centri storici minori come individuati dal vigente strumento urbanistico.

Essa comprende al suo interno particolari ambiti urbani, indicati come sottozona, ovvero:

- **1a** il nucleo centrale storico, i lungarni e il parco delle Cascine;

- **1b** viali del Poggi e piazze ottocentesche.

- **ZONA 2:** formata dalle parti del territorio comunale di particolare pregio ambientale, storico e culturale sottoposte a vincolo ambientale di cui al D.Lgs. 42/2004 e ss.mm.ii.

urbanizzate ed il cui sviluppo ed assetto urbanistico si è consolidato nella seconda metà

del secolo scorso e la zona di piazza delle Cure-Campo di Marte.

La zona 2 comprende al suo interno alcune strade classificate come sottozona 2a.

La **sottozona 2a)** individua strade pubbliche e sedime di pertinenza delle stesse, di proprietà pubblica.

- **ZONA 3:** corrisponde alla parte rimanente del territorio comunale in prevalenza non sottoposta a vincolo ambientale.

- **ZONA 4:** corrisponde alla zona collinare che circonda Firenze e che rappresenta una componente da tutelare vietando nuovi insediamenti di manufatti o funzioni contrastanti

con la vocazione di questa parte del territorio.

La zona collinare comprende al suo interno alcune strade classificate come sottozona 2a.

2. Le tipologie di impianti pubblicitari consentite e le relative specifiche sono contenute

nella Tabella A - Tipologie degli impianti ammissibili per ciascuna zona - allegata al presente Regolamento e costituente parte integrante e sostanziale dello stesso.

## **TITOLO II**

### **COMUNALE**

1. Fatte salve le eventuali limitazioni derivanti da specifiche previsioni ivi compresi gli strumenti di pianificazione urbanistica e regolamentazione edilizia, il territorio comunale è suddiviso nelle seguenti zone, così come rappresentate nell'Allegato 4:

- **ZONA 1:** centro storico più la fascia ottocentesca fino alla ferrovia e dal parco delle Cascine, caratterizzata dalla diffusa presenza di valori storici, artistici o ambientali. Sono equiparati i centri storici minori come individuati dal vigente strumento urbanistico.

- **ZONA 2:** territorio comunale di particolare pregio ambientale, storico e culturale il cui sviluppo ed assetto urbanistico si è consolidato nella seconda metà del secolo scorso e la zona di piazza delle Cure - Campo di Marte.

- **ZONA 3:** zona nord della città.

- **ZONA 4:** zona collinare che circonda Firenze.



**ATTUAZIONE DEL REGOLAMENTO****ART. 11****REALIZZAZIONE E/O GESTIONE DEGLI IMPIANTI PUBBLICITARI**

1. L'Amministrazione Comunale si riserva la facoltà di affidare, previo esperimento di procedure ad evidenza pubblica o attraverso convenzione con l'Università degli Studi di Firenze, l'attività di censimento sul territorio di impianti pubblicitari.

2. L'Amministrazione potrà approvare progetti unitari finalizzati alla riallocazione sul territorio di impianti pubblicitari, in base alla disponibilità dei metri quadri esistenti di cui all'art. 5 comma 1 lett. b) del presente Regolamento.

3. Ciascun progetto dovrà individuare in base alle superfici disponibili, le tipologie degli impianti fra quelle di cui all'Allegato 1 parte A - Tipologie degli impianti ammissibili per ciascuna zona ovvero le diverse tipologie di cui si richiede l'approvazione e la localizzazione degli impianti stessi.

4. Ferma restando la generale potestà pianificatoria e regolamentare dell'ente, l'installazione degli impianti pubblicitari è soggetta ad autorizzazione, che viene rilasciata previa valutazione della conformità dell'attività privata con il pubblico interesse, nel rispetto e a garanzia della sicurezza nella circolazione e della viabilità, dei valori estetici e delle caratteristiche abitative e ambientali nonché dei vincoli paesaggistici.

**ART. 12****PROGETTI UNITARI**

1. Per "progetto unitario" deve intendersi un progetto di massima, redatto in scala adeguata, corredato di tutti gli elaborati necessari, funzionale ad individuare le caratteristiche di progettazione ed installazione di impianti pubblicitari nell'ambito del territorio cittadino o in parti omogenee dello stesso, per fornire una soluzione complessiva in relazione ad una tematica predeterminata. Il progetto unitario dovrà in ogni caso essere corredato da una dettagliata relazione tecnica contenente: l'analisi del territorio cui lo stesso è riferito; i singoli siti oggetto degli interventi con precisa descrizione dello stato attuale dei luoghi; le proposte di inserimento dei mezzi pubblicitari, sia in termini di caratteristiche degli stessi, sia in termini di impatto nei confronti dei singoli siti che si intendono utilizzare.

2. Il ricorso a progetti unitari, oltre che nei casi espressamente previsti negli articoli 2,

**LA PREVISIONE NON ESISTE PIU'****Vedi art. 8 nuovo regolamento****ART. 8 PROGETTI UNITARI**

1. L'Amministrazione Comunale può approvare progetti unitari di impianti pubblicitari su suolo pubblico da affidare a terzi mediante procedure di evidenza pubblica per la realizzazione di progetti dell'amministrazione o la gestione di servizi di pubblica utilità.

2. Il numero, la tipologia, l'ubicazione, la durata, le caratteristiche degli impianti sono individuati nel relativo bando.



comma 14; 16 e 18 del presente Regolamento, potrà essere deciso dall'Amministrazione al fine di attuare una migliore distribuzione degli impianti pubblicitari in ragione della riqualificazione di alcune zone della città, nonché un graduale riordino degli stessi per ambiti urbani omogenei o per tipologie di impianti pubblicitari con caratteristiche simili, anche su istanza o proposta di privati.

