

COMUNE DI FIRENZE

## **PIANO GENERALE DEGLI IMPIANTI PUBBLICITARI**

*[Delibera del C.C. n. 20 del 27.03.2001](#), modificata con [Delibera C.C. n. 83 del 25.02.2002](#) e [Delibera C.C. n. 178 del 24.03.2003](#), n. 226 del 31.03.2003, [Delibera C.C. n. 6 del 09.02.2004](#), [Delibera C.C. n. 30 del 30.03.2004](#) e [Delibera C.C. n. 40 del 13.04.2004](#) e [Delibera C.C. n.26 del 30.03.2005](#) e [Delibera C.C. n. 11 del 06.03.2006](#)*

### **INDICE**

#### **TITOLO I - DISCIPLINA DEL PGIP**

Art. 1

CONTENUTI DEL PIANO E DEL REGOLAMENTO

Art. 2

IMPIANTI DISCIPLINATI DAL PRESENTE PIANO

Art. 3

DIMENSIONAMENTO DEL PIANO

Art. 4

MEZZI PUBBLICITARI NON COSTITUTIVI DEL PIANO GENERALE DEGLI IMPIANTI

Art. 5

CARATTERISTICHE TIPOLOGICHE DEGLI IMPIANTI

Art. 6

MANUFATTI E CARTELLI CON SPONSOR

Art.7

SUDDIVISIONE DEL TERRITORIO COMUNALE

Art.8

AREE DI ADDENSAMENTO PUBBLICITARIO

Art. 9

AMBITI DI ARREDO URBANO

Art. 10

CARATTERISTICHE GENERALI DEGLI IMPIANTI

ART. 11

UBICAZIONE DEGLI IMPIANTI

#### **TITOLO II - ATTUAZIONE DEL PIANO**

Art.12

MODALITA' DI ATTUAZIONE DEL PIANO

Art, 13

INTERVENTO DIRETTO DA PARTE DEI PRIVATI

Art. 14

INTERVENTO DIRETTO DA PARTE DEL SERVIZIO PUBBLICHE AFFISSIONI

Art. 14.bis

AFFISSIONI DIRETTE DEI PRIVATI SU IMPIANTI DI PROPRIETA' DELL'AMMINISTRAZIONE  
COMUNALE

ART. 15

PROGETTO DEGLI AMBITI DI ARREDO URBANO

ART. 16

PROGETTI PARTICOLAREGGIATI DELLE AREE DI ADDENSAMENTO PUBBLICITARIO

ART.17

PROGETTO UNITARIO DELLE AREE FERROVIARIE

### **TITOLO III - ALTRA PUBBLICITA' EFFETTUATA PER CONTO ALTRUI SU SUOLO PUBBLICO E PRIVATO**

Art. 18

PUBBLICITÀ FONICA

Art. 19

PUBBLICITÀ A MEZZO AEROMOBILI E/O PALLONI FRENATI

Art. 20

PUBBLICITÀ PER CONTO TERZI, SUI VEICOLI ADIBITI A TRASPORTO DI LINEA E NON, SUI VEICOLI ADIBITI A SERVIZIO TAXI E BUS-NAVETTA.

Art. 21

PUBBLICITÀ COMMERCIALE IN LUOGHI PUBBLICI O APERTI AL PUBBLICO

Art. 22

PROCEDURA DI PRESENTAZIONE ISTANZA DI AUTORIZZAZIONE DIRETTA

### **TITOLO IV - AUTORIZZAZIONE PER L 'INSTALLAZIONE DI IMPIANTI PUBBLICITARI E PER EFFETTUARE PUBBLICITA' PER CONTO ALTRUI**

Art. 23

RILASCIO DI AUTORIZZAZIONE

Art. 24

VARIAZIONI DEL MESSAGGIO PUBBLICITARIO

Art. 25

DURATA E RINNOVO DELL'AUTORIZZAZIONE

Art. 26

OBBLIGHI DELL'INTESTATARIO DELL'AUTORIZZAZIONE

Art. 27

ANTICIPATA RIMOZIONE

Art. 28

VOLTURA DELL'AUTORIZZAZIONE

Art. 29

CESSAZIONE DELL'AUTORIZZAZIONE

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

Art. 30

ISTITUZIONE DEL CANONE

Art. 31

SOGGETTI TENUTI AL PAGAMENTO DEL CANONE

Art. 32

GESTIONE DELLA PROCEDURA AMMINISTRATIVA

Art. 33

CRITERI PER LA DETERMINAZIONE DELLE TARIFFE DEL CANONE

Art. 34

CLASSIFICAZIONE DEL TERRITORIO COMUNALE AI FINI DELL'APPLICAZIONE DEL CANONE

Art. 35

MAGGIORAZIONI DELLE TARIFFE.

Art.36

TARIFFE DI APPLICAZIONE DEL CANONE SECONDO LE TIPOLOGIE SPECIFICATE NEL PIANO GENERALE DEGLI IMPIANTI E NEL REGOLAMENTO PER LE INSEGNE.

Art. 37

APPLICAZIONE DEL CANONE

Art. 38

ESCLUSIONI

Art. 39

ESENZIONI

Art. 40

RIDUZIONI

Art. 41

AGEVOLAZIONI

Art. 42

MODALITÀ E TERMINI DI PAGAMENTO DEL CANONE PER MEZZI PUBBLICITARI PERMANENTI

Art. 43

MODALITÀ E TERMINI DI PAGAMENTO PER MEZZI PUBBLICITARI TEMPORANEI

Art. 44

AFFIDAMENTO DEL SERVIZIO IN CONCESSIONE

## **TITOLO VI - PENALITÀ E SANZIONI**

Art. 45

MEZZI PUBBLICITARI ABUSIVI O REALIZZATI IN DIFFORMITÀ DALLA AUTORIZZAZIONE

Art. 46

PENALITÀ, SANZIONI, INTERESSI, COPERTURA IMMEDIATA E RIMOZIONE, DECORRENZA DELLA PUBBLICITÀ ABUSIVA

Art. 47

DEFINIZIONE AGEVOLATA DELLE PENALITÀ

Art. 48

DIFFIDA AD ADEMPIERE/INGIUNZIONE DI PAGAMENTO ED ATTIVITÀ DI CONTROLLO

Art. 49

RISCOSSIONE COATTIVA

Art. 50

RIMBORSI

Art. 51

CONTENZIOSO

Art. 51 bis

AUTORIZZAZIONI TACITE NEL PRIMO ANNO DI APPLICAZIONE DEL CIMP

## **TITOLO VII - NORME TRANSITORIE E FINALI**

Art. 52

PIANI PARTICOLAREGGIATI DI CUI ALL'ART. 18 DEL CAPO I DELLA DEL. C.C. 41/98

Art. 53

DISCIPLINA TRANSITORIA CONCERNENTE L'INSTALLAZIONE DEI GONFALONI AI PALI DELLA PUBBLICA ILLUMINAZIONE.

Art. 53-bis

CONVENZIONI PARTICOLARI

Art. 54

IL CONDONO EDILIZIO. ESCLUSIONE DEGLI IMPIANTI PUBBLICITARI DALL'AMBITO DI APPLICAZIONE.

Art. 55

ADEGUAMENTI, DELOCALIZZAZIONI E RIMOZIONI DEGLI IMPIANTI GIA' AUTORIZZATI ED IN CONTRASTO CON LA NUOVA DISCIPLINA

ART. 55 bis

IMPIANTI DELLE PUBBLICHE AFFISSIONI ESISTENTI

ART. 55 ter

SPERIMENTAZIONE PUBBLICITA' MEDIANTE SOSTA VEICOLI SPECIALI EX ART. 20 ULTIMO COMMA

Art. 56

DECADENZE DI CONCESSIONI SU SUOLO PUBBLICO

Art. 57

INSEGNE

Art. 58

NORME ABROGATE E NORME DI RINVIO

Art. 59

NORMA TRANSITORIA PER L'APPLICAZIONE DEL CANONE

Art. 60

DISCIPLINA TRANSITORIA E MISURE DI SALVAGUARDIA DA APPLICARSI NEL PERIODO CHE PRECEDE L'APPROVAZIONE DEL NUOVO PIANO DELLA PUBBLICITÀ

---

## **TITOLO I DISCIPLINA DEL PGIP**

*Art. 1*

**CONTENUTI DEL PIANO E DEL REGOLAMENTO**

Il Piano individua le tipologie degli impianti pubblicitari e disciplina la loro localizzazione nel territorio del Comune di Firenze tenuto conto delle esigenze di carattere sociale ed economico, delle esigenze di tutela ambientale e paesaggistica, delle esigenze di traffico e di sicurezza della circolazione stradale, della qualità dell'ambiente e dell'immagine della città.

Per impianti pubblicitari si intendono i manufatti visibili dagli spazi pubblici o di uso pubblico destinati a supportare:

- Pubblica affissione di natura istituzionale, sociale e comunque non a rilevanza economica;
- Pubblica affissione di natura commerciale
- Affissione diretta dei privati su impianti di proprietà dell'Amministrazione Comunale.
- Pubblicità esterna di privati.

Il Piano è formato dai seguenti Elaborati:

- Relazione Tecnica
- Stato Attuale - Localizzazione degli impianti in scala 1/5.000
- Tavola 1 - Azzonamento del territorio comunale
- Tavola 2 - Impianti su arredo urbano - Individuazione degli ambiti di intervento unitario

Fanno parte integrante del presente Regolamento le seguenti tabelle ed i seguenti allegati

- Tab. A Tipologie ammesse
- Tab. B Distanze
- Tab. C Superficie massima per la pubblicità esterna su impianti su Arredo urbano
- Allegato 1 Requisiti tecnico-prestazionali degli impianti pubblicitari
- Allegato 2 Aree di circolazione classificate per categoria ai fini dell'applicazione del canone

## Art. 2

### IMPIANTI DISCIPLINATI DAL PRESENTE PIANO

Ai fini della disciplina del presente Piano si intendono le seguenti tipologie di impianti pubblicitari:

#### A. Cartello

A.1 - formato fino a mq. 12;

A.2 - formato compreso tra mq. 16 e mq. 18;

#### B. Impianto per affissioni

B1 Vetrina

B2 Stendardo porta manifesti

B2.1 - formato piccolo - cm 100x140, cm 140x100

B2.2 - formato medio - cm. 140x200 200x140

B2.3 - formato grande - cm. 280x200

B3 Poster

B4 Tabella a muro

B4.1 - formati piccoli - 140x100 - 100x140

B4.2 - formati medi - 140x200 200x140, 280x200

B4.3 - formati grandi - 400x280, 420x200

#### C. Opera di particolare pregio

C.1 Impianto pubblicitari su pareti cieca

C1.1 Trompe l'oeil

C1.2 Gigantografia

C.2 Gigantografia su ponteggi

C2.1 artistica

C2.2 pubblicitaria

#### D. Impianto pubblicitario speciale

#### E. Striscione e Stendardo

E.1 striscione

E.2 stendardo

#### F. Gonfalone

#### G. Impianto su arredo urbano

G.1 Supporto informativo

G1.1 - manufatto bifacciale con superficie destinata a messaggi pubblicitari inferiore a mq. 3;

G1.2 - manufatto bifacciale con superficie destinata a messaggi pubblicitari compresa tra mq. 3 a mq. 6;

G1.3 - manufatto trifacciale con superficie destinata a messaggi pubblicitari inferiore a mq. 1,5

G.2 Totem

G.3 Pensilina autobus

G.4 Palina di fermata

G.5 Bagno autopulente

G. 6 Orologio

G. 7 Contenitore per la raccolta differenziata

G. 8 Segnaparcheggio

G. 9 Parapedonale

Gli impianti di tipologia D Impianto pubblicitario speciale nonché gli impianti G. 9 Parapedonale, sono ammessi solo come delocalizzazione di quelli esistenti. Sono disciplinati inoltre i manufatti per la comunicazione/informazione culturale, turistica ed istituzionale, i cartelli segnalanti la realizzazione delle opere pubbliche e quelli segnalanti la sponsorizzazione della manutenzione delle aree verdi

**Art. 3**  
**DIMENSIONAMENTO DEL PIANO**

In tutto il territorio comunale è consentita una superficie globale di 26.400 mq di spazi pubblicitari e per pubbliche affissioni così ripartita:

- Superficie per la pubblica affissione e per le affissioni dirette dei privati su impianti di proprietà dell'Amministrazione Comunale mq. 11.600
- Superficie per la pubblicità esterna mq. 11.000
- Superficie ulteriore negli addensamenti pubblicitari di cui all'art.8. mq. 3.800

La superficie degli impianti per le pubbliche affissioni e per le affissioni dirette dei privati su impianti di proprietà dell'Amministrazione Comunale è destinata per circa il 50% alle affissioni di natura istituzionale, sociale e comunque non a rilevanza economica e per il restante 50% alle affissioni di natura commerciale. La superficie degli impianti destinati alle affissioni dirette dei privati su impianti di proprietà dell'Amministrazione Comunale di cui all'art. 12, comma 3 del D. Lgs. 507/93 e successive modificazioni e integrazioni non potrà eccedere il 20% della superficie delle affissioni di natura commerciale.

La superficie per la pubblicità esterna è destinata per mq 5.350 agli impianti ordinari e per mq 5.650 agli impianti su arredo urbano.

Per pubblicità esterna si intende quella effettuata su impianti privati in aree o spazi pubblici e su aree private.

Sono escluse dalle quantità definite ammissibili dal presente piano quelle riferibili alle tipologie C2-Gigantografie su ponteggi ed E-Striscioni e standardi ed F-Gonfaloni.

Inoltre non rientrano nelle quantità definite ammissibili dal presente piano i manufatti per la comunicazione/informazione culturale, turistica ed istituzionale, i cartelli segnalanti la realizzazione delle opere pubbliche e quelli segnalanti la sponsorizzazione della manutenzione delle aree verdi

**Art. 4**  
**MEZZI PUBBLICITARI NON COSTITUTIVI DEL PIANO GENERALE DEGLI IMPIANTI**

Non rientrano negli impianti disciplinati dal Piano Generale degli Impianti, ma tuttavia soggetti alla disciplina di cui ai Titoli V e VI del presente Regolamento, 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.
- d. I manufatti pubblicitari, relativi ai giornali ed alle pubblicazioni periodiche, se esposta sulle sole facciate esterne delle edicole o nelle vetrine o sulle porte di ingresso dei negozi dove si effettua la vendita.
- e. I manufatti destinati ad esposizioni pubblicitarie installati all'interno di mezzi di trasporto collettivo.
- f. I manufatti destinati ad esposizioni pubblicitarie comunque effettuate in via esclusiva dallo Stato e dagli Enti Pubblici territoriali.
- g. Le insegne di esercizio dei negozi, targhe e simili.
- h. Le insegne, targhe e simili, la cui esposizione sia obbligatoria per disposizione di legge o regolamento.

