



COMUNE DI FIRENZE

PIANO GENERALE DEGLI IMPIANTI PUBBLICITARI

(IN VIGORE DAL 01/01/2009)

INDICE

TITOLO I - DISCIPLINA DEL PGIP

ART. 1

OGGETTO E FINALITA'

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

MEZZI PUBBLICITARI NON COSTITUTIVI DEL DIMENSIONAMENTO DEL PIANO GENERALE DEGLI IMPIANTI

ART. 6

IMPIANTI PUBBLICITARI DELLA CITTA'

ART. 7

CONCESSIONE DI IMPIANTI PUBBLICITARI DELLA CITTA'

ART. 8

GESTIONE DI IMPIANTI PUBBLICITARI DELLA CITTA'

ART. 9

CARATTERISTICHE TIPOLOGICHE DEGLI IMPIANTI

ART. 10

DISTANZA DEGLI IMPIANTI DALLE ALBERATURE

ART. 11

COMPATIBILITA' DEGLI IMPIANTI CON LE POLITICHE ENERGETICHE COMUNALI

ART. 12

MANUFATTI E CARTELLI CON SPONSOR

ART. 13

ABACO DEGLI IMPIANTI

ART. 14

ZONIZZAZIONE DEL TERRITORIO COMUNALE

ART. 15

AREE DI ADDENSAMENTO PUBBLICITARIO

ART. 16

CARATTERISTICHE GENERALI DEGLI IMPIANTI

ART. 17

UBICAZIONE DEGLI IMPIANTI

TITOLO II - ATTUAZIONE DEL PIANO

ART. 18

REALIZZAZIONE E GESTIONE DEGLI IMPIANTI DELLA CITTA'

ART. 19

INTERVENTO DIRETTO DA PARTE DEI PRIVATI SU AREA PRIVATA

ART. 20

IMPIANTI PER LE PUBBLICHE AFFISSIONI

ART. 21

INTERVENTI DA PARTE DI AZIENDE EROGATRICI DI PUBBLICI SERVIZI LOCALI NEL TERRITORIO COMUNALE

ART.22

PROGETTO UNITARIO DELLE AREE BIKE SHARING

ART. 23

NORME INERENTI LA PUBBLICITA' SUI CANTIERI

ART. 24

PROGETTI PARTICOLAREGGIATI DELLE AREE DI ADDENSAMENTO PUBBLICITARIO

ART. 25

PROGETTO UNITARIO DELLE AREE FERROVIARIE

TITOLO III - ALTRA PUBBLICITA' EFFETTUATA SU SUOLO PUBBLICO E PRIVATO

ART. 26

PUBBLICITÀ FONICA

ART. 27

PUBBLICITÀ A MEZZO AEROMOBILI O PALLONI FRENATI E NATANTI

ART. 28

PUBBLICITÀ SUI VEICOLI

ART. 29

VEICOLI SPECIALI DESTINATI A PUBBLICITA' ITINERANTE

ART. 30

PUBBLICITA' COMMERCIALE IN LUOGHI PUBBLICI O APERTI AL PUBBLICO

TITOLO IV - AUTORIZZAZIONE PER L'INSTALLAZIONE DI IMPIANTI PUBBLICITARI

ART. 31

MODALITA' DI PRESENTAZIONE PROGETTI E RILASCIO DI AUTORIZZAZIONE

ART. 32

VARIAZIONI DEL MESSAGGIO PUBBLICITARIO

ART. 33

DURATA E RINNOVO DELL'AUTORIZZAZIONE

ART. 34

OBBLIGHI DELL'INTESTATARIO DELL'AUTORIZZAZIONE

ART. 35

ANTICIPATA RIMOZIONE

ART. 36

VOLTURA DELL'AUTORIZZAZIONE

ART. 37

CESSAZIONE DELL'AUTORIZZAZIONE

TITOLO V - CANONE PER L'ISTALLAZIONE DEI MEZZI PUBBLICITARI

ART. 38

ISTITUZIONE DEL CANONE

ART. 39

SOGGETTI TENUTI AL PAGAMENTO DEL CANONE

ART. 40

GESTIONE DELLA PROCEDURA AMMINISTRATIVA

ART. 41

CRITERI PER LA DETERMINAZIONE DELLE TARIFFE DEL CANONE

ART. 42

CLASSIFICAZIONE DEL TERRITORIO COMUNALE AI FINI DELL'APPLICAZIONE DEL CANONE

ART. 43

MAGGIORAZIONI DELLE TARIFFE.

ART. 44

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

ART. 45

APPLICAZIONE DEL CANONE

ART. 46

ESCLUSIONI

ART. 47
ESENZIONI
ART. 48
RIDUZIONI
ART. 49
AGEVOLAZIONI
ART. 50
MODALITÀ E TERMINI DI PAGAMENTO DEL CANONE PER MEZZI PUBBLICITARI PERMANENTI
ART. 51
MODALITÀ E TERMINI DI PAGAMENTO PER MEZZI PUBBLICITARI TEMPORANEI
TITOLO VI - PENALITÀ E SANZIONI
ART. 52
PENALITÀ PER OMESSO O PARZIALE E TARDIVO PAGAMENTO DEL CANONE
ART. 53
PUBBLICITÀ ABUSIVA E DIFFORME: DEFINIZIONI
ART. 54
INDENNIZZO E SANZIONE PECUNIARIA PER LA PUBBLICITÀ ABUSIVA E DIFFORME
ART. 55
ALTRE MISURE
ART. 56
DECORRENZA DELLA PUBBLICITÀ ABUSIVA
ART. 57
DEFINIZIONE AGEVOLATA DELLE PENALITÀ
ART. 58
DIFFIDA AD ADEMPIERE/INGIUNZIONE DI PAGAMENTO ED ATTIVITÀ DI CONTROLLO ED ACCERTAMENTO
ART. 59
RIMBORSI
ART. 60
CONTENZIOSO

TITOLO VII - NORME TRANSITORIE E FINALI

ART. 61
IL CONDONO EDILIZIO, ESCLUSIONE DEGLI IMPIANTI PUBBLICITARI DALL' AMBITO DI APPLICAZIONE
ART. 62
ADEGUAMENTI, DELOCALIZZAZIONI E RIMOZIONI DEGLI IMPIANTI GIÀ AUTORIZZATI ED IN CONTRASTO CON LA NUOVA DISCIPLINA
ART. 63
DECADENZE DI CONCESSIONI SU SUOLO PUBBLICO
ART. 64
INSEGNE
ART. 65
NORME DI RINVIO
ART. 66
DISCIPLINA TRANSITORIA E MISURE DI SALVAGUARDIA
ART. 67
DISCIPLINA TRANSITORIA PER I GONFALONI
ART. 68
SPERIMENTAZIONE