3. I progetti unitari di cui ai commi precedenti potranno riguardare anche l'adeguamento alle caratteristiche tipologiche omogenee individuate per ragioni di pubblico interesse di impianti preesistenti, laddove si intervenga su ambiti urbani per riordinarne globalmente il contesto. I tempi di attuazione degli adeguamenti dovranno comunque essere tali da non pregiudicare i diritti acquisiti dalle aziende concessionarie degli impianti

4. I progetti unitari potranno prevedere anche impianti di tipologie diverse da quelle previste dal presente Regolamento, purché vengano rispettati i principi di tutela delle caratteristiche storiche, ambientali, funzionali e di immagine delle diverse zone del territorio comunale, nonché di diffusione equilibrata e ordinata degli impianti stessi.

5. Resta ferma la validità dei progetti unitari già approvati al momento dell'entrata in vigore delle vigenti disposizioni.

**ART. 13  
REALIZZAZIONE E GESTIONE DEGLI  
IMPIANTI DENOMINATI CARTELLI  
STRADALI  
E PREINSEGNE**

1. L'installazione degli impianti pubblicitari riconducibili alla tipologia "Cartelli stradali" e "Pre-Insegne" resta soggetta ad autorizzazione diretta, anche in caso in cui l'Amministrazione si sia avvalsa della facoltà di cui all'art. 11.

**ART. 14 INTERVENTO DA PARTE DEI  
PRIVATI SU AREA PRIVATA**

1. Per pubblicità esterna dei privati su impianti di proprietà non comunale, deve intendersi quella effettuata su aree di proprietà privata, sul demanio non comunale ovvero su aree e beni di proprietà comunale date in concessione esclusiva a terzi.

2. Gli impianti su area privata sono autorizzati dall'Ufficio competente, nel rispetto delle norme del presente Regolamento e della legislazione vigente in materia previa presentazione di un progetto del/degli

**LA DISCIPLINA DELLE PREINSEGNE E'  
TRATTATA AGLI ARTT. 25, 26, 27 e 28  
I CARTELLI STRADALI RIENTRANO NEL  
TITOLO II ART. 17 (Impianti pubblicitari su suolo  
pubblico)**

**VEDI ART. 18 nuovo Regolamento**

**ART. 18 IMPIANTI PUBBLICITARI SU SUOLO  
PRIVATO**

1. In riferimento alla zonizzazione di cui all'art. 4 e nel rispetto delle riserve di cui all'art. 6 gli impianti pubblicitari autorizzabili su suolo privato sono:

A) **CARTELLI PUBBLICITARI.** Tali manufatti possono avere dimensioni massime di 12 mq e possono essere monofacciali o bifacciali purché costituiti da unico cassonetto con sezione massima di cm 40. Possono essere anche luminosi, illuminati e possono contenere messaggi variabili. Non sono ammessi sui tetti, lastrici solari, etc.



impianto/i.

3. Il progetto di cui al comma 2 del presente articolo dovrà tener conto dei seguenti fattori:

- rispetto delle tipologie di impianti di cui al comma 4 del presente articolo, così come descritte all'Allegato 1 parte A;

- rispetto delle distanze di cui all'allegata tabella B.

4. Le tipologie di impianti ammesse ai sensi del presente articolo sono esclusivamente le seguenti:

**A. Cartello**

A.0 – formato fino a mq. 8;

A.1 – formato compreso tra mq. 8 e mq. 12.

**C. Opera di particolare pregio.**

**C.1 Impianto pubblicitario su pareti cieche.**

C.1.1 Decorazione su parete.

C.1.2 Gigantografia.

C.1.3 Impianto su parete.

**C.2 Gigantografia su ponteggi**

C.2.1 Artistica.

**D.1 Cartello Stradale.**

**E.2 Stendardo.**

**G.11 Pre-insegne.**

5. Per i mezzi pubblicitari rientranti nel contingente previsto all'art. 5 comma 1) punto c) del presente Regolamento, il rilascio dell'autorizzazione avverrà sulla base del criterio cronologico, tenendo conto della data di ricevimento della relativa istanza. Il relativo procedimento verrà concluso con provvedimento formale di archiviazione motivata se, decorsi sei mesi dalla data di ricevimento dell'istanza medesima, non si rendano disponibili aree assegnabili per impianti pubblicitari.

L'archiviazione esclude qualsiasi priorità di assegnazione di spazi successivamente resisi disponibili.

**ART. 15 IMPIANTI PER LE PUBBLICHE AFFISSIONI**

1. Gli impianti per le pubbliche affissioni sono riservati al Servizio pubbliche affissioni che predisporrà un progetto di dettaglio contenente l'ubicazione dei nuovi impianti ed il riordino dell'esistente, nei limiti quantitativi indicati all'art. 5 comma 1 lett. a). Tali impianti sono costituiti da supporti atti ad ospitare le affissioni di natura istituzionale e sociale e comunque non a rilevanza economica. Tutti gli impianti per le affissioni hanno di regola dimensioni pari o multiple di cm. 70x100.

B. Impianto per affissioni

B.1 Vetrina

Non sono ammessi nella zona 1 e nella zona 4 di cui all'art.4. Nella zona 2 sono ammessi solo presso impianti sportivi ed in pertinenze -con superficie di almeno 3.000 mq- di locali di pubblico spettacolo e di medie e grandi strutture di vendita.

**B) IMPIANTI PUBBLICITARI SU PARETI CIECHE.**

Tali manufatti possono avere dimensioni massime pari al 60% della parete su cui insistono. Possono essere quadrati o rettangolari e devono essere posizionati centralmente sulla parete lasciando almeno 50 cm dai margini dell'edificio. Non potendo creare pregiudizio a terzi, il richiedente deve preventivamente ottenere il consenso del proprietario dell'immobile/condominio su cui il manufatto insiste e di quei soggetti cui il manufatto possa recare concreto pregiudizio ivi compresa la fase di cambio messaggio. Presupposto per il rilascio ed il rinnovo dell'autorizzazione è di impegnarsi a mantenere la facciata oggetto dell'intervento in buono stato di manutenzione.

Gli impianti pubblicitari su pareti cieche non sono ammessi nella zona 1 e nella zona 4 di cui all'art. 4 nonché sugli immobili classificati dal vigente Regolamento Urbanistico come: Emergenze di valore storico architettonico, Emergenze di interesse documentale del moderno, Tessuto storico o storicizzato prevalentemente seriale, edifici singoli o aggregati di interesse documentale, nonché su tutti gli immobili ricadenti in Zona A.