Costituiscono inoltre pubblicità esterna, le seguenti tipologie di pubblicità effettuata per conto altrui normate nel titolo III e che non rientrano nelle quantità definite ammissibili dal presente piano:

- a. pubblicità fonica
- b. pubblicità a mezzo aeromobili e/o palloni frenati
- c. pubblicità sui veicoli adibiti al servizio di linea, di taxi e di bus-navetta.
- d. Pubblicità commerciale per conto altrui, in luoghi aperti al pubblico.
- e. Pubblicità nelle apposite vetrinette murali espositive comunali.
- f. Manufatti e cartelli con sponsor
- g. I cartelli riguardanti la locazione e la compravendita di beni immobili e/o posti auto quando siano di dimensioni superiore 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 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. 490 /1999, 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.

- h. Bandiere: elemento bidimensionale bifacciale realizzato esclusivamente in tela di cotone senza aggiunte di carta plastica o altro materiale, fermato da un lato su un supporto lineare rigido esistente. Privo di luce. Dimensioni massime 2,5 mq. Tali elementi dovranno rappresentare antiche arti o mestieri cittadini e potranno essere autorizzate limitatamente alla stretta durata dell'evento.

Le distinzioni di cui ai commi precedenti ed all'art 2 sono stabilite sulla base della natura del messaggio pubblicitario, cioè se effettuato per conto di terzi ed installato in luogo estraneo alla sede dell'attività, ovvero installato nella sede o nelle pertinenze accessorie dell'attività, cui il messaggio pubblicitario si riferisce.

Non costituiscono criterio di distinzione né le caratteristiche del manufatto, né la collocazione del mezzo pubblicitario su suolo pubblico o privato, né il carattere temporaneo o permanente dell'atto autorizzatorio.

**Art. 5**  
**CARATTERISTICHE TIPOLOGICHE DEGLI IMPIANTI**

Gli impianti pubblicitari disciplinati dal presente piano così come individuati all'art. 2 devono avere le seguenti caratteristiche:

### A. Cartello

Manufatto mono o bifacciale supportato da una idonea struttura di sostegno e costituito da materiale rigido o semirigido, finalizzato alla diffusione di messaggi pubblicitari; esso è utilizzabile in entrambe le facciate anche per immagini diverse. Può essere luminoso, illuminato o privo di luce. Possono contenere anche messaggi variabili.

I formati ammessi sono:

- A.1 - formato fino a mq. 12;
- A.2 - formato compreso tra mq. 16 e mq. 18;

### B. Impianto per affissione

Supporto atto ad ospitare le affissioni di natura istituzionale e sociale, le affissioni di natura commerciale e le affissioni dirette su impianti di proprietà dell'Amministrazione Comunale di cui all'art. 3 commi 2 e 3.

Tutti gli impianti per le affissioni hanno di regola dimensioni pari o multiple di cm. 70x100

Gli impianti per le affissioni sono costituiti da:

**B1 Vetrina** - Elemento costituito da un supporto rigido e da uno sportello in vetro destinato all'affissione di un solo manifesto .di cm.70x100 (1 foglio) di natura istituzionale, sociale e comunque non a rilevanza economica;

**B2 Stendardo**- Manufatto mono o bifacciale supportato da una idonea struttura di sostegno e costituito da materiale rigido utilizzabile in entrambe le facciate nei seguenti formati:

- B2.1** - formato piccolo - cm 100x140, cm140x100
- B2.2** - formato medio - cm. 140x200 200x140
- B2.3** - formato grande - cm.280x200

**B3 Poster** - Struttura monofacciale o bifacciale con superfici adeguatamente delimitate e predisposte per l'affissione di manifesti di formato cm. 600x300, apposte su muri di recinzione o di sostegno o su altre strutture di sostegno.

**B4 Tabella a muro** - Struttura monofacciale con superfici adeguatamente delimitate e predisposte per l'affissione di manifesti, apposte su muri di recinzione o di sostegno.

Tutti gli impianti hanno di regola dimensioni pari o multiple di cm. 70x100, nei seguenti formati:

- B4.1 - formati piccoli** - 140x100 -100x140
- B4.2 -formati medi** - 140x200 200x140, 280x200
- B4.3 -formati grandi** - 400x280, 420x200.

### C.Opera di particolare pregio

Manufatto monofacciale realizzato su telo, pannello o parete, la cui funzione sia prevalentemente decorativa più che pubblicitaria, e le cui caratteristiche non siano ripetitive di altra pubblicità tabellare già esposta nel territorio comunale.

#### **C.1 Impianto Pubblicitario su pareti cieca**

##### **C1.1 Trompe l'oeil**

Manufatto pubblicitario monofacciale luminoso, illuminato o privo di luce inserito nel recupero di facciate cieche mediante la realizzazione di un *trompe-d'oeil* o di altro intervento decorativo o artistico che sia in armonia con le caratteristiche architettoniche dell'edificio. Il manufatto ha dimensioni massime di cm.400x280 e sulla stessa facciata possono essere apposti fino ad un massimo di due manufatti allineati e non sovrapposti.

##### **C1.2Gigantografia**

Manufatto pubblicitario monofacciale, illuminato o privo di luce, posizionato su parete completamente cieca e che interessa l'intera facciata.

#### **C.2 Gigantografia su ponteggi**

Elemento bidimensionale monofacciale privo di rigidità che occupa tutta la superficie di ponteggi o recinzioni di cantiere ed è a questi opportunamente ancorato.

##### **C2.1 artistica**

La gigantografia dovrà riportare in via preferenziale o il prospetto dell'edificio oggetto dell'intervento o l'immagine di una opera d'arte che ha attinenza con l'edificio o un'immagine con alto contenuto artistico.

Il messaggio pubblicitario sarà inserito organicamente nella gigantografia e non dovrà essere circoscritto in un riquadro che lo astrae da tutta la superficie dell'impianto; dovrà essere posizionato nella parte inferiore dell'impianto e dovrà occupare una superficie non superiore al 20% della superficie totale della gigantografia.

Anziché il messaggio pubblicitario la gigantografia può ospitare il logo dello sponsor così come definito all'art. 6 e che dovrà occupare una superficie non superiore al 40% della superficie totale della gigantografia.

Illuminato o privo di luce.

##### **C2.2publicitaria**

Il messaggio pubblicitario può interessare tutto l'impianto o solo una parte di esso purché inserito armonicamente nella gigantografia. Illuminato o privo di luce.

### D.Impianto pubblicitario speciale

Manufatto luminoso, illuminato, o privo di luce composto da caratteri alfanumerici completati eventualmente da marchio, simboli o orologio segna giorno – ora – temperatura, a lettere scolorite o filo di neon con eventuale pannello retrostante, il tutto montato su adeguate strutture di sostegno. Tale impianto non potrà essere ubicato sulle coperture degli edifici.

### E. Striscione e Stendardo

Si definisce striscione 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, finalizzato alla promozione di manifestazioni, spettacoli o eventi culturali.

#### **E1. Striscione**

Elemento bidimensionale mono o bifacciale realizzato esclusivamente in tela di cotone, senza aggiunte di carta, plastica, o altro materiale, opportunamente rinforzata. Installato trasversalmente alla sede stradale a mezzo di cavi di fissaggio a parete. Privo di luce.

Dimensioni cm. 800x100 – 600x100.

#### **E2. Stendardo**

Elemento bidimensionale monofacciale realizzato esclusivamente in tela di cotone, senza aggiunte di carta, plastica, o altro materiale, finalizzato esclusivamente alla promozione pubblicitaria di manifestazioni o spettacoli di rilevante importanza, posizionato sulla sede in cui avviene la manifestazione. Dimensioni massime mq. 10. Può essere illuminato.

### F. Gonfalone

Elemento bidimensionale monofacciale finalizzato alla promozione pubblicitaria di attività commerciali, realizzato esclusivamente in tela di cotone, senza aggiunte di carta, plastica, o altro materiale, fermato da due supporti lineari rigidi. Privo di luce. Ancorato ai pali della pubblica illuminazione o simili. Dimensioni cm. 130x190.

### G. Impianti su Arredo Urbano

Manufatti collocati di norma su suolo pubblico aventi quale scopo primario un servizio di pubblica utilità nell'ambito dell'arredo urbano e stradale recante uno spazio pubblicitario che può anche essere luminoso sia per luce diretta che per luce indiretta.

### **G.1 Supporto informativo**

Manufatto bifacciale o trifacciale, finalizzato a supportare almeno su di un lato messaggi di natura istituzionale, culturale e turistica e sugli altri lati messaggi pubblicitari.

Può essere luminoso, illuminato o privo di luce ed è così classificabile:

**GL.1 - manufatto bifacciale con superficie destinata a messaggi pubblicitari fino a mq. 3;**

**GL.2 - manufatto bifacciale con superficie destinata a messaggi pubblicitari maggiore di mq.3 e fino a mq.6;**

**GL.3 - manufatto trifacciale con superficie destinata a messaggi pubblicitari fino a mq. 1,5**

### **G.2 Totem.**

Manufatto di forma cilindrica o di prisma, destinato ad affissioni di natura istituzionale o a contenere attrezzature per servizi di pubblica utilità. Potrà contenere messaggi pubblicitari aventi una superficie non superiore al 50% di quella dell'intero manufatto e comunque non superiore a 6 mq.

Può essere luminoso, illuminato o privo di luce.

### **G.3 Pensilina autobus**

Struttura avente per scopo primario quello di proteggere l'utenza in attesa alle fermate autobus.

Il messaggio pubblicitario luminoso, illuminato ovvero privo di luce, mono o bifacciale interesserà esclusivamente una delle due pareti laterali della pensilina e avrà una dimensione massima pari a 6mq..

### **G.4 Palina di fermata dei mezzi di trasporto**

Struttura mono o bifacciale avente per scopo primario quello di segnalare ed informare l'utenza sulle fermate e sugli orari. Detta struttura dovrà essere unica ove il luogo sia oggetto di fermata di più linee. L'eventuale messaggio pubblicitario dovrà essere di dimensioni non superiori a 0,7 mq. e privo di luce.

### **G.5 Bagno autopulente**

Manufatto contenente un bagno pubblico autopulente con la possibilità di inserire su di un lato dei messaggi pubblicitari di dimensione massima pari a 6mq.

### **G.6 Orologio**

Orologio montato su palo o colonna contenente anche un supporto per messaggi pubblicitari che potrà essere luminoso, illuminato o privo di luce ed il messaggio pubblicitario potrà avere una dimensione massima pari a 0,7mq.

### **G.7 Contenitori per la raccolta differenziata**

Contenitori per la raccolta differenziata dei Rifiuti solidi urbani che possono ospitare messaggi pubblicitari di dimensione massima pari a 3 mq..Su questi manufatti sono ammessi messaggi pubblicitari soltanto quando fanno parte della linea unificata di arredo urbano della città di Firenze di cui all'art. 9.

### **G.8 Segnaparcheggio**

Impianto pubblicitario avente per scopo principale l'informazione al pubblico relativa all'uso e alle tariffe praticate nel parcheggio. Privo di luce. Bifacciale.

Il messaggio pubblicitario dovrà avere una dimensione massima pari a 0,7mq, per ogni facciata.

Per ogni area destinata a parcheggio potranno essere collocati fino ad un massimo di due segnaparcheggi per ogni 1000 mq. di superficie, con un minimo di due segnaparcheggio per ogni area.

### **G. 9 Parapedonale**

Struttura metallica in tubolare con Ø mm. 60 realizzato in ferro zincato verniciato in colore antracite. Il messaggio pubblicitario, privo di luce, dovrà avere dimensioni di cm. 55x100, con cadenza alternata pieno - vuoto.

#### **Art. 6**

#### **MANUFATTI E CARTELLI CON SPONSOR**

I manufatti per la comunicazione/informazione culturale, turistica ed istituzionale, i cartelli segnalanti la realizzazione delle opere pubbliche e quelli segnalanti la sponsorizzazione della manutenzione delle aree verdi indicati al punto f) del comma 2 dell'articolo 4 non possono contenere messaggi pubblicitari ma soltanto l'eventuale logo dello sponsor.

Si intende per sponsor quel soggetto giuridico, ente o azienda, che destina risorse economiche per finanziare iniziative, opere e manufatti pubblici ovvero aventi rilevanza pubblica, con lo scopo indiretto di farsi pubblicità.

Il logo dello sponsor può essere apposto in modo che sia visibile dallo spazio pubblico e di uso pubblico a condizione che:

- a. Riporti solo il nome ed il marchio dello sponsor
- b. Non sia intercambiabile
- c. Sia contenuto nelle seguenti superfici :
  - Sui manufatti per la comunicazione/informazione culturale, turistica ed istituzionale fino a 250 cmq.
  - Sui cartelli segnalanti la realizzazione di lavori pubblici fino a 1500 cmq.
  - Sui cartelli segnalanti la sponsorizzazione della manutenzione delle aree verdi fino a 1000cmq.

L'Amministrazione Comunale in attuazione di convenzioni da essa stipulate che prevedono interventi di sponsorizzazione di soggetti privati, finalizzati alla realizzazione di opera od attività di rilevante interesse della città, con possibilità di adeguata reclamizzazione di tale contribuzione economica, approva progetti

particolareggiati che ne stabiliscano forme, durata e contenuto anche in deroga al presente Piano nel rispetto della normativa di sicurezza stradale e del D. Lgs. n. 490/1999.

#### **Art.7**

#### **SUDDIVISIONE DEL TERRITORIO COMUNALE**

Ai fini della collocazione degli impianti pubblicitari il territorio comunale è suddiviso in zone così come individuate nella tavola in scala 1/15000. Per ogni zona si indicano, tenuto conto delle sue caratteristiche urbanistiche, della sua storia, dei suoi valori ambientali, le tipologie di impianti ammesse così come di seguito specificato e come riassunto nella tabella A.

**ZONA 1-** E' formata dalle parti del territorio caratterizzate dalla diffusa presenza di valori storici, artistici o ambientali in coerenza con il PRG e tenuto conto dei vincoli ambientali di cui al D.Lgs. 490/99. Sono equiparati i Centri storici minori di cui all'art. 15 delle NTA del vigente PRG.