Titolo I

Disciplina del PGIP

Art. 1 **OGGETTO E FINALITA'**

- 1.1 Il presente Piano Generale degli Impianti Pubblicitari, in ottemperanza alle disposizioni di cui all'art. 3 del D.Lgs. 507/93, disciplina la quantità, la tipologia e la distribuzione sul territorio comunale dei mezzi pubblicitari e delle pubbliche affissioni in relazione alle esigenze di carattere sociale ed economico, delle esigenze di tutela ambientale e paesaggistica, di equilibrio della localizzazione degli impianti, nel rispetto delle norme della circolazione stradale nonché delle previsioni e prescrizioni urbanistiche.
- 1.2 la finalità del piano è quella di procedere al riordino degli impianti pubblicitari e delle pubbliche affissioni esistenti, di pianificare e regolamentare le tipologie e le modalità di effettuazione della pubblicità, di disciplinare i criteri e le modalità di installazione dei nuovi impianti, di rendere possibili gli interventi di sponsorizzazione o di sostegno economico per finalità di interesse per la città, il tutto nella quantità massima di pubblicità potenzialmente ammessa e definita soglia sostenibile dalla Città di Firenze.
- 1.3 Il piano individua le tipologie degli impianti e disciplina la loro localizzazione. Per impianti pubblicitari si intendono i manufatti visibili dagli spazi pubblici o di uso pubblico destinati a supportare:
- pubblica affissione di natura istituzionale, sociale o comunque priva di rilevanza economica;
 - pubblicità commerciale su aree ed impianti di proprietà della città;
 - pubblicità esterna dei privati.
2. La distinzione fra i mezzi pubblicitari disciplinati dal presente piano e quelli non costitutivi dello stesso è stabilita sulla base della natura del messaggio pubblicitario e del luogo cui il messaggio pubblicitario si riferisce, cioè se installato in luogo estraneo alla sede dell'attività, ovvero installato nella sede o nelle pertinenze accessorie esclusive dell'attività.
3. 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.
4. L'Amministrazione Comunale promuove le iniziative necessarie affinché nel proprio territorio non venga esposta pubblicità avente un contenuto ed immagini lesive del decoro della fede religiosa e/o delle appartenenze di genere, culturali e nazionali delle persone e a tal fine richiederà, in sede di affidamento di concessione del servizio, formale impegno specifico da parte delle aziende che risulteranno vincitrici delle procedure di gara.

Art. 2 **IMPIANTI DISCIPLINATI DAL PRESENTE PIANO**

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

A. Cartello

- A..0 – formato fino a mq. 8;*
- A..1 – formato compreso tra mq. 8 e mq. 12;*
- A..2 - formato compreso tra mq. 12 e mq. 18;*

B. Impianto per affissioni

- B.1 Vetrina
- B.2 Stendardo porta manifesti
 - B.2.1 - formato piccolo - cm 100x140, cm140x100*
 - B.2.2 - formato medio - cm. 140x200 200x140*
 - B.2.3 - formato grande - cm.280x200 200x280*
- B.3 Poster
- B.4 Tabella a muro
 - B.4.1 - formati piccoli - 140x100 -100x140*
 - B.4.2 - formati medi - 140x200 200x140 , 280x200 200x280*
 - B.4.3 - formati grandi - 400x280, 420x200*

C. Opera di particolare pregio

- C.1 Impianto pubblicitari su pareti cieche
 - C.1.1 Trompe l'oeil*
 - C.1.2 Gigantografia*
- C.2 Gigantografia su ponteggi
 - C.2.1 artistica*
 - C.2.2 pubblicitaria*

D. Impianto speciale

- D.1 Cartello segnaletico
- D.2 Tabellone a led

E. Striscione e Stendardo

- E.1 striscione
- E.2 stendardo

F. Gonfalone

G. Impianto su arredo urbano

G.1 Supporto informativo

- G.1.1 - manufatto bifacciale con superficie destinata a messaggi pubblicitari inferiore a mq. 3;
- G.1.2 - manufatto bifacciale con superficie destinata a messaggi pubblicitari compresa tra mq. 3 a mq. 6;
- G.1.3 - manufatto trifacciale con superficie destinata a messaggi pubblicitari inferiore a mq. 1,5

G.2.1 Totem

G.2.2 Pannello luminoso

G.3 Pensilina autobus

G.4 Palina di fermata

G.5 Bagno autopulente

G.6 Orologio

G.7 Contenitore per la raccolta dei rifiuti solidi urbani

G.8 Segnaparcheggio

2. 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 relativa al restauro delle opere d'arte e della manutenzione delle aree verdi

Art. 3

DIMENSIONAMENTO DEL PIANO

1. In conformità alle disposizioni contenute nel D.Lgs. 507/93 in tutto il territorio comunale è consentita una superficie globale di 31.400 mq di spazi pubblicitari e per pubbliche affissioni così ripartita:

- Superficie per la pubblica affissione di natura istituzionale, sociale e comunque non a rilevanza economica su impianti di proprietà dell'Amministrazione Comunale mq. 6.600
- Superficie per la pubblicità commerciale su aree pubbliche e lungo le strade, su impianti di proprietà dell'Amministrazione Comunale mq. 11.800
- Superficie per la pubblicità effettuata attraverso l'utilizzo dei gonfaloni sui pali della pubblica illuminazione mq. 5.000
- Superficie per la pubblicità su impianti di proprietà non comunale su aree e beni di proprietà di terzi mq. 8.000.

2. Ai fini del presente Piano Generale degli impianti pubblicitari, per pubblicità esterna si intende:

- quella effettuata su impianti di proprietà non comunale, su aree e beni di proprietà di terzi in aree private;
- quella effettuata su impianti pubblici in aree pubbliche.

Art. 4

MEZZI PUBBLICITARI NON COSTITUTIVI DEL PIANO GENERALE DEGLI IMPIANTI

1. 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 purché i manufatti non eccedano le dimensioni massime di analoghe strutture consentite nella zona di piano in cui ricadono.
 - d. I manufatti adibiti a pubblicità posti all'interno degli impianti sportivi con messaggio rivolto esclusivamente verso l'interno e non visibile dalla pubblica via.
 - e. I manufatti pubblicitari, relativi ai giornali ed alle pubblicazioni periodiche, se esposti sulle sole facciate esterne delle edicole o nelle vetrine o sulle porte di ingresso dei negozi dove si effettua la vendita.
 - f. I manufatti destinati ad esposizioni pubblicitarie installati all'interno di mezzi di trasporto collettivo.
 - g. I manufatti destinati ad esposizioni pubblicitarie comunque effettuate in via esclusiva dallo Stato e dagli Enti Pubblici territoriali.
 - h. Le insegne di esercizio dei negozi, targhe e simili.
 - i. Le insegne, targhe e simili, la cui esposizione sia obbligatoria per disposizione di legge o regolamento.
 - j. Le targhe indicanti le sedi dei ministeri, delle istituzioni locali, le targhe indicanti la proprietà di interi immobili o complessi edilizi se di superficie inferiore a 1500cmq. e tutti quegli elementi che per similitudine siano comunque assimilabili alle insegne.