**LA PREVISIONE NON ESISTE PIU' IN QUANTO DISCIPLINATA DA REGOLAMENTO SULLE PUBBLICHE AFFISSIONI**



B.2 Stendardo porta manifesti

B.2.1 - formato piccolo - cm 100x140, cm 140x100 (2 fogli)

B.2.2 - formato medio - cm. 140x200, cm 200x140 (4 fogli)

B.2.3 - formato grande - cm. 280x200, cm 200x280 (8 fogli)

B.4 Tabella a muro

B.4.1 - formati piccoli - cm 140x100, cm 100x140 (2 fogli);

B.4.2 - formati medi - cm 140x200, 200x140 (4 fogli), 280x200, 200x280 (8 fogli);

B.4.3 - formati grandi - cm 400x280 (16 fogli), cm. 420x200 (12 fogli).

2. L'Amministrazione Comunale si riserva l'utilizzo degli impianti per l'affissione istituzionale nel limite massimo del 30%.

#### **ART. 16 PROGETTO UNITARIO DELLE AREE BIKE SHARING**

1. Nell'attività di noleggio automatico di biciclette (*bike-sharing*) lo sfruttamento pubblicitario all'interno del territorio cittadino, deve avvenire sulla base di un progetto unitario che localizzi compiutamente tutti gli impianti pubblicitari. Il progetto deve essere approvato dalla Giunta Comunale in conformità alle previsioni degli atti della procedura di evidenza pubblica per l'affidamento del servizio.

2. Sulle biciclette e sui totem elettronici che permettono lo sgancio dai punti di attacco delle biciclette vigono le seguenti limitazioni:

- la pubblicità non potrà sporgere rispetto al telaio del veicolo

- la pubblicità sul totem elettronico non dovrà sporgere dalla sagoma del medesimo e sarà misurata secondo la figura geometrica elementare più idonea a ricomprendere il messaggio;

- sarà soggetta ad autorizzazione, ancorché non rientri nelle quantità di cui all'art. 5.

Il numero e la tipologia degli impianti ammessi saranno definiti dallo specifico bando di gara.

3. Per ciascuna delle stazioni ricadenti in zona 1- la ed 1b il numero e la tipologia degli impianti ammessi saranno definiti dallo specifico bando di gara. Un lato sarà utilizzato per fini pubblicitari mentre l'altro lato potrà essere utilizzato per fini di comunicazione istituzionale secondo le previsioni della procedura di gara.

4. Ai fini del raggiungimento della superficie pubblicitaria individuata nella procedura di gara per l'affidamento, entro i limiti delle

LA PREVISIONE NON ESISTE PIU'



riserve stabilite dal presente Regolamento, nel progetto unitario di cui al comma 1 potranno essere previsti ulteriori impianti, che dovranno essere installati nelle altre zone previste dal presente Regolamento, ferma restando la facoltà di utilizzo di un lato degli impianti per fini istituzionali, secondo le previsioni della procedura di gara.

#### **ART. 17 PUBBLICITA' SU CANTIERI E PONTEGGI**

1. La pubblicità su cantieri e ponteggi deve inserirsi armoniosamente e con decoro nell'ambiente urbano.

2. In caso di opere esclusivamente interne all'edificio non è in alcun modo assentibile la collocazione di impianti pubblicitari, fermo restando l'obbligo del decoro del ponteggio, da garantire, ove ritenuto necessario, anche per la particolare ubicazione dello stesso, mediante l'apposizione di telo riprodotto esclusivamente la facciata dell'edificio.

3. E' consentita l'installazione di pubblicità su cantieri dell'Amministrazione Comunale, su decisione della stessa. In materia di sponsorizzazioni si applicano le disposizioni di cui all'art. 9 del presente Regolamento.

4. L'installazione di pubblicità di cantieri e ponteggi di privati è autorizzata ai sensi del presente articolo. La relativa istanza deve essere corredata da un progetto che espliciti il messaggio pubblicitario in termini dimensionali e di contenuto.

5. Nella zona 1, zona 1a e zona 1b del Regolamento, la superficie degli impianti pubblicitari di privati da apporre sulle recinzioni non può essere superiore al 20% della superficie complessiva della recinzione di cantiere calcolata moltiplicando la lunghezza effettiva della stessa per un'altezza convenzionale di ml. 3. Nelle Zone 2, 2a, e 3 del Regolamento, la superficie degli impianti pubblicitari di privati da apporre sulle recinzioni non può superare il 40% della superficie complessiva di recinzione di cantiere stessa, sempre calcolata moltiplicando la lunghezza della stessa per l'altezza convenzionale di ml. 3.

In tutte le zone di cui sopra sono ammessi impianti pubblicitari di dimensioni massime pari a mq. 12,00. Gli impianti potranno essere privi di luce o retroilluminati.

Il richiedente dovrà attrezzare una parte di recinzione pari al 20% della stessa, da destinare a rappresentare l'opera in costruzione ed ad informare i cittadini sulla

#### **VEDI ART. 21 Nuovo Regolamento**

#### **ART. 21. IMPIANTI PUBBLICITARI TEMPORANEI SU PONTEGGI E CESATE DI CANTIERE**

1. Le istanze di autorizzazione all'installazione di impianti pubblicitari temporanei su ponteggi e cesate di cantiere soggetti all'art. 49 del D.lgs. 42/2004 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 riprodotto completamente il prospetto dell'edificio coperto dal ponteggio oggetto di intervento. E' 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 secondo la modulistica prevista dalla Direzione competente in materia di Attività Economiche.

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 secondo la modulistica prevista dalla Direzione competente in materia di Attività economiche.

5. Nella zona 1 - esclusi i luoghi di cui ai successivi commi 6 e 7 -, e nelle zone 2, 3 e 4 di cui all'art. 4, la durata complessiva massima dell'esposizione pubblicitaria è di 12 mesi, non prorogabile. La superficie pubblicitaria è autorizzabile nella misura del 20% della superficie riprodotto il tratto architettonico totale della gigantografia. In caso di *art wall* su tela, che riporti il logo/ragione sociale in ragione del 5% dell'*art wall*, la porzione pubblicitaria costituita dall'*art wall* stesso può essere aumentata fino al 40%.