Comprende al suo interno dei particolari ambiti urbani, indicati come sottozona, che sono i seguenti:

**1a** Il nucleo centrale storico, i lungarni ed il Parco delle Cascine

**1b** I viali del Poggi e le piazze ottocentesche

Nella **zona 1** ai fini del presente Piano sono ammesse le seguenti tipologie di impianti pubblicitari:

**B. Impianto per affissioni di natura istituzionale di proprietà dell'Amministrazione Comunale.**

B1 Vetrina

B2 Stendardo porta manifesti

*B2.1 - formato piccolo - cm 100x140, cm140x100*

*B2.2 - formato medio - cm. 140x200 200x140*

B4 Tabella a muro

*B4.1 - formati piccoli - 140x100 -100x140*

*B4.2 - formati medi - 140x200 200x140, 280x200;*

**C. Opera di particolare pregio**

C.2 Gigantografia su ponteggi

*C2.1 artistica*

**E Striscione e Stendardo**

E1 Striscione

E2 Stendardo

**G. Impianto su arredo urbano**

G.1 Supporto informativo

*G1.1 - manufatto bifacciale con superficie destinata a messaggi pubblicitari inferiore a mq. 3*

G.2 Totem

G.3 Pensilina autobus

G.4 Palina di fermata

G.5 Bagno autopulente

G.6 Orologio

G.7 Contenitore per la raccolta differenziata

G.8 Segnaparcheggio

Nella sotto **zona 1a** ai fini del presente Piano sono ammesse le seguenti tipologie di impianti pubblicitari:

**B. Impianto per affissioni**

B1 Vetrina

**C. Opera di particolare pregio**

C.2 Gigantografia su ponteggi

*C2.1 artistica*

**E Striscione e Stendardo**

E2 standardo

Nella sotto **zona 1b** ai fini del presente Piano sono ammesse le seguenti tipologie di impianti pubblicitari:

**B. Impianto per affissioni**

B1 Vetrina

B2 Stendardo porta manifesti

*B2.1 - formato piccolo - cm 100x140, cm140x100*

*B2.2 - formato medio - cm. 140x200 200x140 -*

**C. Opera di particolare pregio**

C.2 Gigantografia su ponteggi

*C2.1 artistica*

**E. Striscioni e standardi**

*E.2 Stendardo*

**G. Impianto su arredo urbano**

G.1 Supporto informativo

*G1.1 - manufatto bifacciale con superficie destinata a messaggi pubblicitari inferiore a mq. 3;*

G.2 Totem

G.3 Pensilina autobus

G.4 Palina di fermata

G.5 Bagno autopulente

G.6 Orologio

G.7 Contenitore per la raccolta differenziata

G.8 Segnaparcheggio

Nella sottozona 1b sono ammessi anche gli impianti del tipo F gonfaloni secondo norme transitorie di cui all'art.53 .

Nel sottozona 1b-viale dei colli (tra piazza Ferrucci e Porta Romana) sono ammessi esclusivamente gli impianti G3 e quelli ammessi nella zona

1a

Nelle aree per stazioni di servizio, così come individuate dal Piano carburanti approvato con Del. C.C. n 1299/98 ed eventuali delibere di variazione ed integrazione, e nelle aree di parcheggio l'installazione degli impianti pubblicitari è consentita esclusivamente nel rispetto delle presenti norme.

**ZONA 2** – E' formata dalle parti del territorio comunale di particolare pregio ambientale, storico e culturale sottoposte a vincolo ambientale di cui alla D.Lgs. 490/99.

Nella **zona 2** ai fini del presente Piano sono ammesse le seguenti tipologie di impianti pubblicitari:

**B. Impianto per affissioni di natura istituzionale di proprietà dell'Amministrazione Comunale.**

- B1 Vetrina
- B2 Stendardo porta manifesti
  - B2.1 - formato piccolo - cm 100x140, cm140x100
  - B2.2 - formato medio - cm. 140x200 200x140 -
- B4 Tabella a muro
  - B4.1 - formati piccoli - 140x100 -100x140;
  - B4.2 - formati medi - 140x200 200x140, 280x200;

**C. Opera di particolare pregio**

- C.1 Impianto pubblicitari su pareti cieche
  - C1.1 Trompe l'oeil
- C.2 Gigantografia su ponteggi
  - C2.1 artistica
  - C2.2 pubblicitaria

**E. Striscione e Stendardo**

- E.1 striscione
- E.2 stendardo

**G. Impianto su arredo urbano**

- G.1 Supporto informativo
  - G1.1 - manufatto bifacciale con superficie destinata a messaggi pubblicitari inferiore a mq. 3;
- G.2 Totem
- G.3 Pensilina autobus
- G.4 Palina di fermata
- G.5 Bagno autopulente
- G.6 Orologio
- G.7 Contenitore per la raccolta differenziata
- G.8 Segnaparcheggio

Negli edifici sottoposti dal PRG alle classi di intervento 0,1,2,3,4 e 8 e negli edifici costruiti prima dell'anno 1942 ricadenti nelle zone agricole di particolare valore ambientale (sottozona E1-E2 del PRG vigente) non sono ammessi gli impianti C1 Impianti pubblicitari su pareti cieche e C2.2 Gigantografie pubblicitarie

La zona 2 comprende al suo interno alcune strade classificate come sottozona 2a dove sono ammessi anche gli impianti del tipo F gonfaloni secondo le norme transitorie di cui all'art.53.

Nelle aree per stazioni di servizio, così come individuate dal Piano carburanti approvato con Del. C.C. n 1299/98.ed eventuali delibere di variazione ed integrazione, e nelle aree di parcheggio l'installazione degli impianti pubblicitari è consentita esclusivamente nel rispetto delle presenti norme.

**ZONA 3** – La parte rimanente del territorio comunale in prevalenza non sottoposta a vincolo ambientale.

In questa zona sono soggette a particolari limitazioni:

- Edifici sottoposti dal PRG alle classi di intervento 0,1,2,3,4,8
- Edifici costruiti prima dell'anno 1942 ricadenti nelle zone agricole di particolare valore ambientale (sottozona E1-E2 del PRG vigente)
- Le zone sottoposte a vincolo ambientale di cui al D.Lgs. 490/99
- La zona di Piazza delle Cure-Campo di Marte individuata come sottozona 3a

Nella **zona 3** ai fini del presente Piano sono ammesse tutte le tipologie di impianti pubblicitari così come elencati all'art. 2.

Nella **sottozona 3a** ai fini del presente Piano sono ammesse le seguenti tipologie di impianti pubblicitari:

**B. Impianto per affissioni di proprietà dell'Amministrazione Comunale.**

- B1 Vetrina
- B2 Stendardo porta manifesti
  - B2.1 - formato piccolo - cm 100x140, cm140x100
  - B2.2 - formato medio - cm. 140x200 200x140
- B4 Tabella a muro
  - B4.1 - formati piccoli - 140x100 -100x140;
  - B4.2 - formati medi - 140x200 200x140, 280x200;
  - B4.3 - formati grandi - 400x280, 420x200.

**C. Opera di particolare pregio**

- C.1 Impianto pubblicitari su pareti cieche
  - C1.1 Trompe l'oeil
- C.2 Gigantografia su ponteggi
  - C2.1 artistica
  - C2.2 pubblicitaria

**E. Striscione e Stendardo**

- E.1 striscione
- E.2 stendardo

**G. Impianto su arredo urbano**

- G.1 Supporto informativo
  - G1.1 - manufatto bifacciale con superficie destinata a messaggi pubblicitari inferiore a mq. 3;

- G.2 Totem
- G.3 Pensilina autobus
- G.4 Palina di fermata
- G.5 Bagno autopulente
- G. 6 Orologio
- G. 7 Contenitore per la raccolta differenziata
- G. 8 Segnaparcheggio

Nella sottozona 3a sono ammessi anche gli impianti del tipo F gonfaloni secondo le norme transitorie di cui all'art.53.

Negli edifici sottoposti dal PRG alle classi di intervento 0,1,2,3,4,8 e negli edifici costruiti prima dell'anno 1942 ricadenti nelle zone agricole di particolare valore ambientale (sottozone E1-E2 del PRG vigente) non sono ammessi gli impianti C1 Impianti pubblicitari su pareti cieche e C2.2 Gigantografie pubblicitarie

Nelle zone sottoposte a vincolo ambientale D.Lgs. 490/99 ricomprese nella zona 3 ai fini del presente Piano sono ammesse le tipologie di impianti pubblicitari previste per la zona 2.

#### *Art.8*

#### **AREE DI ADDENSAMENTO PUBBLICITARIO**

Nella zona 3 l'Amministrazione Comunale può approvare progetti particolareggiati di localizzazione di impianti pubblicitari in circoscritte aree di addensamento pubblicitario anche in deroga alle distanze di cui all'allegata tabella B.

Sono comunque aree di addensamento quelle indicate nella tavola di azionamento del piano e quelle destinate ad impianti sportivi, a parcheggio (zona F 3 e G 2 del PRGC) all'aeroporto e ad aree per medie e grandi strutture commerciali di vendita.

Sono considerate inoltre Aree di addensamento pubblicitario le aree per stazioni di servizio così come individuate dal Piano carburanti approvato con Del. C.C. n 1299/98 ed eventuali delibere di variazione ed integrazione, in queste aree la superficie complessiva dei messaggi pubblicitari non può superare il 10% della superficie delle stesse aree con esclusione di messaggi attinenti ai servizi prestati presso la stazione.

#### *Art. 9*

#### **AMBITI DI ARREDO URBANO**

Il territorio comunale è suddiviso in ambiti, così come individuati nella tavola n.2 Impianti su arredo urbano - Individuazione degli ambiti di intervento unitario.

Ogni ambito identifica un'area urbana omogenea per le sue caratteristiche urbanistiche, ambientali, sociali ed amministrative, rispetto alla quale si deve riferire un intervento unitario per la collocazione di impianti pubblicitari su arredo urbano.

All'interno di ogni ambito la collocazione degli impianti di tipologia G) su arredo urbano sono ammessi con le superfici massime di pubblicità esterna previste nell'allegata tabella C e secondo un progetto d'intervento unitario.

Tale progetto d'intervento unitario deve contenere:

- a. analisi dello stato attuale degli spazi pubblici interessati dall'intervento evidenziando il degrado funzionale e visivo e gli elementi in contrasto con il presente Piano;
- b. Proposta progettuale corrispondente alle prescrizioni del presente Piano che:
  - tenga conto delle caratteristiche morfologiche, formali, compositive ed architettoniche dello spazio pubblico
  - contribuisca a diminuire l'inquinamento visivo della scena urbana
  - risponda alle esigenze di circolazione e di traffico
  - aumenti la funzionalità dello spazio con arredi che forniscano funzioni ed informazioni ai cittadini
  - aumenti la riconoscibilità dello spazio urbano con interventi "ad hoc" e con arredi personalizzati.

Negli ambito 1 e in prevalenza negli ambiti 2,3 e 5, gli elementi di arredo urbano dovranno avere un disegno originale ed essere appositamente progettati per inserirli nel contesto urbano storicizzato contribuendo a migliorare l'immagine della città, con l'uso di forme, colori e materiali che tengano conto dei valori storici, architettonici, formali e funzionali della scena urbana in cui si inseriscono

Tali elementi insieme ad altri arredi urbani privi di pubblicità, come panchine, dissuasori e colonnini, chioschi ed edicole, ecc., costituiranno la *Linea di arredo urbano della Città di Firenze*.

Nei rimanenti ambiti tutti gli elementi di arredo urbano, pur non appartenendo in tutto od in parte alla *Linea di arredo urbano della Città di Firenze*, dovranno appartenere ad una linea unitaria per l'uso di forme, colori e materiali e contribuire a costruire specifiche identità ai luoghi urbani oggetto dell'intervento Per ogni ambito d'intervento unitario, parallelamente all'intervento di arredo urbano, si dovrà procedere alla contestuale riorganizzazione di tutti gli impianti di pubbliche affissioni con le tipologie previste dal presente Piano e omogenee a quelle degli elementi di Arredo Urbano.

#### *Art. 10*

#### **CARATTERISTICHE GENERALI DEGLI IMPIANTI**

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.

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 e triangolo ed in ogni caso non ingenerare confusione con la segnaletica stradale ed ostacolarne la visibilità entro lo spazio di avvistamento.

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. Devono essere comunque rispettate tutte le specifiche norme in materia.

Per tutti gli impianti pubblicitari non luminosi, né illuminati, il colore rosso deve essere limitato ad eventuali riproduzioni di marchi di fabbrica, senza comunque interessare oltre 1/5 della superficie totale del mezzo.

Tutti gli impianti pubblicitari luminosi o illuminati non possono avere luce intermittente, né di colore rosso, e devono essere di intensità tale da non procurare abbagliamento.

Il sistema di illuminazione deve essere conforme a tutte le specifiche norme in materia.

E' fatto divieto, sugli impianti pubblicitari di utilizzare lo stemma del Comune di Firenze, costituito da giglio rosso in campo bianco con le caratteristiche riprodotte sul gonfalone della città.

Non sono ammessi impianti su fioriere, panchine e cestini.

Gli impianti pubblicitari devono essere collocati in opera in conformità alla normativa vigente in materia di abbattimento barriere architettoniche Legge 13/89 e sue successive modificazioni e integrazioni.

Nell'Allegato 1 "Requisiti tecnico-prestazionali" sono riportati i requisiti tecnici e le prestazioni da rispettare per ogni impianto pubblicitario

Il bordo inferiore degli impianti di tipo A. Cartelli deve essere, in ogni suo punto ad una quota non inferiore a 150 cm. rispetto a quella della banchina stradale misurata nella sezione stradale corrispondente.

Il bordo inferiore degli impianti di tipo B2 standardo portamanifesti deve essere, in ogni suo punto ad una quota non inferiore a 80 cm. rispetto al piano del marciapiede o della banchina.

Il bordo inferiore degli impianti di tipo E. Striscioni e stendardi, se posizionati al di sopra della carreggiata, sia sulle strade urbane che sulle strade extraurbane, deve essere, in ogni suo punto, ad una quota non inferiore a 510 cm. rispetto al piano della carreggiata.

Gli impianti di tipo F) Gonfaloni devono essere apposti in modo che la parte inferiore non sia a meno, di 300 cm. dal piano del marciapiede o della banchina o che non sia a meno di 510 cm. dalla carreggiata stradale.

Per gli impianti di tipo G2 Gigantografie su ponteggi l'impianto pubblicitario non deve pregiudicare la sicurezza della struttura alla quale è ancorato e più in generale la sicurezza del cantiere rispettando tutte le specifiche norme in materia.

Gli impianti di tipo B) Impianto per affissioni destinati alle Pubbliche affissioni, gestite dall'amministrazione comunale sono quelli recanti apposita targhetta con indicato Comune di Firenze ed il numero progressivo dell'impianto.

#### **ART. 11 UBICAZIONE DEGLI IMPIANTI**

Nell'intero territorio cittadino, è vietata la collocazione in opera di qualsiasi impianto pubblicitario non conforme alle prescrizioni del presente Piano.

Le distanze da rispettare nella ubicazione degli impianti all'interno del centro abitato e nelle strade extraurbane per le quali è imposto, in considerazione di particolari situazioni non a carattere transitorio, un limite di velocità non superiore a 50 km/h, sono quelle riportate nella allegata tabella B.

Il perimetro del centro abitato e la classificazione delle strade ai sensi dell'art 2 del D.L. 285/92 sono quelli individuati nell'apposito allegato alla del. C.C. n. 604/92 ed eventuali delibere di variazione o integrazione.

E' vietata qualsiasi forma pubblicitaria sul muro di cinta e nella zona di rispetto dei cimiteri, sugli edifici adibiti a sedi di ospedali e chiese.

L'affissione di manifesti, lungo o in prossimità delle strade, fuori e dentro i centri abitati, è consentita esclusivamente sugli appositi supporti.

E' vietata la collocazione o l'ancoraggio di qualsiasi impianto pubblicitario su piante o sostanze arboree e, per le distanze da rispettare rispetto alle stesse, si applicano le disposizioni previste dal vigente "Regolamento per la tutela del patrimonio arboreo e arbustivo della città e relativo Disciplinare".

La collocazione in opera degli impianti non deve pregiudicare anche parzialmente la visibilità di regolatori di traffico (cartelli indicatori, impianti semaforici, ...) o di altre indicazioni di interesse pubblico;

In una stessa strada potranno essere posizionati cartelli e supporti informativi e stendardi per le pubbliche affissioni con orientamento o solo orizzontali o solo verticali ed allineati con uguale altezza dal piano stradale.