Art. 5

MEZZI PUBBLICITARI NON COSTITUTIVI DEL DIMENSIONAMENTO DEL PIANO GENERALE DEGLI IMPIANTI

1. Costituiscono pubblicità esterna, le seguenti tipologie di pubblicità normate nel titolo III che non rientrano nelle quantità costitutive del dimensionamento del 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 sui veicoli destinati a pubblicità itinerante, conformi alle normative del Codice della Strada e relativo Regolamento di Attuazione.
- e. Pubblicità commerciale in luoghi aperti al pubblico.
- f. Pubblicità commerciale a carattere temporaneo negli spazi pubblici ed in luoghi aperti al pubblico.
- g. Pubblicità nelle apposite vetrinette murali espositive comunali.
- h. Manufatti e cartelli con sponsor di cui all'art. 12.
- i. 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. 42/04, potrà essere autorizzata in tutto il territorio cittadino; in presenza di ponteggi essa dovrà essere posizionata ad un'altezza di oltre mt. 3 da terra.
- j. 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 di specifici eventi.
- k. Mezzi pubblicitari in forma provvisoria per manifestazioni culturali, sportive, pubblicitarie.

2. Sono escluse dalle quantità costitutive del dimensionamento del presente piano quelle riferibili alle tipologie C2- Gigantografie su ponteggi ed E-Striscioni e standardi e la pubblicità temporanea sui cantieri e sui ponteggi. Inoltre non rientrano nelle quantità costitutive del dimensionamento del 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. 6
IMPIANTI PUBBLICITARI DELLA CITTA'

1. Costituiscono impianti pubblicitari della città i manufatti destinati a fornire informazioni atte ad attirare la attenzione sulla qualità di beni o servizi e gli impianti, il cui scopo sia far conoscere un marchio, un prodotto, un servizio o un'impresa, di proprietà dell'amministrazione comunale o in uso alla stessa.
2. Sulle aree pubbliche comunali, sulla aree del demanio comunale, su tutti i beni immobili del Comune, la realizzazione degli impianti pubblicitari è attività esclusiva del Comune fatto salvo quanto disposto dall'articolo successivo in merito alla concessione degli impianti pubblicitari.

Art. 7
CONCESSIONE DI IMPIANTI PUBBLICITARI DELLA CITTA'

1. L'Amministrazione Comunale, al fine di realizzare gli impianti pubblicitari della città, predispone uno o più progetti, concedendo la realizzazione e lo sfruttamento di tali impianti a soggetti terzi.
2. L'affidamento della concessione avverrà previo espletamento di gara ad evidenza pubblica il cui bando dovrà contenere anche le modalità ed i termini di passaggio della proprietà degli impianti all'amministrazione comunale.
3. La gara ad evidenza pubblica prevede come criterio per l'aggiudicazione quello dell'offerta economicamente più vantaggiosa.
4. I progetti relativi ai nuovi impianti da realizzare di cui al comma 1 e agli impianti già esistenti di cui al comma 8, sono predisposti secondo i seguenti criteri: sostenibilità ambientale, qualità dei manufatti, massima redditività per l'amministrazione comunale.
5. In ogni progetto sono indicate, per ogni impianto, la localizzazione, la tipologia, la superficie e le caratteristiche estetiche.
6. Il rapporto fra Amministrazione e concessionario è disciplinato da una apposita convenzione in cui sono indicati numero e ubicazione degli impianti, durata concessione, corrispettivo dovuto al Comune e tutte le altre condizioni che regolano i rapporti quali spese, tempi, modalità di installazione, spese allacciamento servizi, manutenzione degli impianti fino alla loro consegna al Comune, responsabilità per danni, oneri di ripristino suolo pubblico, eventuale proroga, rinnovo e revoca concessione.
7. La durata massima della concessione è stabilita negli atti della procedura concorsuale ed alla sua scadenza, ovvero all'eventuale risoluzione anticipata del rapporto, si procede ad affidamento mediante espletamento di nuova procedura concorsuale.
8. La concessione degli impianti pubblicitari già esistenti di proprietà del Comune viene affidata sulla base di progetti predisposti dall'Amministrazione, previo esperimento di gara ad evidenza pubblica seguendo le prescrizioni dei precedenti commi 3 e 4.

Art. 8
CONCESSIONE DI ALTRE TIPOLOGIE DI IMPIANTI PUBBLICITARI DELLA CITTA'

1. L'Amministrazione Comunale concede a privati l'utilizzo dei pali della pubblica illuminazione per l'apposizione, attraverso appositi sostegni, di gonfaloni pubblicitari di cui all'art. 2 del presente regolamento.
2. L'affidamento della concessione all'apposizione dei gonfaloni pubblicitari avviene previo espletamento di gara ad evidenza pubblica seguendo le prescrizioni del precedente articolo 7 commi 3 e 4, sulla base di uno o più progetti predisposti dall'Amministrazione Comunale, in cui sono individuate le singole postazioni per l'apposizione dei medesimi, le caratteristiche dell'aggancio e la messa in sicurezza del gonfalone.
3. Il concessionario corrisponde all'Amministrazione un corrispettivo calcolato su base temporale annuale, oltre al canone per l'installazione dei mezzi pubblicitari.
4. Il rapporto è subordinato alla stipula di apposita convenzione in cui saranno disciplinati numero e ubicazione di ogni singolo impianto, durata concessione, corrispettivo dovuto al Comune e tutte le altre condizioni che regolano i rapporti reciproci fino al termine della concessione.

Art. 9
CARATTERISTICHE TIPOLOGICHE DEGLI IMPIANTI

1. Gli impianti pubblicitari disciplinati dal presente piano così come individuati all'art. 2 devono avere le seguenti caratteristiche, riportate nelle schede dell'Abaco degli impianti di cui all'allegata "Tavola 2" alle presenti norme:

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. Può contenere anche messaggi variabili.

I formati ammessi sono:

- A. 0 – formato fino a mq. 8;
- A.1 – formato compreso tra mq. 8 e mq. 12;
- A.2 - formato compreso tra mq. 12 e mq. 18;

B. Impianto per affissione

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

B.1 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;

B.2 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:

B.2.1 - formato piccolo - cm 100x140, cm140x100

B.2.2 - formato medio - cm. 140x200 200x140

B.2.3 - formato grande - cm.280x200 200x280

B.3 Poster - Struttura monofacciale 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, non luminoso né illuminato.

B.4 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:

B.4.1 - formati piccoli - 140x100 -100x140

B.4.2 -formati medi - 140x200 200x140, 280x200 200x280

B.4.3 - 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 cieche

C.1.1 Trompe l'oeil

Manufatto pubblicitario monofacciale luminoso, illuminato o privo di luce inserito nel recupero di facciate cieche, prive cioè di qualsiasi tipo di apertura, 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.

C.1.2Gigantografia

Manufatto pubblicitario monofacciale, illuminato o privo di luce, posizionato su parete completamente cieca, dal piano strada alla copertura, priva di qualsiasi tipo di apertura, gigantografia che interessa l'intera facciata, complanare alla facciata stessa e sempre che la facciata non sia cieca per scelta del progetto architettonico.