6. Non è consentita l'esposizione pubblicitaria su ponteggi/cantieri nelle seguenti ubicazioni: Piazza Duomo, Piazza San Giovanni e Piazza della Signoria, eccezion fatta che per i cantieri finalizzati al restauro del patrimonio di cui all'art. 10 comma 1 del Codice dei Beni Culturali. In quest'ultimo caso, l'esposizione non può comunque superare il 30% - in caso di *art wall* il 40% - della superficie frontale di una sola facciata e realizzata su una sola facciata nell'eventualità di un



realizzazione della stessa.

Per non rendere gli interventi pubblicitari una consequenzialità di affissioni che coprono solo una parte limitata dell'intera recinzione, la pubblicità non deve avere carattere di continuità; a tal fine, fra un'immagine pubblicitaria e l'altra, dovrà, inderogabilmente, essere garantito un intervallo uguale a quello utilizzato. In alternativa potranno essere realizzati impianti, della medesima tipologia, accoppiati a 2 a 2 con una distanza fra gli stessi pari alla metà della dimensione orizzontale utilizzata, purché fra una coppia ed il successivo impianto sia garantita una distanza non inferiore a ml. 8,00=.

6. Tenuto conto del particolare pregio artistico e storico delle Zone 1, 1a ed 1b ed al fine di evitare che attraverso gli impianti pubblicitari correlati a cantieri, ponteggi e/o recinzioni venga vanificata la finalità di tutela delle stesse, che sta alla base dei vincoli all'installazione di impianti pubblicitari ordinari, l'istanza dei privati dovrà specificare dettagliatamente la tipologia del messaggio pubblicitario. Il rilascio dell'autorizzazione è subordinato alla valutazione da effettuarsi ai sensi degli articoli 8, 25 e 26 del presente Regolamento, e nel rispetto di appositi indirizzi deliberati dalla Giunta Comunale. Relativamente alla pubblicità su ponteggi, la variazione del messaggio pubblicitario dovrà sempre essere richiesta con specifica istanza, ed ottenere apposito provvedimento, da parte della Direzione Attività Economiche. La Giunta si riserva la facoltà di determinare con proprio atto modalità, forme, limiti e divieti per l'inserimento di impianti pubblicitari su ponteggi e recinzioni di cantiere nonché per la variazione del messaggio pubblicitario, laddove ne sia prevista la collocazione in piazze, vie, strade ed altri spazi aperti urbani di interesse artistico e storico nonché su immobili di proprietà pubblica o privata di interesse artistico, storico, archeologico od etnoantropologico.

7. L'istanza per l'autorizzazione di pubblicità su ponteggi e cantieri dovrà essere accompagnata da dichiarazione indicante gli estremi del procedimento edilizio relativo all'immobile su cui insiste il ponteggio o cantiere. Per le gigantografie artistiche e per gli allestimenti pubblicitari di cui al comma 5 è necessaria inoltre la contestuale dichiarazione che negli ultimi cinque anni non è stata apposta pubblicità per il medesimo

cantiere con esposizione su più lati. Non potrà esserci comunque contemporaneamente più di un impianto per Piazza. La durata massima dell'esposizione pubblicitaria, pari a 12 mesi, può essere prorogata per ulteriori 12 mesi, previa acquisizione della relativa approvazione da parte della Giunta, salvo che il restauro non richieda un tempo più lungo asseverato dalla locale Soprintendenza, che giustifichi un'ulteriore proroga.

7. Nel caso di ponteggi/cantieri su edifici privati nelle Piazze di cui al comma precedente, potrà essere applicata un'agevolazione sul canone di occupazione di suolo pubblico, come determinata nel relativo Regolamento, a fronte dell'apposizione di comunicazione istituzionale da collocarsi in uno spazio non superiore al 30% della superficie frontale di una sola facciata del ponteggio/cantiere.

8. Le installazioni pubblicitarie su ponteggi che interessino Palazzo della Signoria, la Cattedrale di Santa Maria del Fiore, il Battistero di San Giovanni, il Campanile di Giotto e Ponte Vecchio devono acquisire approvazione da parte della Giunta.

9. 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.

10. 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/affitarsi o delle insegne autorizzate degli esercizi sottostanti.

11. 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 della competente direzione Servizi Tecnici.

12. Qualora la recinzione di cantiere o la cesata siano riferite a lavori che riguardano gli esercizi fronte strada, può essere presentata SCIA con la modulistica predisposta dalla Direzione competente in materia di Attività economiche per pubblicità provvisoria riferita esclusivamente all'attività in essi esercitata o di prossima apertura.



immobile.

8. La durata delle autorizzazioni sia per ponteggi che per cantieri non potrà superare l'effettivo periodo di svolgimento dei lavori e comunque non oltre 12 mesi.

Eventuali proroghe verranno valutate dalla Giunta su progetti che rispondano a criteri di decoro o di rilevante interesse pubblico e comunque comprensivi di documentazione atta ad asseverare l'impossibilità tecnica di conclusione dei lavori entro il termine sopracitato.

9. La pubblicità su cesate si può riferire alla sola attività svolta all'interno dei locali oggetto di ristrutturazione.

10. I suddetti impianti sono sottoposti al regime di cui ai Titoli V e VI del Regolamento.

#### **ART. 18 PROGETTO UNITARIO DELLE AREE FERROVIARIE**

1. I cartelli e gli altri mezzi pubblicitari posti lungo le sedi ferroviarie, quando siano visibili dalla strada, sono soggetti alle disposizioni dell'art. 23 del Codice della Strada e la loro collocazione viene autorizzata dall'ente Ferrovie dello Stato, previo nullaosta dell'ente proprietario della strada.