E' vietata l'installazione di gonfaloni e di striscioni trasversali alle strade adiacenti alle posizioni di telecamere delle centrali operative.

L'ubicazione degli impianti pubblicitari localizzati in proprietà privata deve essere conforme alle previsioni di PRG.

L'ubicazione degli impianti deve essere conforme alle prescrizioni della Delibera del Consiglio Regionale n. 230/94 ed eventuali delibere di variazione o integrazione.

---

## **TITOLO II ATTUAZIONE DEL PIANO**

### **Art.12 MODALITA' DI ATTUAZIONE DEL PIANO**

Il Piano si attua secondo le seguenti modalità di attuazione:

- Intervento diretto da parte dei privati
- Intervento diretto da parte del Servizio pubbliche affissioni
- Progetto degli ambiti di arredo urbano
- Progetti unitari delle aree di addensamento pubblicitario
- Progetto unitario delle aree ferroviarie

Tali modalità di attuazione sono riferibili alle tipologie degli impianti pubblicitari come previsto dagli articoli seguenti.

**Art. 13**

**INTERVENTO DIRETTO DA PARTE DEI PRIVATI**

**Tipologie ammesse**

L'intervento diretto da parte dei privati è ammesso soltanto per le seguenti tipologie di impianti .

**C. Opera di particolare pregio**

C.1 Impianto pubblicitari su pareti cieche

*C1.1 Trompe l'oeil*

*C1.2 Gigantografia*

C.2 Gigantografia su ponteggi

*C2.1 artistica*

*C2.2 pubblicitaria*

**D. Impianto pubblicitario speciale**

**E. Striscione e Stendardo**

E.1 striscione

E.2 stendardo

**F. Gonfalone**

**G. Impianto su arredo urbano**

*G. 3 Pensilina autobus*

*G. 4 Palina di fermata*

*G. 7 contenitore per raccolta differenziata*

*G. 8 Segnaparcheggio*

*G. 9 Parapedonale*

Sono ammessi con intervento diretto i manufatti ed i cartelli con sponsor di cui all'art. 6 previo parere favorevole del servizio riqualificazione spazi pubblici urbani.

**Procedura di presentazione dell'istanza di AUTORIZZAZIONE**

L'istanza per il rilascio dell'autorizzazione diretta, deve contenere:

- a. Generalità, residenza o domicilio legale, e codice fiscale del richiedente;
- b. In caso di società, occorre specificare anche la ragione sociale, la sede legale, il codice fiscale o Partita IVA e il numero di iscrizione alla C.C.I.A.A.;
- c. Ubicazione esatta del luogo dove si intende installare l'impianto;
- d. Dichiarazione ai sensi della L. 4.01.68, n. 15 e successive modificazioni e integrazioni, di avere stipulato adeguata polizza assicurativa di responsabilità civile e di avere l'assenso del proprietario dell'edificio o dell'area interessata ( in caso di condominio dell'Amministratore).

All'istanza deve essere allegata la seguente documentazione tecnica, a firma di tecnico abilitato:

- a. planimetria in scala 1:2000 con indicazione del luogo di installazione dell'impianto pubblicitario;
- b. documentazione fotografica dello stato dei luoghi ove il mezzo pubblicitario verrà collocato; le due fotografie, una panoramica e l'altra particolareggiata, dovranno avere formato minimo di cm 9X12;
- c. relazione tecnica descrittiva del mezzo pubblicitario e del luogo di inserimento dello stesso, comprensiva delle caratteristiche di realizzazione, dei materiali impiegati, dei supporti o sistemi di ancoraggio, e della qualità della luce emessa;
- d. disegni particolareggiati dell'impianto pubblicitario con precisione di quote, materiali, colori e caratteri grafici, in scala non inferiore a 1:50 ed inoltre:
  - per la collocazione su edificio, stato attuale e di progetto in scala non inferiore a 1:100 della facciata interessata;
  - per la collocazione su sedime, stato attuale e di progetto in scala non inferiore a 1:200 della porzione di area interessata con l'esatta posizione richiesta, riferita ad elementi certi quali marciapiedi, recinzioni, alberature, elementi di arredo, edifici, ecc.

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

- e. Relazione di asseveramento a firma di tecnico abilitato in cui si dichiara:
  - il rispetto delle norme P.G.I.P.;
  - la conformità del manufatto con i requisiti tecnico-prestazionali indicati nell'Allegato 1 al presente Regolamento;
  - idoneità statica attestando che il manufatto è stato calcolato, realizzato e verrà posto in opera tenendo conto della natura del terreno e della spinta del vento e delle caratteristiche del ponteggio, in modo da garantire la stabilità.

Ogni istanza dovrà riferirsi ad un'unica tipologia di impianto, anche se potrà comprendere più di un manufatto.

Fermo restando quanto previsto dall'ultimo comma dell'art. 23, entro 60 giorni dalla data di presentazione della domanda completa della documentazione allegata prevista, l'ufficio competente deve rilasciare la relativa autorizzazione o comunicare motivato diniego, così come previsto dal Regolamento comunale in materia di termine e di responsabile del Procedimento amministrativo ai sensi della L. 127/97 e successive modificazioni e integrazioni.

Nel caso in cui la domanda non sia corredata dalla documentazione prevista, ovvero nel caso in cui l'ufficio competente ritenga di dover acquisire ulteriore documentazione, il responsabile del procedimento ne fa richiesta entro 20 giorni dalla data di presentazione della domanda.

Qualora l'ulteriore documentazione richiesta non sia prodotta dall'interessato entro 30 giorni dalla richiesta, la domanda sarà archiviata.

**Art. 14**

**INTERVENTO DIRETTO DA PARTE DEL SERVIZIO PUBBLICHE AFFISSIONI**

### **Tipologie ammesse**

Gli impianti per le pubbliche affissioni sono riservati di norma al Servizio pubbliche affissioni che predisporrà insieme al Servizio Riqualficazione spazi urbani un progetto di dettaglio contenente l'ubicazione dei nuovi impianti ed il riordino dell'esistente.

Le tipologie ammesse sono le seguenti:

#### **B. Impianto per affissioni**

B1 Vetrina

B2 Stendardo porta manifesti

*B2.1 - formato piccolo - cm 100x140, cm140x100 (2 fogli)*

*B2.2 - formato medio - cm. 140x200 200x140 (4 fogli) -*

*B2.3 - formato grande - cm.280x200 (8 fogli) -*

B3 Poster

B4 Tabella a muro

*B4.1 - formati piccoli - 140x100 -100x140 (2 fogli);*

*B4.2 - formati medi - 140x200 200x140 (4 fogli), 280x200 (8 fogli);*

*B4.3 - formati grandi - 400x280 (16 fogli), 420x200 (12 fogli).*

Installazione di impianti per affissioni su suolo pubblico

L'A.C. si riserva di escludere alcuni impianti di natura commerciale e/o alcune zone dall'intervento diretto per ricomprenderle in un affidamento con gara. Il Comune ha l'obbligo di provvedere alla manutenzione ordinaria e straordinaria degli impianti delle pubbliche affissioni, al loro adeguamento nel rispetto del presente Regolamento e relativo Piano generale degli Impianti, nonché al potenziamento degli impianti stessi, nei limiti previsti dalla normativa e nel quadro del Piano Generale degli Impianti.

#### **ART. 14 bis**

#### **AFFISSIONI DIRETTE DEI PRIVATI SU IMPIANTI DI PROPRIETA' DELL'AMMINISTRAZIONE COMUNALE**

La quota prevista dal comma 3, art. 3 del presente Regolamento, o parte di essa, potranno essere affidate in concessione mediante gara o, nel caso di preminente interesse pubblico e particolari convenzioni coi privati, mediante concessione diretta.

#### **ART. 15**

#### **PROGETTO DEGLI AMBITI DI ARREDO URBANO**

Per la collocazione delle seguenti tipologie di impianti pubblicitari, l'Amministrazione Comunale procederà alla concessione sulla base della presentazione di un progetto di installazioni di arredo urbano.

#### **G. Impianto su arredo urbano**

G.1 Supporto informativo

*G1.1 - manufatto bifacciale con superficie destinata a messaggi pubblicitari inferiore a mq. 3;*

*G1.2 - manufatto bifacciale con superficie destinata a messaggi pubblicitari compresa tra mq. 3 a mq. 6;*

*G1.3 - manufatto trifacciale con superficie destinata a messaggi pubblicitari inferiore a mq. 1,5*

G.2 Totem

G.3 Pensilina autobus

G.4 Palina di fermata

G.5 Bagno autopulente

G. 6 Orologio

G. 7 Contenitore per la raccolta differenziata

G. 9 Parapedonale

Nello stesso progetto possono essere ricomprese anche le seguenti tipologie di impianti pubblicitari

#### **A. Cartello**

A.1 - formato fino a mq. 12;

A.2 - formato compreso tra mq. 16 e mq. 18;

#### **B. Impianto per affissioni**

B1 Vetrina

B2 Stendardo porta manifesti

*B2.1 - formato piccolo - cm 100x140, cm140x100 (2 fogli)*

*B2.2 - formato medio - cm. 140x200 200x140 (4 fogli) -*

*B2.3 - formato grande - cm.280x200 (8 fogli) -*

B3 Poster

B4 Tabella a muro

*B4.1 - formati piccoli - 140x100 -100x140 (2 fogli);*

*B4.2 - formati medi - 140x200 200x140 (4 fogli), 280x200 (8 fogli);*

*B4.3 - formati grandi - 400x280 (16 fogli).*

Le concessioni dovranno comprendere uno o più ambiti unitari di cui all'allegata tabella C e corrispondere alle prescrizioni di cui all'art.9.

#### **ART. 16**

#### **PROGETTI PARTICOLAREGGIATI DELLE AREE DI ADDENSAMENTO PUBBLICITARIO**

Le aree di addensamento pubblicitario di cui all'art. 8, 1° comma, sono individuate con l'approvazione di progetti particolareggiati di iniziativa privata e/o dell'Amministrazione Comunale.

Tali Progetti dovranno localizzare compiutamente tutti gli impianti pubblicitari proposti e contenere:

1. analisi dello stato attuale degli spazi interessati dall'intervento evidenziando il degrado funzionale e visivo e gli elementi in contrasto con il presente Piano;
2. Proposta progettuale corrispondente alle prescrizioni del presente Piano che
  - evidenzi gli impianti previsti in deroga alla tabella B - Distanze
  - valuti il corretto inserimento ambientale dei nuovi impianti
  - tenga conto delle caratteristiche 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

In ogni Area di addensamento pubblicitario gli impianti pubblicitari dovranno appartenere ad una linea unitaria per l'uso di forme, colori e materiali e contribuire a costruire una specifica identità al luogo urbano oggetto dell'intervento

Gli impianti ammessi nei Progetti di addensamento pubblicitario sono:

**A. Cartello**

- A.1 - formato fino a mq. 12;
- A.2 - formato compreso tra mq. 16 e mq. 18;

**B. Impianto per affissioni.**

- B1 Vetrina
- B2 Stendardo porta manifesti
  - B2.1 - formato piccolo - cm 100x140, cm140x100
  - B2.2 - formato medio - cm. 140x200 200x140
  - B2.3 - formato grande - cm.280x200
- B3 Poster
- B4 Tabella a muro
  - B4.1 - formati piccoli - 140x100 -100x140
  - B4.2 - formati medi - 140x200 200x140, 280x200
  - B4.3 - formati grandi - 400x280, 420x200.

**C. Opera di particolare pregio**

- C.1 Impianto pubblicitari su pareti cieche
  - C1.1 Trompe l'oeil
  - C1.2 Gigantografia

**D. Impianto pubblicitario speciale**

**G. Impianto su arredo urbano**

- G.1 Supporto informativo
  - G1.1 - manufatto bifacciale con superficie destinata a messaggi pubblicitari inferiore a mq. 3;
  - G1.2 - manufatto bifacciale con superficie destinata a messaggi pubblicitari compresa tra mq. 3 a mq. 6;
  - G1.3 - manufatto trifacciale con superficie destinata a messaggi pubblicitari inferiore a mq. 1,5
- G.3 - Pensilina autobus
- G.4 - Palina di fermata
- G.7 - Contenitore per raccolta differenziata

Gli impianti di cui alla lettera B possono essere oggetto di progetti particolareggiati anche di iniziativa di privati.

In assenza del progetto particolareggiato nelle Aree di addensamento pubblicitario valgono le norme dell'area di appartenenza.

**Procedure di autorizzazione per installazione di impianti pubblicitari tramite progetti particolareggiati**

L'istanza per il rilascio dell'autorizzazione deve contenere:

- a. Generalità, residenza o domicilio legale, e codice fiscale del richiedente;
- b. In caso di società, occorre specificare anche la ragione sociale, la sede legale, il codice fiscale o Partita IVA e il numero di iscrizione alla C.C.I.A.A.;
- c. Dichiarazione ai sensi della legge 15/68 e successive modificazioni e integrazioni, di avere stipulato apposita polizza assicurativa di responsabilità civile.
- d. Dichiarazione ai sensi della L. 4.01.68, n. 15 e successive modificazioni e integrazioni, di avere stipulato adeguata polizza assicurativa di responsabilità civile e di avere l'assenso del proprietario dell'edificio o dell'area interessata ( in caso di condominio dell'Amministratore).

I Progetti Particolareggiati di iniziativa privata sono costituiti dai seguenti elaborati:

- a. planimetria di inquadramento dello stato di fatto in scala 1:2000;
- b. planimetria di inquadramento estratta dal PRG in scala 1.2000
- c. rilievo fotografico
- d. stato attuale e di progetto in scala 1:200 e comunque non inferiore alla scala 1:500, costituito da planimetria, sezioni, profili con indicazione degli allineamenti e di tutti gli impianti previsti, corredato dal computo delle superfici pubblicitarie per ciascun impianto e della superficie complessiva;
- e. progetti di ciascun manufatto, completo di sezione in scala non inferiore a 1:50 con particolari tecnologici inerenti le caratteristiche di realizzazione, i materiali impiegati, i supporti o sistemi di ancoraggio e la qualità della luce emessa;
- f. vedute prospettiche, simulazioni o eventuale ulteriore documentazione necessaria a descrivere l'inserimento ambientale dei manufatti e il loro inserimento organico alla scena urbana attuale, in relazione allo specifico intervento;
- g. relazione tecnica illustrativa;
- h. Norme Tecniche di Attuazione;
- i. Relazione di asseveramento a firma di tecnico abilitato in cui si dichiara:
  - il rispetto delle norme P.G.I.P.;
  - la conformità del manufatto con i requisiti tecnico-prestazionali indicati nell'Allegato 1 al presente Regolamento;
  - idoneità statica attestando che il manufatto è stato calcolato, realizzato e verrà posto in opera tenendo conto della natura del terreno e della spinta del vento e delle caratteristiche del ponteggio, in modo da garantire la stabilità.

Fermo restando quanto previsto dall'ultimo comma dell'art. 23, entro 90 giorni dal ricevimento della documentazione completa di cui al precedente comma l'ufficio sottopone il progetto particolareggiato alla Giunta Municipale. In caso di esito favorevole seguirà senza ulteriori adempimenti da parte degli interessati, autorizzazione cumulativa all'installazione degli impianti oggetto del Progetto Particolareggiato.