C.2 Gigantografia su ponteggi

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

C.2.1 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.

C.2.2 pubblicitaria

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 Speciale

D.1 Cartello segnaletico

Cartello posto ai bordi delle strade con la funzione di segnalare un percorso di avvicinamento ad un'azienda o la sua sede, non finalizzato alla diffusione nel pubblico di un prodotto ma solo dell'attività svolta dall'impresa e della sua sede, nell'ambito del territorio comunale o di un comune vicino. Ha un formato orizzontale di dimensione 2,00 x 1,50 m. ed ha un solo supporto, privo di illuminazione. Può essere bifacciale.

D.2 Tabellone a led

Impianto pubblicitario avente per scopo principale l'informazione al pubblico relativamente al traffico ed al sistema della viabilità. E' posizionato nei parcheggi scambiatori, come individuati negli elaborati del Piano Strutturale, rivolto verso gli stessi ed ha un formato massimo di ml. 2,80 x 1,60 (16:9).

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.

E.1. Striscione

Elemento bidimensionale mono o bifacciale realizzato in materiale non rigido, installato trasversalmente alla sede stradale a mezzo di cavi di fissaggio a parete. Privo di luce è finalizzato esclusivamente alla promozione pubblicitaria di attività istituzionali della Pubblica Amministrazione, manifestazioni culturali o spettacoli non commerciali di rilevante importanza per la città.

Dimensioni cm. 800x100 – 600x100.

E.2. Stendardo

Elemento bidimensionale monofacciale realizzato in materiale non rigido, 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. Per le manifestazioni a carattere esclusivamente culturale le dimensioni massime sono raddoppiate.

F. Gonfalone

Elemento bidimensionale monofacciale finalizzato alla diffusione di messaggi pubblicitari, realizzato esclusivamente in materiale non rigido, fermato da due supporti lineari rigidi. Privo di luce. Ancorato ai pali della pubblica illuminazione, con propri agganci caratteristici ed in modo che l'installazione avvenga senza appoggio di strutture ai pali stessi.

Dimensioni nominali cm. 120x180. e superficie pubblicitaria di mq. 2,00

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 per luce diretta.

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:

G.1.1 - manufatto bifacciale con superficie destinata a messaggi pubblicitari fino a mq. 2;

G.1.2 - manufatto bifacciale con superficie destinata a messaggi pubblicitari maggiore di mq.2 e fino a mq.6;

G.1.3 - manufatto trifacciale con superficie destinata a messaggi pubblicitari fino a mq. 1,5.

G.2.1 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.2.2 Pannello luminoso

Manufatto mono o bifacciale finalizzato a supportare messaggi pubblicitari; può essere luminoso e può contenere messaggi variabili se del tipo monofacciale. Dimensioni nominali cm. 120x180 e superficie pubblicitaria di mq. 2,00, altezza massima del manufatto ml. 2,50, lungo le piste ciclabili ed i marciapiedi l'altezza massima del manufatto sarà contenuta entro ml. 4.00.

G.3 Pensilina mezzi di trasporto pubblico

Struttura avente per scopo primario quello di proteggere l'utenza in attesa alle fermate dei mezzi di trasporto pubblico.

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.

Dimensioni superiori, fino a un massimo di 100x140 cm, potranno essere autorizzate dalla Giunta esclusivamente a seguito dell'approvazione di un piano particolareggiato cittadino presentato congiuntamente dai soggetti titolari di Trasporto Pubblico Locale (T.P.L.), di razionalizzazione delle aree di fermata con l'accorpamento di più punti di segnalazione, la riduzione di pali e colonne su suolo pubblico e la presenza di servizi di informazione agli utenti su tempi di percorrenza dei mezzi di trasporto.

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, mono o bifacciale che potrà essere luminoso o privo di luce ed il messaggio pubblicitario potrà avere una dimensione massima pari a 0,7mq. per ciascuna faccia.

G.7 Contenitori per la raccolta dei rifiuti solidi urbani

Contenitori per la raccolta dei rifiuti solidi urbani che possono ospitare messaggi pubblicitari di dimensione massima pari a 1,5 mq.

Idonee strutture atte a circoscrivere i contenitori per la raccolta differenziata dei rifiuti solidi urbani con dimensione massima degli impianti pubblicitari di 2 mq.

G.8 Segnaparcheggio

Impianto pubblicitario da collocare nei parcheggi pubblici o di uso pubblico di superficie, avente un lato da utilizzare con lo scopo di fornire informazione al pubblico relativa all'uso e alle tariffe praticate nel parcheggio dall'altro quale impianto pubblicitario. Dimensioni nominali cm. 120x180 e superficie pubblicitaria di mq. 2,00, altezza massima del manufatto ml. 2,50. Può essere luminoso.

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

2. Altre tipologie e modifiche a quelle di cui sopra potranno essere individuate con successivo atto, anche in relazione all'evoluzione tecnologica e qualitativa delle forme di pubblicità.

3. Costituiscono inoltre tipologie di impianti pubblicitari normate dal presente piano quelle a carattere temporaneo di seguito indicate:

At. Cartello sulle recinzioni di cantiere

A. 0 – formato fino a mq. 8, luminoso o privo di luce;

A..1 – formato compreso tra mq. 8 e mq. 12, luminoso o privo di luce;

A..2 - formato compreso tra mq. 12 e mq. 18, luminoso o privo di luce;

Art. 10
DISTANZA DEGLI IMPIANTI DALLE ALBERATURE

1. Nessun impianto pubblicitario di nuova realizzazione può essere collocato a meno di tre metri dal piede di un albero.
2. Per gli impianti di dimensioni superiori agli standard luminosi (pannello luminoso 120x180) la localizzazione deve essere esterna al profilo della chioma adulta, con una distanza minima di almeno 10 metri dal piede dell'albero.

Art. 11
COMPATIBILITA' DEGLI IMPIANTI CON LE POLITICHE ENERGETICHE COMUNALI

1. In conformità al Piano Energetico Ambientale Comunale approvato con Delib. C.C. n. 51/2007, tutti gli impianti pubblicitari realizzati successivamente all'entrata in vigore delle presenti norme non possono essere autoilluminanti o illuminati autonomamente, con prelievo di energia dalla rete.
2. In deroga al divieto di cui al comma precedente la realizzazione di impianti pubblicitari autoilluminanti o illuminati autonomamente è possibile solo a condizione che essi siano alimentati da impianto fotovoltaico o, in alternativa, che venga stipulato idoneo contratto di fornitura di energia elettrica di durata pari almeno alla durata della concessione dell'impianto pubblicitario stesso, da parte del soggetto gestore dell'impianto stesso, che attesti che la fornitura avviene con energia elettrica prodotta da fonti rinnovabili con certificato verde.
3. Tutti gli impianti luminosi autorizzati prima dell'approvazione del presente regolamento, alla scadenza dell'autorizzazione dovranno essere resi conformi alla vigente normativa.