2. Gli impianti in area ferroviaria dovranno essere individuati all'interno di un apposito progetto unitario approvato dalla Giunta Comunale, che tenga conto delle caratteristiche stesse dell'ambito ferroviario, di fattori ambientali, architettonici, di decoro urbano e redatto nel rispetto dell'articolo 25 del presente Regolamento. Il rilascio del nulla osta di cui al comma 1 avviene solo previa presentazione del progetto e subordinatamente alla verifica delle condizioni stabilite dal presente Regolamento.

3. Il Progetto unitario, redatto ai sensi dell'articolo 12, dovrà localizzare compiutamente tutti gli impianti pubblicitari proposti e contenere:

- a. Analisi dello stato attuale degli spazi interessati dall'intervento evidenziando il degrado funzionale e visivo e gli elementi in contrasto con il presente Regolamento
- b. Proposta progettuale corrispondente alle prescrizioni del presente Regolamento che:
  - evidenzi gli impianti previsti e la loro congruità con le prescrizioni del presente Regolamento;
  - valuti il corretto inserimento ambientale dei nuovi impianti;
  - tenga conto delle caratteristiche

**LA PREVISIONE NON ESISTE PIU'. La disciplina è nazionale, il progetto unitario è già stato approvato dalla Giunta nel 2016.**



morfologiche, formali, compositive ed architettoniche dello spazio interessato dall'intervento e del suo intorno urbano;  
- contribuisca a diminuire l'inquinamento visivo della scena urbana;  
- risponda alle esigenze di circolazione e di traffico.

4. Con l'approvazione del Progetto Unitario si intende rilasciato il nullaosta di competenza del Comune.

Resta ferma l'applicazione della legge 18 marzo 1959, n. 132.

### **TITOLO III**

### **ALTRA PUBBLICITÀ EFFETTUATA SU SUOLO PUBBLICO E PRIVATO**

#### **ART. 19**

#### **PUBBLICITÀ FONICA**

1. Pubblicità fonica effettuata a mezzo di appositi apparecchi amplificatori e simili, è ammessa all'interno degli impianti sportivi e, previa autorizzazione, su suolo pubblico solo se finalizzata alla promozione di manifestazioni sportive o di particolare rilevanza cittadina o nazionale, limitatamente alla durata della manifestazione stessa.

2. È ammessa la pubblicità dei candidati a cariche pubbliche nel periodo della campagna elettorale, con le modalità e prescrizioni previste dalla legge.

3. La stessa comunque, non potrà superare i limiti massimi di esposizione al rumore, fissati dal D.P.C.M. del 1.03.1991 e ss.mm.ii.

4. Ai fini di cui all'art. 155 del D.Lgs. 30/04/1992 n. 285 e ss.mm.ii., con gli autoveicoli, motoveicoli, rimorchi e ciclomotori, non è consentito effettuare pubblicità fonica. Possono essere diffusi unicamente messaggi di pubblico interesse disposti dall'autorità di pubblica sicurezza o dal Sindaco.

#### **ART. 20**

#### **PUBBLICITÀ A MEZZO AEROMOBILI O PALLONI FRENATI E NATANTI**

1. La pubblicità a mezzo aeromobili o palloni frenati è ammessa, previa autorizzazione, esclusivamente in occasione di manifestazioni sportive o di particolare rilevanza cittadina e nazionale.

2. Gli aeromobili potranno stazionare nei luoghi ove avviene la manifestazione o, se in volo, solo regolarmente autorizzati dalla competente autorità ministeriale.

3. È vietata qualsiasi forma di pubblicità sui natanti.

4. La durata dell'autorizzazione è strettamente legata alla durata della manifestazione.

#### **VEDI Art. 29 nuovo regolamento**

#### **ART. 29 PUBBLICITÀ FONICA, A MEZZO AEROMOBILI O PALLONI FRENATI E NATANTI**

1. Non è consentito effettuare pubblicità fonica sulla pubblica via.

2. 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 SCIA sulla modulistica predisposta dalla Direzione competente in materia di Attività Economiche per pubblicità in manifestazione.

3. È vietata qualsiasi forma di pubblicità sui natanti.

#### **VEDI SOPRA**



**ART. 21 PUBBLICITA' SUI VEICOLI**

1. L'apposizione sui veicoli di pubblicità non luminosa è consentita, salvo quanto previsto ai commi 3 e 4, unicamente se non effettuata per conto terzi a titolo oneroso e se realizzata con sporgenze non superiori a 3 cm rispetto alla superficie del veicolo sulla quale sono applicate, fermi restando i limiti di cui all'articolo 61 del Codice della Strada.

Sulle autovetture ad uso privato è consentita unicamente l'apposizione del marchio e della ragione sociale della ditta cui appartiene il veicolo.

2. La pubblicità non luminosa per conto terzi è consentita sui veicoli adibiti al trasporto di linea e non di linea alle seguenti condizioni:

- a) che non sia realizzata mediante messaggi variabili;
- b) che non sia esposta sulla parte anteriore del veicolo;
- c) che sulle altre parti del veicolo sia posizionata, rispetto ai dispositivi di segnalazione visiva e di illuminazione ed alle targhe, in modo tale da non ridurre la visibilità e la percettibilità degli stessi;
- d) che sia contenuta entro forme geometriche regolari;
- e) che, se realizzata mediante pannelli aggiuntivi, gli stessi non sporgano di oltre 3 cm rispetto alla superficie sulla quale sono applicati.

3. La pubblicità non luminosa per conto terzi è consentita sui veicoli adibiti al servizio taxi unicamente se effettuata mediante scritte con caratteri alfanumerici, abbinati a marchi e simboli, ed alle seguenti ulteriori condizioni:

- a) che sia realizzata con pannello rettangolare piano bifacciale, saldamente ancorato al di sopra dell'abitacolo del veicolo e posto in posizione parallela al senso di marcia. Il pannello deve avere le dimensioni esterne di 75x35 cm e la pubblicità non deve essere realizzata con messaggi variabili;
- b) che sia realizzata tramite l'applicazione sul lunotto posteriore del veicolo di pellicola della misura di 100x12 cm;
- c) che sia realizzata tramite l'applicazione di pellicola sulle superfici del veicolo ad esclusione di quelle vetrate. Le esposizioni pubblicitarie di cui alle lettere a) e c) sono alternative tra loro. I veicoli adibiti al servizio taxi sui quali sono esposti messaggi pubblicitari di cui al capo a) non possono circolare sulle autostrade.