Nel caso di progetti particolareggiati che si sovrappongano nel territorio la priorità è determinata dalla data di presentazione della richiesta; fanno eccezione i progetti di cui agli artt. 14 bis e 53 bis.

**ART.17  
PROGETTO UNITARIO DELLE AREE FERROVIARIE**

Gli impianti in area ferroviaria dovranno essere individuati all'interno di un apposito Progetto unitario che, in conformità al presente Regolamento, localizzi gli impianti nelle aree a destinazione ferroviaria esistenti. Tale progetto unitario dovrà essere redatto entro un anno dall'entrata in vigore del presente Regolamento.

Le aree ferroviarie sono quelle con destinazione ferroviaria nel PRG vigente

Gli impianti ammessi nel Progetto unitario delle aree ferroviarie sono quelli previste nelle rispettive zone di appartenenza così come individuate all'art 7.

Il Progetto unitario dovrà localizzare compiutamente tutti gli impianti pubblicitari proposti e contenere:

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

Il progetto unitario potrà prevedere la localizzazione di impianti pubblicitari anche in deroga alle distanze di cui all'allegata tabella B limitatamente agli impianti previsti all'interno della zona 3.

La procedura di presentazione e gli elaborati del progetto unitario sono quelli indicati al comma precedente oltre alla bozza di convenzione da stipulare tra il richiedente e il Comune di Firenze.

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

---

### TITOLO III

#### ALTRA PUBBLICITA' EFFETTUATA PER CONTO ALTRUI SU SUOLO PUBBLICO E PRIVATO

##### *Art. 18*

##### **PUBBLICITÀ FONICA**

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

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

La stessa comunque, non potrà superare i limiti massimi di esposizione al rumore, fissati dal D.P.C.M. del 1.03.1991 e successive modificazioni ed integrazioni.

Ai fini di cui all'art. 155 del Codice della Strada, 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. 19*

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

La pubblicità a mezzo aeromobili e/o palloni frenati è consentita esclusivamente in occasione di manifestazioni sportive o di particolare rilevanza cittadina e nazionale.

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

La durata dell'autorizzazione è strettamente legata alla durata della manifestazione. E' vietata qualsiasi forma di pubblicità sui natanti.

##### *Art. 20*

##### **PUBBLICITÀ PER CONTO TERZI SUI VEICOLI ADIBITI A TRASPORTO DI LINEA E NON, SUI VEICOLI ADIBITI A SERVIZIO TAXI E BUS-NAVETTA.**

Pubblicità per conto terzi effettuata su veicoli adibiti a trasporto di linea. Detta pubblicità non potrà essere luminosa o rifrangente ai sensi dell'art. 57 del regolamento di attuazione del Codice della Strada e successive modificazioni e integrazioni. Sui veicoli adibiti a trasporto di linea e non, la pubblicità è ammessa alle seguenti condizioni:

- a. che non sia realizzata mediante messaggi variabili;
- b. che non sia esposta nella parte anteriore del veicolo;
- c. che sulle altre parti del veicolo sia limitata alle superfici distanti dai dispositivi di segnalazione visiva e di illuminazione delle 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 realizzate mediante pannelli aggiuntivi, gli stessi non sporgano oltre tre centimetri, rispetto alla superficie sulla quale sono applicati.

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 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 cm 100X12;
- 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.

La pubblicità per conto terzi sui veicoli utilizzati per bus-navetta, è ammessa alle seguenti condizioni:

- a. che l'automezzo sia nella piena disponibilità di colui che effettua la pubblicità;
- b. che sia realizzata con un massimo di due pannelli monofacciali rettangolari con dimensioni massime di cm 200X50 in relazione alle dimensioni del veicolo, con sporgenza massima non superiore a cm 3 rispetto alla superficie del veicolo, saldamente ancorati alle fiancate dell'automezzo.

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

- 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 2/3 della fiancata del veicolo e comunque non sia superiore a mq. 3;
- c. che il colore bianco sia contenuto nella misura non superiore a 1/6 della superficie;
- d. che sia esposta unicamente sui fianchi del veicolo a distanza non inferiore a cm 70 dai dispositivi di segnalazione visiva e che non interessi le superfici vetrate;
- e. che non sia realizzata mediante messaggi variabili.

In tutti i casi di cui ai commi precedenti, le scritte i simboli e le combinazioni di colori non devono ingenerare confusione con i segnali stradali e in particolare non devono avere forma di disco o triangolo, disegni confondibili con i simboli segnaletici regolamentari di pericolo, obbligo, prescrizione o indicazione. E' vietata la pubblicità luminosa all'interno dei veicoli.

Le disposizioni di cui al presente articolo non si applicano ai veicoli al seguito delle competizioni sportive autorizzate ai sensi dell'art. 9 del Codice della Strada D.Lgs 30.04.1992, n. 285.

E' vietata la pubblicità effettuata mediante la sosta dei veicoli di cui all'art. 54, lett. g) del D.Lgs. 285/92 e art. 203, comma II, lettera q) del D.P.R. n. 495/92. Su detti veicoli in sosta la pubblicità dovrà essere rimossa ovvero coperta in modo tale che sia privata di efficacia.

#### **Art. 21**

#### **PUBBLICITÀ COMMERCIALE IN LUOGHI PUBBLICI O APERTI AL PUBBLICO**

All'interno di locali adibiti alla vendita di beni o alla prestazione di servizi, e nei locali di pubblico spettacolo, è consentita la presenza di materiale pubblicitario cartaceo o simili o con mezzi audiovisivi per pubblicità per conto altrui.

Detto materiale può essere contenuto anche in appositi contenitori. Il materiale non potrà avere dimensioni complessivamente 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.

Pubblicità nelle apposite vetrinette murali espositive di proprietà comunale è ammessa l'esposizione di pubblicità, con superficie complessiva massima di 2.5 mq, con esclusione di proiezioni luminose sia a luce fissa che intermittente o variabile

Pubblicità commerciale e non, effettuata per conto altrui mediante distribuzione di manifestini o altro materiale pubblicitario e mediante persone circolanti con cartelli e altri mezzi pubblicitari è consentita sul territorio comunale ad eccezione della zona 1 del Piano generale degli Impianti.

#### **Art. 22**

#### **PROCEDURA DI PRESENTAZIONE ISTANZA DI AUTORIZZAZIONE DIRETTA**

L'installazione di pubblicità per conto altrui di cui al presente Titolo è soggetta a preventiva autorizzazione diretta rilasciata dal Comune.

L'istanza per il rilascio dell'autorizzazione diretta, deve contenere:

- a. Generalità, residenza o domicilio legale, e codice fiscale del richiedente;
- b. In caso di società, occorre specificare anche la ragione sociale, la sede legale, il codice fiscale o Partita IVA e il numero di iscrizione alla C.C.I.A.A.;
- c. Ubicazione esatta del luogo dove si intende installare la pubblicità per conto altrui;

All'istanza deve essere allegata la seguente documentazione:

- a. Bozzetti in triplice copia della pubblicità da esporre ovvero dell'intero manufatto se trattasi di esposizione in vetrinette, raccoglitori e simili;
- b. Una fotografia in formato minimo di cm 9X12 del luogo dove il mezzo pubblicitario sarà installato;
- c. Breve relazione descrittiva del mezzo pubblicitario e del luogo di inserimento dello stesso, comprensiva delle caratteristiche di realizzazione, dei materiali impiegati, dei supporti o sistemi di ancoraggio, e della qualità della luce emessa.
- d. Nel caso di impianti luminosi o illuminati, dichiarazione che gli impianti saranno installati nel rispetto delle normative vigenti in materia.

Nel caso della pubblicità fonica di cui all'art. 18 è sufficiente breve relazione contenente l'indicazione della durata della pubblicità e il numero delle fonti di diffusione.

Fermo restando quanto previsto dall'ultimo comma dell'art. 23, entro 30 giorni dalla data di presentazione della domanda completa della documentazione allegata prevista, l'Ufficio competente deve 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 l'Ufficio competente ritenga di dover acquisire ulteriore documentazione, il responsabile del procedimento ne fa richiesta entro 10 giorni dalla data di presentazione della domanda.

Qualora l'ulteriore documentazione richiesta non sia prodotta dall'interessato entro 30 giorni dalla richiesta, la domanda sarà archiviata.

## TITOLO IV

### AUTORIZZAZIONE PER L'INSTALLAZIONE DI IMPIANTI PUBBLICITARI E PER EFFETTUARE PUBBLICITA' PER CONTO ALTRUI

#### Art. 23

#### **RILASCIO DI AUTORIZZAZIONE**

Tutte le domande e/o comunicazioni previste dal presente regolamento devono essere presentate o inviate esclusivamente alla Direzione Sviluppo Economico – Comune di Firenze – Piazza Artom, 18 – Firenze, e devono essere compilate sui moduli predisposti e diffusi. Tutti i termini per la conclusione dei singoli procedimenti, o parti di essi, indicati nel presente Regolamento, decorrono dalla data di arrivo della domanda e/o della comunicazione alla Direzione Sviluppo Economico.

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.

L'Amministrazione comunale manterrà un registro informatizzato delle autorizzazioni rilasciate in ordine cronologico con l'indicazione dell'intestatario, di una sommaria descrizione dell'impianto, nonché degli estremi dell'autorizzazione.

Le posizioni di tutti i mezzi pubblicitari non temporanei su proprietà privata e su suolo pubblico, saranno riportate nella cartografia dello Stato di Fatto conservata presso l'Ufficio competente.

Quando gli impianti pubblicitari sono installati in strade ricadenti nel demanio provinciale o statale, gli stessi devono ottenere il 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.

Per tutte le fattispecie di impianti pubblicitari contemplate nel presente Regolamento nonché per le tipologie di altra pubblicità per conto altrui, non trova applicazione l'istituto del silenzio-assenso né della denuncia di inizio attività di cui agli artt. 19 e 20 della Legge 7.08.90 n. 241, atteso che il rilascio dell'autorizzazione comunale alla collocazione di impianti pubblicitari comporta valutazioni tecniche e discrezionali nell'ambito di limiti di contingente complessivo.

#### Art. 24

#### **VARIAZIONI DEL MESSAGGIO PUBBLICITARIO**

E' consentita la variazione del messaggio sugli impianti pubblicitari a condizione che non sia alterata la struttura, né modificate le dimensioni, né il punto di collocazione, senza alcuna comunicazione all'ufficio, con esclusione della tipologia C2.1 gigantografia artistica su ponteggi e tipologia D impianti pubblicitari speciali.

Per gli impianti non aventi dimensioni standard, la variazione del messaggio pubblicitario è soggetta a nuova autorizzazione.

#### Art. 25

#### **DURATA E RINNOVO DELL'AUTORIZZAZIONE**

Salvo diversa indicazione, l'autorizzazione all'installazione dei mezzi pubblicitari permanenti ha validità per un periodo di 5 anni, ed è rinnovabile per lo stesso periodo.

L'autorizzazione all'installazione di gigantografie pubblicitarie su ponteggi, tipologia C2 di cui all'art. 5, ha validità per il periodo indicato nella concessione di suolo pubblico per il ponteggio, ovvero, se il ponteggio è installato in proprietà privata, fino alla conclusione dei lavori.

L'autorizzazione all'installazione di mezzi pubblicitari provvisori in occasione di manifestazioni, mostre, spettacoli ha validità pari alla durata dell'evento con decorrenza 7 gg. antecedenti l'evento e 24 ore successive.

L'autorizzazione all'installazione di mezzi pubblicitari permanenti potrà essere rinnovata con provvedimento espresso dell'Amministrazione comunale da richiedersi almeno sei mesi prima della scadenza dell'autorizzazione originaria. L'istanza di rinnovo deve essere presentata con le stesse modalità della prima istanza.

In mancanza del provvedimento espresso di rinnovo dell'autorizzazione, la stessa, decorsi i 5 anni, è scaduta senza necessità di disdetta.

#### Art. 26

#### **OBBLIGHI DELL'INTESTATARIO DELL'AUTORIZZAZIONE**

L'installazione degli impianti pubblicitari permanenti deve avvenire, a pena di decadenza entro un anno dalla data dell'autorizzazione, previa corresponsione del canone dovuto.

Entro un anno dalla data del provvedimento di autorizzazione il titolare ha l'obbligo di comunicare all'ufficio competente l'avvenuta installazione dell'impianto pubblicitario allegando una o più foto in formato digitale o stampate per ogni impianto pubblicitario installato.

Il titolare dell'autorizzazione ha l'obbligo di:

- a. Effettuare la dovuta manutenzione, verificando periodicamente il buono stato dell'impianto pubblicitario;
- b. Effettuare tutti gli interventi necessari per il mantenimento delle condizioni di sicurezza;
- c. Adempiere, nei termini prescritti, a tutte le disposizioni impartite dal Comune, sia al momento del rilascio della autorizzazione sia successivamente, a seguito di intervenute e motivate esigenze;
- d. Provvedere alla rimozione di quanto installato in caso di rinuncia, scadenza, decadenza oltretché in caso di revoca dell'autorizzazione a seguito di motivata richiesta da parte del Comune;
- e. Provvedere alla rimozione dei mezzi pubblicitari temporanei in genere compresi quelli autorizzati in occasioni di manifestazioni o spettacoli per il cui svolgimento sono stati autorizzati, entro le 12 ore successive alla data di scadenza indicata nell'autorizzazione, ripristinando il preesistente stato dei luoghi;
- f. Provvedere agli adempimenti derivanti dalla disciplina del canone di cui al Titolo V del presente Regolamento.

Su ogni cartello o mezzo pubblicitario autorizzato dovrà essere saldamente fissata, a cura e spese del titolare dell'autorizzazione, una targhetta stampata, posta in posizione facilmente accessibile, sulla quale sono riportati i seguenti dati:

- a. Comune di Firenze;
- b. soggetto titolare;
- c. numero e data dell'autorizzazione e relativa data di scadenza.

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

**Art. 27**

**ANTICIPATA RIMOZIONE**

Nei casi di rimozione previsti dal precedente articolo, spetta all'interessato provvedere a rimuovere il manufatto pubblicitario, entro la data stabilita dall'Amministrazione, con conseguenti oneri a proprio carico.

In ogni caso la rimozione dovrà riguardare anche gli eventuali sostegni o supporti del messaggio pubblicitario, con ripristino dello stato dei luoghi preesistente.

**Art. 28**

**VOLTURA DELL'AUTORIZZAZIONE**

La voltura dell'autorizzazione avviene mediante semplice comunicazione all'Ufficio competente del nuovo intestatario.

L'ufficio competente provvederà all'inoltro della comunicazione all'Ufficio Tributario per la conseguente modifica dell'intestazione del ruolo.

**Art. 29**

**CESSAZIONE DELL'AUTORIZZAZIONE**

L'autorizzazione può essere revocata prima dei cinque anni per i seguenti motivi:

- a. motivi di interesse pubblico incompatibili con la permanenza dell'impianto;
- b. inadempimento degli obblighi da parte del titolare dell'autorizzazione;
- c. mancata corresponsione di quanto dovuto al Comune;
- d. rinuncia espressa con documentazione dell'avvenuta rimozione dell'impianto e riconsegna del titolo originale.