Art.12
MANUFATTI E CARTELLI CON SPONSOR

1. I manufatti per la comunicazione/informazione culturale, turistica ed istituzionale, i cartelli segnalanti la realizzazione delle opere pubbliche e quelli segnalanti la sponsorizzazione relative al restauro delle opere d'arte e 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.

2. 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.

3. 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. La superficie massima della sommatoria dei singoli impianti non potrà essere superiore a:
 1. nelle aree fino a 500 mq. al limite di 1.000 cmq.
 2. nelle aree fino a 3.000 mq. al limite di 2.000 cmq.
 3. nelle aree fino a 10.000 mq. al limite di 4.000 cmq.
 4. nelle aree fino a 20.000 mq. al limite di 6.000 cmq.
 5. nelle aree oltre 20.000 mq. al limite di 8.000 cmq.

4. 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 che ne stabiliscano forme, durata e contenuto, nel rispetto della normativa di sicurezza stradale e del D.Lgs. n.42/2004.

Art. 13
ABACO DEGLI IMPIANTI

1. Ogni singolo impianto è provvisto di una scheda specifica che riassume le informazioni, definisce l'ammissibilità e le caratteristiche puntuali di collocamento.

La scheda riporta le seguenti voci:

- Codice Impianto in carattere numerico
- Tipologia dell'impianto a cui si riferisce la scheda.
- Zona di piano.
- Durata temporale dell'autorizzazione o la data della sua dismissione.
- Breve descrizione del manufatto a cui si riferisce la scheda con scatto fotografico.
- Dimensioni della superficie del manufatto.
- Indicazione della distanza da rispettare dagli altri impianti pubblicitari, temporanei o permanenti, misurata in proiezione, sul piano di calpestio, dal punto di massimo ingombro dello spazio pubblicitario.
- Posizionamento dell'impianto pubblicitario rispetto la carreggiata.
- Indicazione del tipo di illuminazione consentita: non luminoso; luminoso ecc.
- Prescrizioni specifiche per la tipologia di impianto indicata.
- Eventuali ulteriori note relative al posizionamento.

Art. 14
ZONIZZAZIONE DEL TERRITORIO COMUNALE.

1. Ai fini della collocazione degli impianti pubblicitari il territorio comunale è suddiviso in quattro zone con l'obiettivo di stabilire la compatibilità ambientale ed urbanistica degli impianti pubblicitari. La suddivisione in sottozone è stata utilizzata per rendere ancora più cogente la verifica di compatibilità degli impianti pubblicitari con i principi elementari del Piano. Tali zone sono:

2. **La ZONA 1** formata dal centro storico più la fascia ottocentesca fino alla ferrovia e dal parco delle Cascine, caratterizzata dalla diffusa presenza di valori storici, artistici o ambientali in coerenza col PRG; essa è perimetrata tenuto anche conto dei vincoli ambientali di cui al D.Lgs.42/04. Sono equiparati i centri storici minori come individuati dal vigente PRG. Comprende al suo interno dei particolari ambiti urbani, indicati come sottozone, che sono:

- 1a il nucleo centrale storico, i lungarni e il parco delle Cascine
- 1b i viali del Poggi e le piazze ottocentesche

3. Nella Zona 1 ai fini del presente Piano sono ammesse le seguenti tipologie di impianti pubblicitari:

B. Impianto per affissioni

- B.1 Vetrina
- B.2 Stendardo porta manifesti
- B.2.1 - formato piccolo - cm 100x140, cm140x100
- B.2.2 - formato medio - cm. 140x200 200x140

B.4 Tabella a muro

- B.4.1 - formati piccoli - 140x100 -100x140
- B.4.2 - formati medi - 140x200 200x140 , 280x200, 200x280
- B.4.3 - formati grandi - 400x280, 420x200

C. Opera di particolare pregio

- C.2 Gigantografia su ponteggi

C.2.1 artistica

E. Striscione e Stendardo

- E.1 striscione
- E.2 stendardo

G. Impianto su arredo urbano

- G.1 Supporto informativo
 - G.1.1 - manufatto bifacciale con superficie destinata a messaggi pubblicitari inferiore a mq. 3;
- G.2.1 Totem
- G.2.2 Pannello luminoso
- G.3 Pensilina autobus
- G.4 Palina di fermata

- G.5 Bagno autopulente
- G.6 Orologio
- G.7 Contenitori per la raccolta dei rifiuti solidi urbani
- G.8 Segnaparcheggio

4. Nella Zona 1a) ai fini del presente Piano sono ammesse le seguenti tipologie di impianti pubblicitari:

B. Impianto per affissioni

- B.1 Vetrina

C. Opera di particolare pregio

- C.2 Gigantografia su ponteggi
- C.2.1 artistica

E. Striscione e Stendardo

- E.2 stendardo

G. Impianto su arredo urbano

- G.2.2 Pannello luminoso (limitatamente alle stazioni di fermata di tramvia e bike-sharing)
- G.3 Pensilina mezzi di trasporto pubblico (fino a mq. 2,00)
- G.4 Palina di fermata di mezzi di trasporto

5. Nella Zona 1b) ai fini del presente Piano sono ammesse le seguenti tipologie di impianti pubblicitari:

B. Impianto per affissioni

- B.1 Vetrina
- B.2 Stendardo porta manifesti
- B.2.1 - formato piccolo - cm 100x140, cm140x100
- B.2.2 - formato medio - cm. 140x200 200x140
- B.4.3 - formati grandi - 400x280, 420x200

C. Opera di particolare pregio

- C.2 Gigantografia su ponteggi
- C.2.1 artistica

E. Striscione e Stendardo

- E.2 stendardo

G. Impianto su arredo urbano

- G.1 Supporto informativo
 - G.1.1 - manufatto bifacciale con superficie destinata a messaggi pubblicitari inferiore a mq. 3;
- G.2.1 Totem
- G.2.2 Pannello luminoso
- G.3 Pensilina autobus
- G.4 Palina di fermata
- G.5 Bagno autopulente
- G.6 Orologio
- G.8 Segnaparcheggio

6. La ZONA 2 è formata dalle parti del territorio comunale di particolare pregio ambientale, storico e culturale sottoposte a vincolo ambientale di cui al D.Lgs.42/04 urbanizzate ed il cui sviluppo ed assetto urbanistico si è consolidato nella seconda metà del secolo scorso e la zona di piazza delle Cure-Campo di Marte.