4. L'apposizione di scritte e messaggi pubblicitari rifrangenti è ammessa sui veicoli unicamente alle seguenti condizioni:

**VEDI art. 30 nuovo Regolamento****ART. 30 PUBBLICITA' 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 previa presentazione di apposita SCIA corredata da tutte le dichiarazioni ed allegati secondo la modulistica predisposta dalla Direzione competente in materia di Attività Economiche.

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.



- a) che la pellicola utilizzata abbia caratteristiche di rifrangenza non superiori a quelle di classe 1;
- b) che la superficie della parte rifrangente non occupi più di due terzi della fiancata del veicolo e comunque non sia superiore a 3 m<sup>2</sup>;
- c) che il colore bianco sia contenuto nella misura non superiore ad 1/6 della superficie;
- d) che sia esposta unicamente sui fianchi del veicolo a distanza non inferiore a 70 cm dai dispositivi di segnalazione visiva;
- e) che non sia realizzata mediante messaggi variabili.

5. In tutti i casi, le scritte, i simboli e la combinazione dei colori non devono generare confusione con i segnali stradali e, in particolare, non devono avere forme di disco o di triangolo, né disegni confondibili con i simboli segnaletici regolamentari di pericolo, obbligo, prescrizione o indicazione.

6. All'interno dei veicoli è proibita ogni scritta o insegna luminosa pubblicitaria che sia visibile, direttamente o indirettamente, dal conducente o che comunque possa determinare abbagliamento o motivo di confusione con i dispositivi di segnalazione visiva e di illuminazione dei veicoli stessi.

7. Le disposizioni di cui ai commi precedenti non si applicano ai veicoli al seguito delle competizioni sportive autorizzate ai sensi dell'articolo 9 del Codice della Strada.

#### **ART. 22 VEICOLI SPECIALI DESTINATI A PUBBLICITÀ ITINERANTE**

1. È vietata la pubblicità effettuata mediante la sosta, in strade e piazze pubbliche o in vista di esse, di veicoli di cui all'art. 54 lett g) del D.Lgs. 30/04/1992 n. 285 e art 203 comma 2 lett q) del DPR 16/12/1992 n. 495, all'art. 53, comma 1, lett. g) e h), del D.Lgs. 30/04/1992 n. 285, art. 200, comma 2, lett. e) del DPR 16/12/1992 n. 495 e ss.mm.ii.

2. Su detti veicoli in sosta la pubblicità dovrà essere rimossa ovvero coperta in modo tale che sia privata di efficacia.

3. Qualora le disposizioni di cui al comma precedente siano disattese e ferme restando le altre sanzioni vigenti in materia, il mezzo pubblicitario sarà considerato abusivo ai sensi dei successivi artt. 48 e 49 del presente Regolamento e si procede ai sensi del successivo art. 50. Le disposizioni di cui ai commi precedenti si applicano anche ai veicoli di cui all'art. 52 del D.Lgs. 30.04.1992 n. 285 nonché all'art. 56 del medesimo

**VEDI SOPRA**



decreto.

**ART. 23 PUBBLICITÀ IN LUOGHI PUBBLICI O APERTI AL PUBBLICO**

1. All'interno dei locali adibiti alla vendita di beni o alla prestazione di servizi e nei locali di pubblico spettacolo è consentita l'esposizione di materiale pubblicitario cartaceo o simili e la pubblicità effettuata con mezzi audiovisivi. Detto materiale può essere contenuto anche in appositi contenitori. Il materiale comunque esposto o proiettato, non potrà in alcun modo essere visibile dalla pubblica via ed avere dimensioni superiori a mq. 2. All'interno degli ascensori, ai sensi della L. 14.07.93 n. 235 e del D.P.R. 16.01.95 n. 42, è ammessa l'esposizione di pubblicità, con superficie complessiva massima di 1 mq, con esclusione di proiezioni luminose sia a luce fissa che intermittente o variabile, ovvero a mezzo apparecchi sonori.

2. Previa autorizzazione è effettuabile la pubblicità mediante distribuzione di manifesti od altro materiale pubblicitario ovvero mediante persone circolanti con cartelli ed altri mezzi pubblicitari sul territorio comunale. Tali forme di pubblicità sono sempre vietate nella zona 1 indicata all'art. 10 del presente Regolamento e nelle altre zone individuate di volta in volta con ordinanza sindacale adottata ai sensi e per le finalità di cui all'art. 1, commi 1 e 2 del presente Regolamento. Nell'autorizzazione vengono specificati i luoghi, i giorni e il numero delle persone impiegate sulla base dei quali verrà calcolato il canone.

3. Qualunque tipo di pubblicità commerciale effettuata a mezzo di proiezioni luminose con qualsiasi tipo di apparecchio è sempre vietata ad eccezione della zona 3, sia che si tratti di proiezioni su suolo o edifici pubblici, sia che si tratti di proiezioni su edifici e spazi privati. Tale tipo di pubblicità deve comunque sempre rispettare i requisiti previsti nell'Allegato 1 del presente regolamento e la normativa specifica di riferimento.