---

**TITOLO V**

**CANONE PER L'INSTALLAZIONE DEI MEZZI PUBBLICITARI**

**Art. 30**

**ISTITUZIONE DEL CANONE**

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.

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 successive modificazioni ed integrazioni.

E' soggetta al canone comunale sulla pubblicità la diffusione di ogni messaggio pubblicitario effettuata, anche senza titolo, 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.

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. 31**

**SOGGETTI TENUTI AL PAGAMENTO DEL CANONE**

Il canone per l'installazione dei mezzi pubblicitari è dovuto dal titolare del relativo provvedimento di autorizzazione ovvero da colui che utilizza il mezzo pubblicitario, nel caso che l'installazione avvenga senza titolo.

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

Il canone è dovuto anche nell'ipotesi in cui i soggetti di cui ai precedenti commi non usufruiscono in tutto o in parte del mezzo pubblicitario installato.

**Art. 32**

**GESTIONE DELLA PROCEDURA AMMINISTRATIVA**

Il funzionario responsabile di tutta l'attività gestionale ed organizzativa del canone è il Dirigente preposto al servizio della Direzione Risorse Finanziarie.

La procedura amministrativa di contestazione del canone, a seguito di verbale degli organi di vigilanza o su segnalazioni comunque pervenute all'ufficio, viene gestita direttamente dalla Direzione Risorse Finanziarie, secondo le modalità e i termini previsti dal presente regolamento.

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 apposita azienda secondo le disposizioni previste in materia dalla normativa vigente.

### Art. 33

#### CRITERI PER LA DETERMINAZIONE DELLE TARIFFE DEL CANONE

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

- **Considerazioni generali:**
  - Rilevanza internazionale della città sotto il profilo culturale, artistico, architettonico e paesaggistico;
  - Rilevanza internazionale dei flussi turistici;
  - Rilevanza dei flussi di pendolarismo che convergono sulla città dagli altri Comuni della Provincia e della Regione.
- **Criteri generali:**
  - 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 riportati agli artt. 34 e 36 del presente regolamento;
  - Differenziazione e conseguente graduazione delle tariffe del canone a seconda delle tipologie e della durata dell'autorizzazione;
  - Attribuzione di una maggiorazione di canone per i mezzi pubblicitari luminosi o illuminati rispetto a quelli privi di luce;
  - 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. 34 e 36 del presente regolamento.

Le tariffe relative alle singole tipologie di pubblicità sono determinate ai sensi dell'art. 42 del D.Lgs. 267/2000, con provvedimento della Giunta Comunale. Le tariffe possono essere modificate annualmente entro il termine di approvazione del bilancio di previsione; in mancanza si intendono confermate quelle in vigore.

### Art. 34

#### CLASSIFICAZIONE DEL TERRITORIO COMUNALE AI FINI DELL'APPLICAZIONE DEL CANONE

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.

Dette categorie sono individuate nei relativi elenchi che formano parte integrante del presente Regolamento come allegato 2:

- Alla categoria Inferiore si applica la tariffa di base;
- Alla categoria Superiore si applica la tariffa di base aumentata del 100%
- Alla categoria Ulteriore si applica la tariffa di base aumentata del 200%;

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;

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.

### Art. 35

#### MAGGIORAZIONI DELLE TARIFFE.

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.

La tariffa di base è aumentata del 100% per le installazioni di mezzi pubblicitari luminosi od illuminati .

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.36

#### TARIFFE DI APPLICAZIONE DEL CANONE SECONDO LE TIPOLOGIE SPECIFICATE NEL REGOLAMENTO PER IL PIANO GENERALE DEGLI IMPIANTI E NEL REGOLAMENTO PER LE INSEGNE.

##### 1. Cartello – Trompe l'oeil di particolare pregio artistico – Gigantografia su parete cieca –

##### **Impianto pubblicitario speciale – Impianto su arredo urbano - Impianto di affissione diretta - Stendardo – Gonfalone – Tipologia pubblicitaria non prevista.**

Per la pubblicità effettuata mediante cartelli, trompe l'oeil di particolare pregio artistico, gigantografie su pareti cieche, impianti pubblicitari speciali, stendardi, gonfaloni, è stabilita una tariffa base per ogni mq alla quale sono applicabili le maggiorazioni di cui agli artt. 34 e 35 del presente Regolamento, comprese quelle per classi di superficie così determinate:

- maggiorazione 100% per superfici oltre 4 e fino a 12 mq;
- maggiorazione 200% per superfici oltre 12 mq.

La tariffa comporta, quanto a durata del mezzo pubblicitario risultante dall'autorizzazione, suddivisioni a seconda che si tratti di pubblicità permanente o temporanea.

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.

Le disposizioni di questo comma si applicano altresì alla pubblicità effettuata sul territorio, di tipologia non specificatamente prevista nei commi da 1 a 11 del presente articolo.

## 2. Pubblicità su ponteggio.

Per la pubblicità effettuata mediante teli di cotone o altri mezzi di qualunque materiale costituiti, escluse le tipologie di cui al comma 11a del presente articolo, collocati a copertura di ponteggi, in occasione di cantieri edili e simili, sono istituite due tariffe base per ciascun metro quadrato e per ogni periodo di 30 giorni o frazione.

Alle tariffe base sono applicabili le maggiorazioni di cui all'art. 35 del presente Regolamento, comprese quelle per classi di superficie, con le seguenti modalità:

1. **Gigantografia artistica;**
2. **Gigantografia pubblicitaria;**
  - maggiorazione 100% per superfici oltre 10 e fino a 30 mq;
  - maggiorazione 200% per superfici oltre 30 mq.;

Per entrambe le tipologie a) e b) la superficie minima assoggettabile a canone per ciascuna autorizzazione è pari a mq 10;

## 3. Striscione.

Per la pubblicità effettuata con striscioni od altri mezzi similari attraverso strade o piazze è stabilita una tariffa base per ciascun metro quadrato e per ogni periodo di esposizione di 15 giorni o frazione.

Sono applicabili le maggiorazioni di cui all'art. 34 del presente Regolamento.

## 4. Fonica.

Per la pubblicità 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.

## 5. Aeromobile.

Per la pubblicità 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.

Non sono applicabili maggiorazioni.

## 6. Pallone frenato.

Per la pubblicità effettuata con palloni frenati e simili è stabilita una tariffa per ogni giorno o frazione.

Non sono applicabili maggiorazioni.

## 7. Veicolo in genere, veicolo adibito a trasporto di linea – servizio taxi – bus-navetta

### a. Veicolo in genere.

Per la pubblicità installata esternamente su veicoli in genere è stabilita una tariffa per ciascun periodo dal 1° gennaio al 31 dicembre o frazione, per ogni mq. Non sono applicabili maggiorazioni

### b. veicolo adibito a trasporto di linea;

### c. veicolo adibito a servizio taxi – bus navetta;

Per la pubblicità effettuata per conto proprio o altrui, installata esternamente su veicoli adibiti al trasporto di linea, servizio taxi, bus-navetta, sono stabilite due distinte tariffe, una per la tipologia di cui alla lettera b. ed una per le tipologie di cui alla lettera c. per ciascun periodo dal 1° gennaio al 31 dicembre o frazione e per ogni metro quadrato. Non sono applicabili maggiorazioni.

Per la tipologia di cui alla lettera c) è ammessa la pubblicità temporanea per singole campagne pubblicitarie di durata fino a 90 giorni. In tal caso si applica una tariffa pari ai 3/10 di quella annua.

Per i veicoli ad uso pubblico il canone è dovuto nei casi in cui la licenza di esercizio è stata rilasciata dal Comune di Firenze e/o dalla Regione Toscana e riguarda la circolazione sul territorio comunale fiorentino; per i veicoli adibiti a servizio di linea interurbana il canone è dovuto nella misura della metà quando il territorio comunale di Firenze costituisce l'inizio o la fine della corsa.

## 8. Locandine.

Per la pubblicità effettuata mediante affissione autorizzata dal Servizio competente della Direzione 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. Non sono applicabili maggiorazioni.

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'utente 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 consegni copia della locandina medesima al servizio affissioni ad ogni aggiornamento.

Per le locandine di superficie inferiore a 300 cmq non si applica il canone e non necessita né la dichiarazione, né il timbro di autorizzazione; in tale caso si applicano le disposizioni di cui al comma 6, dell'art. 37 del presente regolamento.

## 9. Volantinaggio - persona circolante.

Per la pubblicità effettuata mediante la distribuzione di volantini o di altro materiale pubblicitario, 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.

Non sono applicabili maggiorazioni.

## 10. Proiezione.

Per la pubblicità 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.

Non sono applicabili maggiorazioni.

## 11. Insegna d'esercizio – targa – vetrofania – veicolo di proprietà dell'Impresa.

### a. Pubblicità effettuata mediante insegne d'esercizio, targhe, vetrofanie.

Per la pubblicità effettuata mediante insegne, targhe, vetrofanie e simili è stabilita una tariffa base alla quale sono applicabili le maggiorazioni di cui agli art. 34 e 35 del presente Regolamento, comprese quelle per classi di superficie, così determinate:

- maggiorazione 100% per superfici oltre 2 e fino a 15 mq.;
- maggiorazione 200% per superfici oltre 15 mq.

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 ogni metro quadrato e per ogni periodo dal 1° gennaio al 31 dicembre o frazione.

### b. 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.

Non sono applicabili maggiorazioni.

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.

### Art. 37

#### APPLICAZIONE DEL CANONE

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.

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.

In caso di più installazioni, anche aventi la medesima natura, concesse con separati atti amministrativi, il canone si applica avendo riguardo ad ogni singola installazione.

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

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.

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.

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.

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

Per le tipologie pubblicitarie di cui ai commi 4, 5, 6, 9, 10, 11b) dell'articolo precedente in luogo del criterio della superficie si applicano i criteri rispettivamente previsti per ciascuna tipologia.

#### **Art. 38 ESCLUSIONI**

E' 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. 39 ESENZIONI**

Sono esenti dal canone:

- a. i mezzi pubblicitari realizzati per propri fini istituzionali e relativi ad iniziative dello Stato, della Regione Toscana, della Provincia di Firenze, del Comune di Firenze nonché 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;
- 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 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;
- i. 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;
- j. 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;
- k. 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;
- l. 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;
- m. l'indicazione della ragione sociale e del marchio sui veicoli adibiti al trasporto pubblico di linea.
- n. la pubblicità inerente la donazione del sangue.

#### **Art. 40 RIDUZIONI**

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

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

La tariffa finale dei mezzi pubblicitari di cui ai commi 1, 2 ed 11 a) dell'art. 36 del presente Regolamento è ridotta del 35% per i mezzi pubblicitari installati su beni di proprietà di soggetti privati. Per le tipologie di cui al comma 2, art. 36, 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.

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;

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, della Provincia di Firenze, della Regione Toscana;

La tariffa finale è ridotta del 50% per la pubblicità relativa a festeggiamenti patriottici, religiosi, a spettacoli viaggianti e di beneficenza;

La tariffa finale è ridotta del 10% per la pubblicità che non necessita di autorizzazione, effettuata nell'ambito di apposite strutture sportive permanenti, quando la relativa dichiarazione si riferisce ad una durata di 365 giorni;

La presenza di eventuali sponsor o altre diciture o logotipi a carattere commerciale, relative alle fattispecie previste nei commi 4, 5 e 6 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.

La tariffa finale è ridotta del 50% per le pubblicità di cui al punto 2 dell'art 36 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.

#### **Art. 41 AGEVOLAZIONI**

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.

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

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.

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

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.

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

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

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. Per l'anno iniziale si applicano le disposizioni del comma 3 dell'art. 43 del presente Regolamento.

Il pagamento del canone relativo alla prima annualità deve essere eseguito in unica soluzione anticipata al momento del ritiro dell'autorizzazione, la cui validità è condizionata alla dimostrazione dell'avvenuto pagamento;

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.

Per le annualità successive a quella del rilascio dell'autorizzazione il pagamento del canone deve essere effettuato entro il 30 aprile di ciascun anno. Qualora, in corso di validità dell'autorizzazione, l'intestatario della medesima intenda rinunciare alla pubblicità, deve presentare apposita denuncia di cessazione all'ufficio comunale che a suo tempo ha rilasciato l'autorizzazione medesima, entro il 31 gennaio di ciascun anno di riferimento.

Le nuove autorizzazioni per mezzi pubblicitari già installati rilasciate a seguito di successione ereditaria o modifica della ragione sociale della stessa ditta intestataria, non dà luogo a nuovo assoggettamento a canone;

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;

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;

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. I pagamenti effettuati con mezzi elettronici sono ritenuti validi purché effettuati presso sportelli abilitati a riceverli.

Il modulo di versamento dovrà contenere cognome e nome o denominazione residenza o sede e codice fiscale del titolare dell'autorizzazione nonché gli estremi del provvedimento cui il versamento si riferisce. In caso di versamenti cumulativi riferiti allo stesso titolare, l'attestazione di

pagamento dovrà essere accompagnata da apposita distinta riepilogativa.

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 30 aprile, 31 luglio e 31 ottobre dell'anno di riferimento.

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.

#### *Art. 43*

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

Per le installazioni autorizzate per un periodo non superiore a 365 giorni, il pagamento del canone deve essere effettuato all'atto del rilascio dell'autorizzazione, in unica soluzione anticipata per tutto il periodo dell'installazione, con le modalità previste dal precedente articolo, commi 5, 6, 7, 8, 9 e 11.

Non è ammesso il pagamento in forma rateale.

Le tariffe delle tipologie 1 e 11a) dell'art. 36 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.

Le tipologie 2a) e 2b) dell'art. 36, in deroga a quanto stabilito dal comma 1 dell'art. 42, sono da considerare comunque temporanee 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.

Le tipologie "cartello" e "Impianto di affissione diretta" di cui al comma 1 dell'art. 36, quando sono collocate sulle recinzioni dei grandi cantieri, sono da considerare comunque temporanee, in deroga a quanto stabilito dal comma 1 dell'art. 42 del presente regolamento. 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.

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 punto 1 comma 4 e dal punto 3 comma 1 dell'articolo 36 del presente regolamento sono stabilite le seguenti misure tariffarie:

- a. per le tipologie di cui al comma 1 dell'art. 36 del presente regolamento si applica la frazione di 1/100 della rispettiva tariffa annua;
- b. per la tipologia di cui al comma 3 dell'art. 36 del presente regolamento si applica la frazione di 1/5 della rispettiva tariffa quindicinale.

#### *Art. 44*

#### **AFFIDAMENTO DEL SERVIZIO IN CONCESSIONE**

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 apposita azienda secondo le disposizioni previste in materia dalla normativa vigente.

---

### **TITOLO VI**

#### **PENALITÀ E SANZIONI**

#### *Art. 45*

#### **MEZZI PUBBLICITARI ABUSIVI O REALIZZATI IN DIFFORMITÀ DALLA AUTORIZZAZIONE.**

Sono considerate abusive tutte le forme di pubblicità poste in opera senza la prescritta preventiva autorizzazione.