In questa zona sono soggette a particolari limitazioni:

- Edifici sottoposti dal PRG alle classi di intervento 0, 1, 2, 3, 4 e 8
- Edifici costituiti prima dell'anno 1942 ricadenti nelle zone agricole di particolare valore ambientale (sottozona E1-E2 del PRG vigente)

In tali edifici non sono ammessi gli impianti di tipo C1 Impianto pubblicitario su parete cieca, *trompe l'oeil*, C.2.2 Gigantografia pubblicitaria. Nella Zona 2 ai fini del presente Piano sono ammesse le seguenti tipologie di impianti pubblicitari:

B. Impianto per affissioni

- B.1 Vetrina
- B.2 Stendardo porta manifesti

B.2.1 - formato piccolo - cm 100x140, cm140x100

B.2.2 - formato medio - cm. 140x200 200x140

B.4 Tabella a muro

B.4.1 - formati piccoli - 140x100 -100x140

B.4.2 - formati medi - 140x200 200x140 , 280x200 , 200x280

B.4.3 - formati grandi - 400x280, 420x200

C. Opera di particolare pregio

C.1 Impianto pubblicitari su pareti cieche

C.1.1 Trompe l'oeil

C.2 Gigantografia su ponteggi

C.2.1 artistica

C.2.2 pubblicitaria

E. Striscione e Stendardo

E.1 striscione

E.2 stendardo

G. Impianto su arredo urbano

G.1 Supporto informativo

G.1.1 - manufatto bifacciale con superficie destinata a messaggi pubblicitari inferiore a mq. 3;

G.1.3 - manufatto trifacciale con superficie destinata a messaggi pubblicitari inferiore a mq. 1,5

G.2.1 Totem

G.2.2 Pannello luminoso

G.3 Pensilina autobus

G.4 Palina di fermata

G.5 Bagno autopulente

G.6 Orologio

G.7 Contenitori per la raccolta dei rifiuti solidi urbani

G.8 Segnaparcheggio

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

8. La sottozona 2a) individua strade pubbliche e sedime di pertinenza delle stesse, di proprietà pubblica, dove è possibile installare impianti pubblicitari. Nella Zona 2a) ai fini del presente Piano sono ammesse le seguenti tipologie di impianti pubblicitari:

A. Cartello

A.. 0 – formato fino a mq. 8;

A.1- formato tra 8 e 12 mq.

B. Impianto per affissioni

B.2 Stendardo porta manifesti

B.2.1 - formato piccolo - cm 100x140, cm140x100

B.2.2 - formato medio - cm. 140x200 200x140

B.4 Tabella a muro

B.4.1 - formati piccoli - 140x100 -100x140

B.4.2 - formati medi - 140x200 200x140 , 280x200 , 200x280

B.4.3 - formati grandi - 400x280, 420x200

C. Opera di particolare pregio

C.1 Impianto pubblicitari su pareti cieche

C.1.1 Trompe l'oeil

C.2 Gigantografia su ponteggi

C.2.1 artistica

C.2.2 pubblicitaria

E. Striscione e Stendardo

E.1 striscione

E.2 stendardo

F. Gonfalone

G. Impianto su arredo urbano

G.1 Supporto informativo

G.1.1 - manufatto bifacciale con superficie destinata a messaggi pubblicitari inferiore a mq. 3;

G.1.3 - manufatto trifacciale con superficie destinata a messaggi pubblicitari inferiore a mq. 1,5

G.2.1 Totem

G.2.2. Pannello luminoso

G.3 Pensilina autobus

G.4 Palina di fermata

G.5 Bagno autopulente

G.6 Orologio

G.7 Contenitori per la raccolta dei rifiuti solidi urbani

G.8 Segnaparcheggio

9. In questa zona sono soggette a particolari limitazioni:

- Edifici sottoposti dal PRG alle classi di intervento 0, 1, 2, 3, 4 e 8
- Edifici costituiti prima dell'anno 1942 ricadenti nelle zone agricole di particolare valore ambientale (sottozona E1-E2 del PRG vigente)

In tali edifici non sono ammessi gli impianti di tipo C1 Impianto pubblicitario su parete cieca, *trompe l'oeil*, C.2.2 Gigantografia pubblicitaria.

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

11. Nella **Zona 3** ai fini del presente Piano sono ammesse le seguenti tipologie di impianti pubblicitari:

A. Cartello

A..0 – formato fino a mq. 8;

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

A..2 - formato compreso tra mq. 12 e mq. 18;

B. Impianto per affissioni

B.1 Vetrina

B.2 Stendardo porta manifesti

B.2.1 - formato piccolo - cm 100x140, cm140x100

B.2.2 - formato medio - cm. 140x200 200x140

B.2.3 - formato grande - cm.280x200, 200x280

B.3 Poster

B.4 Tabella a muro

B.4.1 - formati piccoli - 140x100 -100x140

B.4.2 - formati medi - 140x200 200x140 , 280x200, 200x280

B.4.3 - formati grandi - 400x280, 420x200

C. Opera di particolare pregio

C.1 Impianto pubblicitari su pareti cieche

C.1.1 Trompe l'oeil

C.1.2 Gigantografia

C.2 Gigantografia su ponteggi

C.2.1 artistica

C.2.2 pubblicitaria

D. Impianto speciale

D.1 Cartello segnaletico

D.2 Tabellone a led

E. Striscione e Stendardo

- E.1 striscione
- E.2 standardo

F. Gonfalone

G. Impianto su arredo urbano

G.1 Supporto informativo

- G.1.1 - manufatto bifacciale con superficie destinata a messaggi pubblicitari inferiore a mq. 3;
- G.1.2 - manufatto bifacciale con superficie destinata a messaggi pubblicitari compresa tra mq. 3 a mq. 6;
- G.1.3 - manufatto trifacciale con superficie destinata a messaggi pubblicitari inferiore a mq. 1,5

G.2.1 Totem

G.2.2 Pannello luminoso

G.3 Pensilina autobus

G.4 Palina di fermata

G.5 Bagno autopulente

G.6 Orologio

G.7 Contenitori per la raccolta dei rifiuti solidi urbani

G.8 Segnaparcheggio

12. In questa zona sono soggetti a particolari limitazioni:

- Edifici sottoposti dal PRG alle classi di intervento 0, 1, 2, 3, 4 e 8
- Edifici costruiti prima dell'anno 1942 ricadenti in zone agricole di particolare valore ambientale (sottozona E1, E2 del PRG vigente)
- Le zone sottoposte a vincolo ambientale di cui al D.Lgs.42/04.

In tali edifici non sono ammessi gli impianti di tipo C1 Impianto pubblicitario su parete cieca, *trompe l'oeil*, C.2.2 Gigantografia pubblicitaria.

13. **La ZONA COLLINARE** che corrisponde alla corona collinare che cinge Firenze e che rappresenta una componente da tutelare vietando nuovi insediamenti di manufatti o funzioni contrastanti con la vocazione di questa parte del territorio. La zona collinare comprende al suo interno alcune strade classificate come sottozona 2a.