4. I cartelli riguardanti la locazione e la compravendita di beni immobili e/o posti auto quando siano di dimensioni superiori ad un quarto di metro quadrato e/o riportino la ragione sociale o l'attività di colui che vende o affitta a condizione che siano collocati sul bene interessato e/o nelle sue pertinenze. Gli impianti pubblicitari riferiti alla vendita o alla locazione di immobili di nuova o vecchia costruzione dovranno avere la caratteristica di

**VEDI art. 31 Nuovo Regolamento**

**ART. 31 PUBBLICITÀ TEMPORANEA EFFETTUATA IN LUOGHI PUBBLICI O APERTI AL PUBBLICO**

1. Previa presentazione di apposita SCIA sulla modulistica predisposta dalla Direzione competente in materia di Attività Economiche 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 1 indicata all'articolo 4 del presente Regolamento.

b. l'esposizione di mezzi pubblicitari di locazione e vendita di beni immobili e/o posti auto. Può avere dimensione massima pari ad un sesto di ciascuna facciata interessata. Può essere collocata sul bene o nelle sue pertinenze per la durata massima di 365 giorni. Qualora siano di dimensioni inferiori ad un quarto di metro quadrato e non rechino ragioni sociali non è richiesto alcun adempimento.

c. campagne pubblicitarie temporanee (di durata non superiore a 90 giorni) effettuabili con cartelli/vetrofanie etc. presso la sede delle attività o nei resedi esclusivi 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 nei resedi ad uso esclusivo delle attività commerciali e produttive e nelle aree di distribuzione di carburante.

d. 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.

e. standardi 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.



cartello pubblicitario non luminoso ed una dimensione massima di mq. 3, da collocarsi su pareti o ponteggi degli immobili stessi. Detta pubblicità, nel rispetto di quanto previsto dal D. Lgs. n. 42/04, potrà essere autorizzata in tutto il territorio cittadino; in presenza di ponteggi essa dovrà essere posizionata ad un'altezza di oltre mt. 3 da terra.

**5. Le Bandiere:**

- rappresentanti antiche arti e mestieri cittadini o aventi altro contenuto indicato dall'Ufficio competente in materia di Tradizioni Popolari Fiorentine dovranno essere realizzate esclusivamente in tela di cotone senza aggiunte di carta, plastica o altro materiale con dimensioni massime di 2,5 mq. Tali elementi potranno essere autorizzati limitatamente alla stretta durata di specifici eventi.

- pubblicitarie poste nei resedi ad uso esclusivo delle attività commerciali e produttive, nelle aree di distribuzione di carburante, come specificatamente indicate negli strumenti urbanistici comunali, sono autorizzabili se pubblicizzano il proprio marchio o quello di prodotti commercializzati nei suddetti spazi o se riferibili a campagne pubblicitarie svolte dall'azienda che ha sede nel luogo, a condizione che abbiano una superficie massima di 2,5 mq. e che il loro numero non sia superiore a dieci per ciascun insediamento.

6. Potranno essere autorizzati, mezzi pubblicitari in forma provvisoria per manifestazioni culturali, sportive, commerciali.

**TITOLO IV**

**AUTORIZZAZIONE PER  
L'INSTALLAZIONE DI IMPIANTI  
PUBBLICITARI**

**ART. 24 MODALITA' DI RILASCIO  
DELL' AUTORIZZAZIONE**

1. Per tutte le fattispecie di impianti pubblicitari contemplate nel presente Regolamento nonché per le tipologie di altra pubblicità su suolo pubblico e privato, non trova applicazione l'istituto del silenzio-assenso né della segnalazione certificata di inizio attività di cui agli artt. 19 e 20 della Legge 7.08.90 n. 241 e ss.mm.ii., atteso che il rilascio dell'autorizzazione comunale alla collocazione di impianti pubblicitari comporta valutazioni tecniche e discrezionali nell'ambito di limiti di contingente complessivo.

Vedi art. 19 nuovo regolamento

**ART. 19 AUTORIZZAZIONE  
ALL'INSTALLAZIONE**

1. L'installazione degli impianti pubblicitari sia su suolo pubblico che in aree private, è soggetta ad autorizzazione. L'istanza deve essere presentata allo Sportello Unico Attività Produttive (SUAP) con la specifica modulistica predisposta e deve essere corredata dalla documentazione ivi prevista dal soggetto che ha titolo per richiedere l'autorizzazione.

2. L'elenco degli elaborati necessari alla presentazione delle istanze è definito nella specifica modulistica predisposta dalla Direzione competente in materia di Attività Economiche.

3. L'istanza per la richiesta di autorizzazione



2. Tutte le domande e/o comunicazioni previste dal presente Regolamento devono essere indirizzate esclusivamente alla Direzione Attività Economiche, e possono essere compilate sui moduli predisposti dall'Amministrazione. L'elenco degli elaborati necessari alla presentazione dei progetti è contenuto nell'Allegato 3 alle presenti norme che sarà aggiornato da parte della Direzione competente a seguito di eventuali modifiche normative.

3. Il procedimento autorizzatorio avrà la durata di novanta giorni che decorreranno con le modalità di cui al vigente Regolamento comunale in materia di procedimento amministrativo.

4. Entro il termine stabilito dal precedente comma, qualora la domanda sia completa della documentazione prevista nell'Allegato 3, l'ufficio competente provvede a rilasciare la relativa autorizzazione o comunicare motivato diniego; nel caso in cui la domanda non sia corredata dalla documentazione prevista, ovvero nel caso in cui il responsabile del procedimento ritenga di dover acquisire ulteriore documentazione, ne fa richiesta entro 30 giorni dalla data di presentazione della domanda. Qualora l'ulteriore documentazione richiesta non sia prodotta dall'interessato entro 30 giorni dalla richiesta stessa, la domanda sarà archiviata.

5. L'autorizzazione per installare e modificare impianti 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.

6. Quando gli impianti pubblicitari siano installati in strade ricadenti nel demanio provinciale o statale, l'autorizzazione è subordinata al preventivo nulla osta dell'ente proprietario della strada. Quando i cartelli o altri mezzi pubblicitari collocati su una strada, siano visibili da un'altra strada appartenente ad ente diverso, l'autorizzazione è subordinata al preventivo nulla osta di quest'ultimo.

7. In ogni caso il rilascio del titolo autorizzatorio agli affidatari di pubblici servizi, che utilizzino gli impianti o strutture, ricadenti in aree pubbliche, finalizzate allo svolgimento dei servizi medesimi, per l'installazione dei manufatti pubblicitari, può essere condizionato ad utilità pubbliche, anche in termini di servizi per la città e l'utenza.

8. Qualora pervengano istanze relative a proposte di installazione di impianti

all'installazione di impianti pubblicitari deve essere riferita ad un solo impianto ad eccezione delle istanze che si riferiscono a più impianti insistenti sulla medesima area.