E' considerata altresì abusiva ogni variazione non autorizzata negli impianti di tipologia C2.1. gigantografia artistica su ponteggi e D Impianti pubblicitari speciali.

Sono considerate difformi, tutte le forme di pubblicità poste in opera in modo difforme dalle condizioni e caratteristiche dell'autorizzazione, sia per la forma, per contenuto, dimensioni, colori, sistemazione e ubicazione del mezzo pubblicitario.

#### *Art. 46*

#### **PENALITÀ, SANZIONI, INTERESSI, COPERTURA IMMEDIATA E RIMOZIONE, DECORRENZA DELLA PUBBLICITÀ ABUSIVA.**

Per omesso o parziale versamento del canone si applica una penalità pari al 30% del canone dovuto o del maggior canone mentre per il tardivo versamento si applica una penalità pari al 20%.

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.

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

Per le installazioni abusive di cui al precedente articolo, commi 1 e 2, si applica una sanzione amministrativa pecuniaria pari al 200% del canone dovuto.

Per le installazioni difformi di cui al precedente articolo comma 3, si applica una sanzione amministrativa pecuniaria pari al 100% del canone dovuto.

A decorrere dal 1° aprile 2003 la sanzione irrogata è ridotta ad 1/3 nel caso in cui il contravventore provveda al pagamento entro 60 giorni dalla notifica della diffida ad adempiere.

Resta ferma l'applicazione delle sanzioni di cui all'art. 23 del D.Lgs. 30.04.1992, n. 285, ovvero se non comminabili, di quelle stabilite dall'art. 24, comma 2, del D.Lgs. 15.11.1993, n. 507.

Il Comune, per i mezzi pubblicitari privi della prescritta autorizzazione o installati in difformità della stessa o per i quali non sia stato effettuato il pagamento del relativo canone, può disporre la copertura della pubblicità con essi effettuata in modo che sia privata di efficacia, con invito ai responsabili di provvedere direttamente entro 3 giorni dalla notifica dell'atto. Decorso il predetto termine il Comune provvede d'ufficio. Tale copertura potrà essere effettuata con le modalità ritenute più congrue ed opportune e delle operazioni compiute verrà redatto apposito processo verbale. L'impianto sarà privo di efficacia pubblicitaria fino a quando i responsabili della violazione non provvederanno a ripristinare lo status quo ante ovvero a ripristinare la pubblicità in modo conforme.

Indipendentemente dalla copertura, nei casi in cui gli impianti suddetti siano installati in difformità dal Piano Generale degli Impianti o in caso di pericolo per la sicurezza della circolazione stradale, il Comune provvede alla rimozione e alla custodia dell'impianto, previa diffida all'installatore e/o a colui che dispone materialmente o giuridicamente del mezzo pubblicitario, a provvedere direttamente e a proprie spese.

Sia in caso di copertura del messaggio che di rimozione di mezzi pubblicitari effettuate d'ufficio, le spese sostenute dall'Amministrazione sono 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.

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

Trascorso il termine di centottanta giorni dalla rimozione, senza che vi sia richiesta di restituzione e pagamento dell'intero debito, il Comune procede alla distruzione dell'impianto. Le spese per la distruzione sono a totale ed esclusivo carico dei responsabili.

La pubblicità effettuata senza la prescritta autorizzazione si presume effettuata in ogni caso con decorrenza dal primo gennaio dell'anno in cui è stata accertata, per le tipologie previste ai commi 1, 7, 11 lett. a) e lett. b), dell'art. 36 del presente regolamento. Si presume effettuata in ogni caso con decorrenza dal primo giorno del mese in cui è stata accertata, per le tipologie previste ai commi 2 lett. a) e lett. b), 3, 4, 5, 6, 8, 9, 10 del medesimo art. 36.

Quanto previsto dai precedenti commi del presente articolo vale ai soli fini dell'applicazione del canone; il pagamento della sanzione non può essere invocato od inteso in alcun caso quale sanatoria parziale o totale dell'abuso ovvero dell'illecito commesso, poiché non corregge le irregolarità dell'installazione.

#### **Art. 47**

#### **DEFINIZIONE AGEVOLATA DELLE PENALITÀ**

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.

Il versamento della penalità ridotta deve essere eseguito contestualmente alla regolarizzazione del versamento del Canone dovuto.

#### **Art. 48**

#### **DIFFIDA AD ADEMPIERE/INGIUNZIONE DI PAGAMENTO ED ATTIVITÀ DI CONTROLLO**

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. Identica procedura, con emissione di diffida ad adempiere/ingiunzione di pagamento, viene seguita per comminare le sanzioni amministrative stabilite all'art. 46 per quanto riguarda le installazioni abusive di mezzi pubblicitari.
2. Decorso infruttuosamente il termine di cui al precedente comma, si procederà alla riscossione coattiva con le modalità di cui al successivo art. 49.
3. Ai sensi dell'art. 2948, comma 1, n. 4) del Codice Civile il termine di prescrizione per gli adempimenti di cui al comma 1 è fissato in cinque anni.
4. Per le installazioni abusive, il verbale di contestazione redatto da competente pubblico ufficiale costituisce titolo per i provvedimenti di cui ai commi 1 e 2.
5. I controlli sulla pubblicità, sulle insegne di esercizio e sulle affissioni, sull'assolvimento dei relativi obblighi derivanti dal canone per l'installazione dei mezzi pubblicitari e dal diritto sulle pubbliche affissioni, sono svolti dai soggetti di cui all'art. 12 del decreto legislativo 285/92. E' altresì conferita al personale della Direzione Risorse Finanziarie la potestà di effettuare sopralluoghi o accessi ed eseguire accertamenti tecnici e non, richiedendo anche l'esibizione delle autorizzazioni per l'installazione dei mezzi pubblicitari e i bollettini di versamento del relativo canone, previa esibizione dell'apposito tesserino di identificazione. Il verbale di accertamento redatto dai suddetti funzionari costituisce titolo per l'azione di cui al comma 1 del presente articolo. Nell'esercizio di tali funzioni ispettive, al personale sopra indicato, sono attribuite le stesse qualifiche e prerogative della Polizia Municipale.

#### **Art. 49**

#### **RISCOSSIONE COATTIVA**

La riscossione coattiva del canone è effettuata a mezzo del concessionario della riscossione di cui al D.P.R. 28 gennaio 1988, n. 43 con la procedura di cui al D.P.R. 29 settembre 1973, n. 602 e successive modifiche ed integrazioni;

Sull'ammontare del canone sono dovuti gli interessi legali nelle forme e nei modi previsti dalla normativa vigente;

Le spese di notifica sostenute per l'espletamento della procedura coattiva vengono addebitate all'utente e sono recuperate con il procedimento di cui al comma 1 del presente articolo.

Con le medesime modalità sono recuperate le spese sostenute dal Comune per la messa in pristino dell'area ovvero per la copertura della pubblicità, la rimozione di manufatti o materiali nei casi di installazioni abusive o di inottemperanza alle disposizioni previste dall'atto autorizzatorio.

Il credito derivante dall'applicazione del canone è assistito, ai sensi dell'art. 2752 del codice civile, da privilegio generale sui mobili del debitore.

In caso di affidamento del servizio a terzi, il procedimento di riscossione coattiva, è svolto dal concessionario.

Per le somme iscritte nei ruoli coattivi il Dirigente del Servizio può concedere, previa espressa e motivata richiesta dell'interessato, nell'ipotesi di temporanea oggettiva difficoltà economica debitamente documentata, la ripartizione del pagamento delle somme iscritte in un numero di rate dipendenti dalla entità della somma rateizzata, da calcolarsi con riferimento all'importo richiesto e non al totale iscritto a ruolo, così indicate:

fino a 1.000,00 € nessuna rateizzazione;  
da 1.000,01 fino a 5.000,00, n. 9 rate mensili;  
oltre 5.000,00, n. 18 rate mensili.

La concessione della rateizzazione è comunque subordinata al preventivo pagamento da parte dell'interessato di 1/10 del debito iscritto a ruolo e comunque per un importo non inferiore a 250,00 €. Se l'importo di cui viene richiesta la rateizzazione è superiore a 5.000,00 € il riconoscimento del beneficio è comunque subordinato alla prestazione di idonea garanzia mediante polizza fidejussoria bancaria o assicurativa che copra l'importo totale comprensivo degli interessi ed avente scadenza un anno dopo il termine di pagamento dell'ultima rata stabilita; la suddetta polizza non dovrà prevedere la clausola del beneficio di escussione nei confronti del debitore principale da parte del creditore stesso.

Con atto motivato del Dirigente del Servizio può essere esclusa la prestazione della garanzia medesima; la richiesta di rateizzazione deve essere presentata, a pena di decadenza, prima dell'inizio della procedura esecutiva; sarà cura dell'Ufficio competente verificare per iscritto presso il Concessionario il mancato inizio della procedura esecutiva stessa. In caso di mancato pagamento della prima o di 2 rate, anche non consecutive, il debitore decade automaticamente dal beneficio della rateizzazione e l'importo a ruolo è immediatamente e automaticamente riscuotibile in unica soluzione. Nel caso sia stata presentata la garanzia precedentemente citata questa deve essere quanto prima incassata. Il carico non potrà usufruire di altre rateizzazioni.

Le rate scadono l'ultimo giorno del mese; sulle somme oggetto di rateizzazione si applicano gli interessi al tasso indicato all'art. 21 comma 1 del DPR 602/73 modificato. Gli interessi devono essere applicati dalla data di scadenza del termine di pagamento, se l'istanza è stata presentata prima di tale data, dalla data di presentazione dell'istanza in caso contrario. In tale ultima ipotesi, tra la data di scadenza del termine di pagamento e quello di presentazione dell'istanza, il contribuente è soggetto all'applicazione a cura del Concessionario degli interessi di mora. L'importo delle singole rate è arrotondato a 0,50 € i provvedimenti di rateizzazione saranno altresì disposti in tre copie: una per l'Ufficio, una per l'interessato e una per il Concessionario della Riscossione.

#### **Art. 50**

#### **RIMBORSI**

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. 41, comma 7, del presente regolamento, entro il termine perentorio di tre anni decorrenti dalla data di pagamento.

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.

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

[Il comma 4 è abrogato.]

Qualora la Direzione Risorse Finanziarie vanti per il canone 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 all'eventuale coobbligato oppure coobbligati in solido.

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

**Art. 51**  
**CONTENZIOSO**

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. 5 della legge n. 1034 del 1971;

Le controversie concernenti l'applicazione del canone sono riservate all'autorità giudiziaria ordinaria.

**Art. 51 bis**  
**AUTORIZZAZIONI TACITE NEL PRIMO ANNO DI APPLICAZIONE DEL CIMP**

Si intendono tacitamente rinnovate fino al 31.12.2005 le autorizzazioni dei mezzi pubblicitari già installati al 31.12.2000 regolarmente rilasciate secondo la normativa regolamentare vigente al momento dell'emissione dello specifico atto autorizzatorio, e per le quali è stato corrisposto nel corso dell'anno 2001 il relativo canone (anno di prima applicazione).

I titolari degli impianti di cui al precedente comma dovranno pertanto, entro e non oltre il 31.12.2005 indirizzare domanda atta ad ottenere la nuova autorizzazione

I titolari degli impianti, di cui ai due commi precedenti, che non corrispondono alle disposizioni del PGIP dovranno entro e non oltre il 31.12.2005 indirizzare istanza di delocalizzazione o di messa in conformità come già previsto da commi 3,4 e 5 dell'art. 55.

---

**TITOLO VII**  
**NORME TRANSITORIE E FINALI**

**Art. 52**  
**PIANI PARTICOLAREGGIATI DI CUI ALL'ART. 18 DEL CAPO I DELLA DEL. C.C. 41/98**

1. Sono fatti salvi i Piani Particolareggiati di cui all'art. 18 del Capo I del Regolamento per il Piano degli Impianti di cui alla delibera del Consiglio Comunale n. 41/98 e alla Determinazione n. 12475/99, così come realizzati al momento dell'approvazione del presente Regolamento per il Piano Generale degli Impianti, ferma restando l'applicazione dell'art. 55 ultimo comma, del presente Regolamento.

**Art. 53**  
**DISCIPLINA TRANSITORIA CONCERNENTE L'INSTALLAZIONE DEI GONFALONI AI PALI DELLA PUBBLICA ILLUMINAZIONE.**

E' consentita l'installazione degli impianti di cui all'art.5, lett. F) GONFALONE, nei seguenti termini:

- Nella Zona 1b (Viali del Poggi e Piazze ottocentesche) , per un periodo transitorio massimo di quattro anni;
- Nella Zona 2a (parte del territorio comunale di particolare pregio ambientale, storico e culturale, sottoposto a vincolo paesaggistico di cui al D.Lgs. 490/99) , per un periodo transitorio massimo di sette anni;
- Nella Zona 3a (Piazza delle Cure - Campo di Marte), per un periodo transitorio massimo di sette anni;

Nelle rimanenti parti del territorio ricadenti in Zona 3, l'installazione è sempre consentita.

**ART.53 bis**  
**CONVENZIONI PARTICOLARI**

In presenza di prevalente interesse pubblico teso al finanziamento di opere o attività, l'Amministrazione potrà, attraverso una particolare convenzione con privati, concedere l'installazione di impianti pubblicitari su suolo pubblico, nelle zone di Piano consentite anche attraverso progetti particolareggiati di cui all'art.8 del presente Piano.

**Art. 54**  
**IL CONDONO EDILIZIO. ESCLUSIONE DEGLI IMPIANTI PUBBLICITARI DALL'AMBITO DI APPLICAZIONE.**

Ai manufatti pubblicitari non si applica la normativa del condono edilizio.

Gli interventi abusivi ovvero realizzati in difformità dalla autorizzazione sono soggetti alle disposizioni di cui all'art. 45 e seguenti, del presente Regolamento.

**Art. 55**  
**ADEGUAMENTI, DELOCALIZZAZIONI E RIMOZIONI DEGLI IMPIANTI GIÀ AUTORIZZATI ED IN CONTRASTO CON LA NUOVA DISCIPLINA**

Tutti gli impianti pubblicitari esistenti, muniti di regolare autorizzazione e realizzati in completa conformità alla stessa che non rispondono alle disposizioni del presente Regolamento, devono essere adeguati entro e non oltre il 31.12.2005, a cura e spese del titolare dell'autorizzazione.  
[Il comma 2 è abrogato.]

In caso di esito negativo ovvero in caso di mancata istanza di adeguamento, l'Amministrazione indicherà all'interessato la data entro cui l'impianto dovrà essere rimosso. Tale data non potrà comunque superare il 31.12.2005.

L'Amministrazione può, in caso di impianti per i quali non sia possibile l'adeguamento, consentire la delocalizzazione previa istanza secondo quanto previsto all'art. 13, comma 4, con reinstallazione esclusivamente in zona 3 del P.G.I., anche in deroga alla Tabella B - Distanze, per tutta l'estensione di detta zona.

Il presente articolo si applica a tutti i provvedimenti di concessione e autorizzazione per l'installazione di impianti pubblicitari su suolo pubblico e privato.