Nella Zona collinare ai fini del presente Piano sono ammesse le seguenti tipologie di impianti pubblicitari:

B. Impianto per affissioni

B.1 Vetrina

B.2 Standardo porta manifesti

B.2.1 - formato piccolo - cm 100x140, cm140x100

B.2.2 - formato medio - cm. 140x200 200x140

B.4 Tabella a muro

B.4.1 - formati piccoli - 140x100 -100x140

B.4.2 - formati medi - 140x200 200x140 , 280x200, 200x280

E. Striscione e Standardo

E.2 standardo

G. Impianto su arredo urbano

G.1 Supporto informativo

G.1.1 - manufatto bifacciale con superficie destinata a messaggi pubblicitari inferiore a mq. 3;

G.3 Pensilina mezzi di trasporto pubblico (fino a mq. 2,00)

G.4 Palina di fermata di mezzi di trasporto

14. La suddivisione in zone e sottozone del territorio comunale è stata fatta sulla base di una lettura della città che ha tenuto conto delle sue caratteristiche urbanistiche, della sua storia, dei suoi valori ambientali e degli obiettivi di riordino e qualificazione della scena urbana e si è confrontata con la suddivisione territoriale studiata dal Piano Strutturale.

15. Le zone 1 e 2 comprendono tutto il territorio comunale sottoposto a vincolo di protezione delle bellezze naturali (D.Lgs.42/04).

16. La zona di piazza delle Cure e di Campo di Marte che, pur non essendo vincolata secondo il D.Lgs. 42/04, viene particolarmente tutelata dal Piano per le sue caratteristiche storiche, morfologiche ed ambientali, omogenee per qualità e valori a quella delle limitrofe zone vincolate.

17. All'interno della zona 3, quasi completamente esclusa dal vincolo di protezione delle bellezze naturali, la superficie degli impianti può avere una dimensione maggiore in virtù dei maggiori spazi disponibili e della presenza di aree quali quelle destinate a impianti sportivi, ad aeroporto, a medie e grandi strutture commerciali e di vendita, le stazioni di servizio e le aree di parcheggio.

Art.15

AREE DI ADDENSAMENTO PUBBLICITARIO

1. Sono aree di addensamento quelle destinate ad impianti sportivi, compresi quelli di proprietà comunale cui si applicano le disposizioni del regolamento per la concessione in gestione degli impianti sportivi di proprietà comunale, a parcheggio (zona F 3 e G 2 del PRGC), all'aeroporto e ad aree per medie e grandi strutture commerciali di vendita.
2. 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 e successive delibere di variazione ed integrazione.
3. Fatta salva la tipologia degli impianti che risultano ammissibili per ciascuna zona del Piano nella quale sono ricomprese le aree, 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 le stazioni di servizio e le insegne di esercizio delle attività ivi ricadenti.

Art. 16

CARATTERISTICHE GENERALI DEGLI IMPIANTI

1. 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.
2. 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.
3. 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.
4. 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.
5. 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.
6. Il sistema di illuminazione deve essere conforme a tutte le specifiche norme in materia.
7. 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.
8. Non sono ammessi impianti su fioriere, panchine e cestini.
9. Gli impianti pubblicitari devono essere collocati in opera in conformità alla normativa vigente in materia di abbattimento barriere architettoniche Legge 13/89 e D.P.R. 503/96 e sue successive modificazioni e integrazioni.
10. 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 standardi, 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 C2 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. 17 **UBICAZIONE DEGLI IMPIANTI**

1. Nell'intero territorio cittadino, è vietata la collocazione in opera di qualsiasi impianto pubblicitario non conforme alle prescrizioni del presente Piano.
2. 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.
3. 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.
4. 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, ad esclusione degli impianti segnalanti le sponsorizzazioni.
5. L'affissione di manifesti, lungo o in prossimità delle strade, fuori e dentro i centri abitati, è consentita esclusivamente sugli appositi supporti.
6. E' vietata la collocazione o l'ancoraggio di qualsiasi impianto pubblicitario su piante o sostanze arboree e, per le distanze da tenere rispetto alle stesse, si applicano le disposizioni previste dal vigente "Regolamento per la tutela del patrimonio arboreo e arbustivo della città e relativo Disciplinare".
7. 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;
8. In una stessa strada potranno essere posizionati cartelli e supporti informativi e standardi per le pubbliche affissioni con orientamento o solo orizzontali o solo verticali ed allineati con uguale altezza dal piano stradale.
8. E' vietata l'installazione di gonfaloni e di striscioni trasversali alle strade adiacenti alle posizioni di telecamere delle centrali operative.
9. L'ubicazione degli impianti pubblicitari localizzati in proprietà privata non deve essere in contrasto con le previsioni di PRG, relativamente agli interventi pubblici.
10. 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. 18 **REALIZZAZIONE E GESTIONE DEGLI IMPIANTI DELLA CITTA'**

1. Tipologie ammesse

La realizzazione e gestione degli impianti della città è effettuata secondo le previsioni del precedente articolo 7.

2. Su dette aree e beni è ammessa la realizzazione delle seguenti tipologie:

A. Cartello

- A.0 – formato fino a mq. 8;
- A.1 – formato compreso tra mq. 8 e mq. 12;
- A.2 - formato compreso tra mq. 12 e mq. 18;

B. Impianto per affissioni commerciali

- B.2 Stendardo porta manifesti
 - B.2.1 - formato piccolo - cm 100x140, cm 140x100
 - B.2.2 - formato medio - cm. 140x200 200x140
 - B.2.3 - formato grande - cm.280x200, 200x280

B.3 Poster

B.4 Tabella a muro

- B.4.1 - formati piccoli - 140x100 -100x140
- B.4.2 - formati medi - 140x200 200x140 , 280x200 , 200x280
- B.4.3 - formati grandi - 400x280, 420x200

C. Opera di particolare pregio

C.2 Gigantografia su ponteggi

- C.2.1 artistica
- C.2.2 pubblicitaria

D. Impianto speciale

- D.1 Cartello segnaletico
- D.2 Tabellone a led

E. Striscione e Stendardo

- E.1 striscione
- E.2 stendardo

F. Gonfalone**G. Impianto su arredo urbano**

- G.1 Supporto informativo
 - G.1.1 - manufatto bifacciale con superficie destinata a messaggi pubblicitari inferiore a mq. 3;
 - G.1.2 - manufatto bifacciale con superficie destinata a messaggi pubblicitari compresa tra mq. 3 a mq. 6;
 - G.1.3 - manufatto trifacciale con superficie destinata a messaggi pubblicitari inferiore a mq. 1,5
- G.2.1 Totem
- G.2.2 Pannello luminoso
- G.3. Pensilina mezzi di trasporto pubblico
- G.4 Palina di fermata di mezzi di trasporto
- G.5. Bagno autopulente
- G.6. Orologio
- G.7. Contenitore per la raccolta dei rifiuti solidi urbani
- G.8. Segnaparcheggio

At. Cartello sulle recinzioni di cantiere di ristrutturazione e nuova costruzione.