4. Il rilascio dell'autorizzazione avverrà nei limiti dei contingenti di cui all'articolo 6.

5. Per l'installazione di impianti pubblicitari di cui al presente Titolo, non trova applicazione l'istituto del silenzio-assenso. La durata del procedimento dalla presentazione dell'istanza completa di tutta la documentazione - in considerazione della complessità dell'istruttoria - è di 90 giorni.



pubblicitari nella medesima area la priorità è determinata dalla data di presentazione della richiesta.

#### **ART. 25 CONTENUTO DEL MESSAGGIO PUBBLICITARIO**

1. Sugli edifici e nelle aree tutelati come beni culturali e paesaggistici la collocazione di impianti pubblicitari è ammessa nelle forme, dimensioni, modalità di installazione e posizionamento e materiali consentiti dalla vigente normativa di settore (D.Lgs.42/2004 e ss.mm.ii. e conformemente al presente Regolamento).

2. Il messaggio pubblicitario di qualsiasi natura, sia essa istituzionale, culturale, sociale o commerciale, deve garantire il rispetto della dignità umana e dell'integrità della persona; non deve comportare discriminazioni dirette o indirette, né contenere alcun incitamento all'odio basato su sesso, razza o origine etnica, religione o convinzioni personali, disabilità, età o orientamento sessuale; non deve contenere elementi che, valutati nel loro contesto, approvino, esaltino o inducano alla violenza contro le donne o richiamino la mercificazione del corpo, ovvero veicolino messaggi ed immagini allusive o che facciano esplicito riferimento ad attività di spettacoli a sfondo erotico.

3. A tal fine è necessaria, all'atto della presentazione della richiesta di autorizzazione all'installazione del mezzo pubblicitario, apposita dichiarazione in tal senso da parte del richiedente, come previsto all'Allegato 3 – Elenco della documentazione necessaria alla presentazione dei progetti, costituente parte integrante e sostanziale del presente Regolamento.

4. Qualora il richiedente abbia accettato i codici di autodisciplina della Comunicazione Commerciale ovvero abbia inserito nei propri contratti una speciale clausola di accettazione dei summenzionati codici, o aderisca ad associazione che abbia fatto propri tali codici, deve redigere, sotto la propria responsabilità, apposita comunicazione da presentare insieme alla richiesta di autorizzazione.

5. In caso di riscontrata mancata conformità ai criteri di cui sopra l'autorizzazione non verrà rilasciata ovvero ne sarà sospesa la validità fino alla riproposizione di un nuovo messaggio pubblicitario, conforme ai principi medesimi.

#### **ART. 26 DIVIETI DI PROPAGANDA PUBBLICITARIA E RESPONSABILITÀ**

Vedi Art. 10 nuovo regolamento

#### **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 su razza o origine etnica, religione o convinzioni personali, disabilità, età o orientamento sessuale, 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 di spettacoli a sfondo erotico.

2. Nella Zona Unesco, i bozzetti pubblicitari devono garantire sobrietà ed essere rispettosi del contesto storico e architettonico circostante. A tal fine ogni variazione del messaggio pubblicitario deve sempre ottenere apposito provvedimento autorizzatorio previa presentazione di specifica istanza.

#### **VEDI ART. 11 NUOVO REGOLAMENTO ART. 11 DIVIETI DI PUBBLICITÀ**



#### **DEL COMUNE**

1. In tutto il territorio comunale è vietata la pubblicità di qualsiasi tipo di gioco d'azzardo, intendendosi per tale ogni gioco, lotteria, scommessa o concorso pronostico che consiste nell'effettuare una puntata, scommessa o impiego di denaro o di altri beni al fine di ottenere una vincita al verificarsi di un evento futuro, sia in caso di gioco d'azzardo sia tramite operatori fissi, sia tramite operatori *on line*, anche se in possesso di regolare concessione amministrativa rilasciata all'Amministrazione autonoma dei monopoli di Stato (AAMS). Sono esclusi dal divieto: i concorsi a premi, indetti ai sensi di quanto disposto dal regolamento di cui al decreto del Presidente della Repubblica 26 ottobre 2001, n. 430; le lotterie, le tombole e le pesche o banchi di beneficenza, indetti da associazioni o fondazioni, disciplinati dagli articoli 14 e seguenti del codice civile, o dalle organizzazioni non lucrative di utilità sociale di cui all' articolo 10 del decreto legislativo 4 dicembre 1997, n. 460, e successive modificazioni; lotterie nazionali.

2. Nelle insegne o nei messaggi pubblicitari, non possono essere utilizzati il termine "casinò", in quanto riservato alle case da gioco autorizzate con Legge dello Stato, né altri termini che richiamino il concetto di "gioco di azzardo".

3. Chi trasgredisce al divieto di cui al precedente comma è soggetto alla sanzione amministrativa prevista dall'art. 7 bis del Testo Unico degli Enti Locali in caso di violazione dei regolamenti comunali.

4. I proventi di dette sanzioni amministrative sono destinati all'informazione ed educazione sanitaria, con particolare riferimento alla prevenzione della ludopatia.

5. Il Comune non assume alcuna responsabilità, sia in sede civile che penale, per eventuali infrazioni, danni o altro che, in conseguenza dei mezzi pubblicitari esposti possano derivare a persone o cose.

6. Il Comune resta sollevato da ogni responsabilità derivante dall'eventuale infrazione alle disposizioni di legge e regolamentari.

#### **ART. 27 VARIAZIONI DEL MESSAGGIO PUBBLICITARIO**

1. E' consentita la variazione del messaggio sugli impianti pubblicitari, senza alcuna comunicazione all'ufficio a condizione che non sia alterata la struttura dell'impianto, né

1. In materia di gioco lecito si rimanda al vigente Regolamento in materia approvato con Deliberazione di Consiglio Comunale.

#### **VEDI Comma 1 art. 20 nuovo regolamento**

La variazione del messaggio pubblicitario è consentita senza alcuna comunicazione all'ufficio purché effettuata nel rispetto degli artt. 10 e 11 sia per gli impianti di cui all'articolo 17, che all'articolo 18.