*Art. 55 bis*

**IMPIANTI DELLE PUBBLICHE AFFISSIONI ESISTENTI**

Il progetto di cui all'art. 14 comma 1 può consentire il mantenimento delle posizioni degli impianti delle pubbliche affissioni esistenti in deroga alle tabelle A e B dello stesso piano. Tali posizioni non partecipano a formare la quota prevista dal comma 3 dell'art. 3 del presente piano.

*Art. 55 ter*

**SPERIMENTAZIONE PUBBLICITA' MEDIANTE SOSTA VEICOLI SPECIALI EX ART. 20 ULTIMO COMMA**

La pubblicità effettuata mediante la sosta di veicoli di cui all'art. 54, lett. g) del D. Lgs. 285/92 e art. 203, comma II°, lett. q) del D.P.R. 495/92 può essere espressamente autorizzata dall'Amministrazione Comunale per un periodo sperimentale fino al 31.12.2005, con un numero massimo di 10 veicoli esclusivamente alle seguenti condizioni e secondo le modalità di seguito indicate:

1. che sia realizzata con pellicola adesiva nelle forme consentite sull'omologazione;
2. che non sia luminosa o rifrangente;
3. che non sia realizzata mediante messaggi variabili.

La pubblicità mediante la sosta potrà essere effettuata esclusivamente nella zona 3 del PGIP (comprese le aree di addensamento) di cui alla tavola di azionamento del territorio comunale allegata al piano. Nelle altre zone tale pubblicità in sosta dovrà essere rimossa ovvero coperta in modo tale che sia privata di efficacia.

La sosta di tali mezzi deve rispettare le norme del Codice della Strada e la segnaletica stradale esistente.

Tale sosta è altresì vietata ad una distanza inferiore di mt. lineari 10 da impianti pubblicitari esistenti.

La superficie complessiva massima autorizzabile per tale tipologia pubblicitaria sarà di mq. 360 corrispondenti a 10 autoveicoli ciascuno supportante un impianto bifacciale di mt. 6x3.

I soggetti titolari delle autorizzazioni verranno scelti con bando di gara fra le ditte intestatarie dei veicoli adibiti a pubblicità mediante noleggio senza conducente.

L'autorizzazione rilasciata dal Comune ha validità fino al termine del periodo di sperimentazione e sui veicoli dovrà essere esposto apposito contrassegno.

Il titolare dell'autorizzazione dovrà corrispondere anticipatamente per l'intero periodo di sperimentazione un canone per la superficie autorizzata, determinato sulla base della tariffa ordinaria prevista per la categoria superiore, di cui al punto 1 dell'art. 36 del presente regolamento.

*Art. 56*

**DECADENZE DI CONCESSIONI SU SUOLO PUBBLICO**

Tutte le concessioni per impianti pubblicitari rilasciate su suolo pubblico non sono rinnovabili alla data di scadenza indicata nel provvedimento e decadono automaticamente.

I suddetti impianti pertanto, se non rimossi, sono soggetti alle disposizioni di cui all'art. 45 e seguenti, del presente Regolamento.

*Art. 57*

**INSEGNE**

Fino all'approvazione del Piano delle Insegne rimane in vigore il Capo II del Regolamento approvato con D.C.C. 41/98 sulla disciplina dell'installazione delle insegne di esercizio così come definite dall'art. 47 del Regolamento di Attuazione del Codice della Strada (D.P.R. 16.12.1992, n. 495, come modificato dall'art. 37 del D.P.R. 16.09.1996 n. 610) e cioè scritta o altro mezzo visivo di comunicazione in caratteri alfanumerici, completata eventualmente da simbolo o marchio, realizzata e supportata con materiali di qualsiasi natura, installata nella sede dell'attività cui si riferisce o nelle pertinenze accessorie alla stessa, che adempie la funzione di identificare il luogo in cui si svolge una determinata attività economica per indirizzarvi chi vi abbia interesse.

Tali mezzi pubblicitari sono soggetti alla disciplina di cui ai Titoli V e VI del presente Regolamento.

*Art. 58*

**NORME ABROGATE E NORME DI RINVIO.**

E' abrogato il Capo I "Regolamento per il Piano Generale degli Impianti" di cui alla Del. C.C. n. 41/55 del 30.03.1998;

E' abrogato il Regolamento per la disciplina della pubblicità e delle affissioni approvato con Del. C.C. n. 2305/222 del 27/6/94.

Per tutto quanto non espressamente previsto nel presente Regolamento si rinvia alle seguenti norme:

1. D.Lgs. 30.04.1992 n. 285 Nuovo Codice della Strada e successive modificazioni ed integrazioni;
2. **D.P.R. 16.12.1992 n. 495 Regolamento di attuazione del Nuovo Codice della Strada e successive modificazioni ed integrazioni.; Per quanto non espressamente previsto nel presente articolo si rimanda ai contenuti degli art. 49, 50 e 55 del decreto legge 16.12.1992 n. 495 "Regolamento di esecuzione e attuazione del nuovo Codice della Strada" e successive modificazioni ed integrazioni.**
3. 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
4. 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

E' abrogato l'art. 49 del Regolamento di Polizia Municipale approvato con deliberazioni Podestarili il 28.09.1932, 9.12.1932 e 23.01.1933.

Con l'entrata in vigore del presente regolamento sono abrogate tutte le norme regolamentari con esso contrastanti

*Art. 59*

**NORMA TRANSITORIA PER L'APPLICAZIONE DEL CANONE**

*Per il primo anno di applicazione del canone, il termine di pagamento previsto per il 30 aprile ai commi 4 e 10 dell'art. 42 del presente Regolamento, è prorogato al 31 maggio 2001.*

**Art. 60**

**DISCIPLINA TRANSITORIA E MISURE DI SALVAGUARDIA DA APPLICARSI NEL PERIODO CHE PRECEDE L'APPROVAZIONE DEL NUOVO PIANO DELLA PUBBLICITÀ**

1. Agli interventi attuativi di cui all'art. 12 e ai piani e progetti particolareggiati presentati successivamente alla data di entrata in vigore della presente disposizione non si applicano i procedimenti di deroga da parte dei competenti organi comunali alle vigenti norme di piano, previsti dal piano stesso.

2. I procedimenti relativi agli interventi attuativi e ai piani e progetti particolareggiati che richiedono l'approvazione del provvedimento di deroga da parte dei competenti organi comunali già formalmente presentati alla data di cui al comma precedente, ma per i quali non è intervenuto il provvedimento di deroga richiesto o il rigetto dell'istanza, sono sospesi fino all'approvazione del nuovo piano.

3. La sospensione di cui al comma precedente non si applica ai procedimenti di deroga formalmente presentati, alla data di cui al primo comma, relativi:

a - ai progetti particolareggiati previsti in precedenti contratti già sottoscritti fra l'Amministrazione Comunale e terzi;

b - ai progetti particolareggiati previsti per delocalizzazioni di cui all'art. 55 già approvate dall'Amministrazione Comunale, anche su suolo pubblico;

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

d - ai progetti già presentati di delocalizzazione ai sensi dell'art. 55 di impianti già autorizzati o assentiti da sentenze passate in giudicato ai sensi dell'art. 55, esclusivamente se interessano beni di proprietà di terzi.

4. I progetti in deroga di cui al comma precedente e tutti i procedimenti ordinari attivati prima dell'approvazione del nuovo piano sono istruiti secondo le norme del PGIP vigente e nel rispetto dei seguenti ulteriori criteri:

- le istruttorie dei progetti devono evidenziare e valutare l'inserimento dei manufatti nel contesto paesaggistico-ambientale;
- le istruttorie devono verificare il rispetto dei requisiti di sicurezza stradale nella collocazione di impianti pubblicitari;
- le tipologie di impianti, e le relative dimensioni, dovranno essere esclusivamente quelle già previste dal piano;

5. I soggetti che hanno presentato piani attuativi e progetti o piani particolareggiati che, rientrando nella fattispecie di cui al secondo comma, vengono ad essere sospesi, possono adeguare tali istanze con progetti conformi alle norme del piano vigente mantenendo l'ordine della data di presentazione della richiesta originaria.

---

## **ALLEGATO 1**

### **REQUISITI TECNICO-PRESTAZIONALI DEGLI IMPIANTI PUBBLICITARI**

**RESISTENZA E STABILITA' MECCANICA:** capacità degli impianti pubblicitari di resistere ai sovraccarichi, agli urti, alle percussioni, alle vibrazioni, ed in generale ai fenomeni dinamici, in tutte le prevedibili condizioni di esercizio, nel rispetto del coefficiente di sicurezza, senza deformazioni incompatibili; e ciò sia per le singole parti, sia per la struttura nel suo insieme.

Rispetto di tutta la specifica normativa vigente in materia di progettazione, esecuzione e collaudo delle strutture, per il tipo di struttura ed i materiali utilizzati.

**RESISTENZA E REAZIONE AL FUOCO:** caratteristica dei materiali e degli elementi che costituiscono gli impianti pubblicitari, di resistere al fuoco per un tempo determinato senza subire deformazioni incompatibili con la loro fruizione, e di non aggravare il rischio di incendio con la loro infiammabilità.

Rispetto delle prescrizioni tecniche e procedurali vigenti in materia.

**SICUREZZA DALLE CADUTE E DAGLI URTI ACCIDENTALI:** caratteristica dell'impianto pubblicitario di non presentare ostacoli che possano comportare il rischio di urti accidentali.

**SICUREZZA ELETTRICA ED EQUIPOTENZIALE:** la caratteristica degli impianti elettrici di essere concepiti e realizzati in modo tale da garantire agli utenti il massimo grado di sicurezza per il rischio elettrico e per quello delle scariche accidentali.

Impianti elettrici conformi alle norme CEI per la sicurezza elettrica ed equipotenziale. Conformità alle disposizioni della legge n. 46/1990, del dpr n. 447/1991 e successive modifiche e integrazioni, per la realizzazione degli impianti e l'impiego dei materiali secondo la regola dell'arte.

**CONTROLLO DELL'ABBAGLIAMENTO:** condizione che le sorgenti luminose ove previste, comunque e dovunque collocate ed in qualsiasi campo visivo possibile, non producano per gli utenti una sensazione di fastidio a causa dell'abbagliamento ed in particolare non producano abbagliamento agli automobilisti.

Rispetto della normativa specifica; Norme CEI; Istruzioni E.N.E.L.; Raccomandazioni Federelettrica.

**CONTROLLO DELLA TEMPERATURA SUPERFICIALE:** condizione che le superfici con cui l'utente dell'impianto pubblicitario può normalmente entrare in contatto devono presentare scarsa attitudine al surriscaldamento a seguito di normale utilizzo, processi di esercizio e assorbimento dell'irraggiamento solare. In generale, è richiesto che sia mantenuta la temperatura:  $t < 60^{\circ}\text{C}$ .

**RESISTENZA AGLI AGENTI FISICI, CHIMICI E BIOLOGICI:** la durezza è l'attitudine dei singoli materiali ed elementi, che compongono l'impianto pubblicitario, a conservare inalterate le proprie caratteristiche chimico-fisiche, geometriche, funzionali, cromatiche e di finitura superficiale, sotto l'azione delle sollecitazioni termiche, dell'irraggiamento solare a quelli degli agenti chimici e biologici.

Materiali ed elementi devono conservare inalterate le proprie caratteristiche sotto l'azione degli agenti fisici normalmente operanti e prevedibili nell'ambiente in cui si trovano. Particolare attenzione va riservata alla prestazione di non gelività dei materiali. Per i singoli materiali le prestazioni richieste sono conformi alle norme: UNI 8942/1; UNI 8942/2; UNI 8942/3; UNI 8942/4; UNI En 202; . Il requisito deve essere soddisfatto sotto l'azione degli agenti chimici e biologici presenti normalmente nell'ambiente (aria, acqua, ecc.), nonché sotto l'azione degli usuali prodotti per la pulizia delle superfici. Gli elementi non devono presentare porosità o cavità superficiali che non siano facilmente pulibili o ispezionabili evitando il ristagno di acqua e l'accumulo di sporco o di residui di vario genere.

**RESISTENZA AGLI ATTI DI VANDALISMO:** la caratteristica dei singoli elementi e del loro sistema d'insieme (impianto pubblicitario) di dissuadere, impedire e resistere agli atti di vandalismo, come pure di consentire che vi si possa facilmente porre rimedio.

Tutti gli elementi, i loro collegamenti ed ancoraggi, ed il loro sistema d'insieme, devono possedere caratteristiche materiche, morfologiche e costruttive tali da soddisfare al meglio, relativamente alle prestazioni attese ed attendibili dagli elementi di cui trattasi, il requisito della resistenza agli atti di vandalismo. In particolare sono richieste: - collocazioni che rendano gli elementi difficilmente aggredibili; - resistenza ai graffi ed agli strappi superficiali; - superfici con conformazioni e trattamenti con fluidi "antiscrittura" per le parti poste entro l'altezza di 3 mt. dal piano di calpestio.

**AFFIDABILITA':** l'affidabilità è l'attitudine dell'impianto pubblicitario a garantire nel tempo la continuità del funzionamento dei diversi componenti e delle loro reciproche interrelazioni.

Il minimo livello di affidabilità richiesto all'intero sistema deve essere almeno raggiunto da ogni singolo componente. Tutti gli elementi componenti l'impianto debbono garantire il livello di affidabilità inizialmente dichiarato dal tecnico asseverante.

**CONTROLLABILITA' E ISPEZIONABILITA':** l'attitudine a consentire in modo sicuro ed agevole controlli ed ispezioni sullo stato dei materiali e dei componenti, per facilitare i necessari interventi di manutenzione, sia occasionale che programmata.

Gli elementi ed i loro sistemi d'insieme costituenti gli impianti pubblicitari, debbono avere caratteristiche morfologiche, dimensionali, funzionali e tecnologiche tali da consentire di effettuare in sicurezza ed agevolmente controlli ed ispezioni per la verifica del loro stato di conservazione ed efficienza, e per l'effettuazione dei necessari interventi di pulizia, riparazione e integrazione, sostituzione e recupero.

Il manufatto pubblicitario ed ogni suo componente deve possedere l'attitudine a non sporcarsi troppo facilmente sotto l'azione di sostanze imbrattanti di uso corrente e di permettere una facile operazione di pulizia senza deterioramenti permanenti (pulibilità); deve possedere l'attitudine a consentire in modo agevole, nel caso di guasti, il ripristino dell'integrità, della funzionalità e dell'efficienza di elementi e sistemi costituenti l'impianto pubblicitario, o di parti di essi (riparabilità e integrabilità); infine deve possedere l'attitudine a consentire in modo agevole, in caso di guasto grave o di obsolescenza funzionale e/o tecnologica, la sostituzione di elementi tecnici costitutivi o di parti di essi. E' l'attitudine dei materiali e degli elementi tecnici, in seguito alla loro rimozione o demolizione, di poter essere convenientemente riutilizzati o riciclati, anche con finalità di salvaguardia ecologica e di risparmio energetico (sostituibilità e recuperabilità).

Per i manufatti pubblicitari di maggiore importanza è necessario che il progetto sia integrato dal "manuale di manutenzione" che preveda le modalità dei controlli, delle ispezioni e di ogni altra operazione necessaria a garantire la presenza contemporanea di ogni attitudine descritta nel presente punto.