- A. 0 – formato fino a mq. 8, luminoso o non luminoso;
- A.1 – formato compreso tra mq. 8 e mq. 12, luminoso o non luminoso;
- A.2 - formato compreso tra mq. 12 e mq. 18, luminoso o non luminoso;

Art. 19**INTERVENTO DIRETTO DA PARTE DEI PRIVATI SU AREA PRIVATA**

1. La pubblicità esterna dei privati è quella effettuata su impianti di proprietà non comunale, su aree e beni di proprietà di terzi o del demanio non comunale ed è soggetta ad autorizzazione.

2. Tipologie ammesse

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

A. Cartello

- A. 0 – formato fino a mq. 8;
- A.1 – formato compreso tra mq. 8 e mq. 12;
- A.2 - formato compreso tra mq. 12 e mq. 18;

C. Opera di particolare pregio

- C.1 Impianto pubblicitari su pareti cieche
 - C.1.1 Trompe l'oeil
 - C.1.2 Gigantografia
- C.2 Gigantografia su ponteggi
 - C.2.1 artistica
 - C.2.2 pubblicitaria

D. Impianto speciale

- D.2 Tabellone a led

E. Stendardo

E.2 stendardo

G. Impianto su arredo urbano

G.2.2 Pannello luminoso

G.8 Segnaparcheggio

At. Cartello sulle recinzioni di cantiere

A. 0 – formato fino a mq. 8, luminoso o non luminoso;

A..1 – formato compreso tra mq. 8 e mq. 12, luminoso o non luminoso;

A..2 - formato compreso tra mq. 12 e mq. 18, luminoso o non luminoso;

3. Sono ammessi con intervento diretto i manufatti ed i cartelli con sponsor di cui all'art. 12.

Art. 20

IMPIANTI PER LE PUBBLICHE AFFISSIONI

1. Tipologie ammesse

Gli impianti per le pubbliche affissioni sono riservati al Servizio pubbliche affissioni che predisporrà un progetto di dettaglio contenente l'ubicazione dei nuovi impianti ed il riordino dell'esistente, nei limiti quantitativi indicati all'art. 3. Tali impianti sono costituiti da supporti atti ad ospitare le affissioni di natura istituzionale e sociale e comunque non a rilevanza economica. Tutti gli impianti per le affissioni hanno di regola dimensioni pari o multiple di cm. 70x100

B. Impianto per affissioni

B.1 Vetrina

B.2 Stendardo porta manifesti

B.2.1 - formato piccolo - cm 100x140, cm140x100 (2 fogli)

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

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

B.3 Poster

B.4 Tabella a muro

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

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

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

2. L'A.C. si riserva l'utilizzo degli impianti relativi all'affissione istituzionale, cioè priva di rilevanza economica.

3. 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. 21

INTERVENTI DA PARTE DI AZIENDE EROGATRICI DI PUBBLICI SERVIZI LOCALI NEL TERRITORIO COMUNALE

1. Le aziende che erogano servizi pubblici locali nel territorio del Comune possono utilizzare i propri impianti e/o le proprie strutture finalizzate allo svolgimento dei servizi stessi, ricadenti nelle aree pubbliche del territorio comunale per installare manufatti pubblicitari, secondo le dimensioni massime previste per ciascuna tipologia nella "tabella C" mediante progetto unitario generale, suddiviso in ambiti di attuazione o unità minime di intervento nel rispetto del presente Piano.

2. Ogni ambito identifica un'area urbana omogenea per le sue caratteristiche urbanistiche, ambientali, rispetto alla quale si deve riferire un intervento unitario per la collocazione di impianti pubblicitari su arredo urbano o sugli impianti delle suddette Aziende. L'installazione e la gestione degli impianti destinati alla pubblicità è soggetto alla disciplina dei contratti di evidenza pubblica.

3. La possibilità dell'utilizzo di impianti ai fini di pubblicità dovrà essere regolata da apposito contratto con l'amministrazione comunale che dovrà regolare gli aspetti economici concernenti gli introiti relativi.

4. 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.

ART. 22

PROGETTO UNITARIO DELLE AREE BIKE SHARING

1. Nell'attività di noleggio automatico di biciclette (bike-sharing) per lo sfruttamento pubblicitario sui velocipedi, in prossimità delle stazioni di noleggio; lungo le piste ciclabili o in prossimità di esse e per localizzare compiutamente tutti gli impianti pubblicitari dovrà essere redatto un progetto unitario.

Tutto ciò al fine di garantire l'integrazione tra i vari livelli di mobilità urbana e favorire lo sviluppo della mobilità ciclabile ed ecologica.

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

- la pubblicità non potrà contenere immagini di alcun tipo ma esclusivamente riportare in caratteri alfabetici la ragione sociale della ditta o società pubblicizzata o, in alternativa, il suo logo;
- dovrà essere contenuta nella superficie massima di 250 cmq., misurata secondo la figura geometrica elementare più idonea a ricomprendere interamente la scritta o il logo;
- sarà soggetta ad autorizzazione, ancorché non rientri nelle quantità di cui all'art. 3;
- potrà essere intercambiabile esclusivamente in presenza di una autorizzazione con durata annuale. Negli altri casi non potrà essere intercambiabile e dovrà rappresentare un unico soggetto anche qualora si utilizzi, nei limiti di cui sopra, più spazi.

3. Sugli impianti pubblicitari bifacciali, in prossimità delle stazioni e lungo le piste ciclabili, aventi dimensione pubblicitaria di mq. 2 un lato potrà essere utilizzato per fini pubblicitari mentre l'altro lato sarà utilizzato per fini di comunicazione istituzionale.

4. In tutte le stazioni di noleggio proposte dal progetto unitario che ricadono nella zona 1, zona 1a del PGIP non potrà essere installato più di 1 impianto per stazione e la pubblicità non potrà contenere immagini di alcun tipo ma esclusivamente riportare in caratteri alfabetici la ragione sociale della ditta o società pubblicizzata o, in alternativa, il suo logo.

5. In tutte le altre zone del PGIP gli impianti autorizzabili per ogni stazione non potranno essere superiori a due, senza limitazioni pubblicitarie.

ART. 23

PUBBLICITA' SUI CANTIERI

1. La pubblicità sui cantieri di nuova edificazione o di ristrutturazione è sempre commisurata al tempo strettamente necessario alla realizzazione dell'opera. Per i cantieri della pubblica amministrazione o per quelli di rilevante interesse pubblico sono ammissibili interventi pubblicitari sulle recinzioni, con tempi che possono anche anticipare quelli dell'effettiva realizzazione, se gli stessi sono accompagnati da spazi informativi in grado di trasmettere ai cittadini le motivazioni del progetto, in modo che questi spazi abbiano una dimensione almeno pari a quella degli spazi pubblicitari e che la recinzione stessa così attrezzata possa diventare un elemento di arredo urbano nel corso dei lavori mitigando l'impatto degli stessi.
2. Chiunque richieda di realizzare interventi pubblicitari su recinzioni di cantiere dovrà assumersi l'onere di predisporre le tabelle di pubblica affissione, nelle proporzioni di seguito indicate, e i cartelli informativi secondo le disposizioni seguenti.
3. Ai fini di garantire una adeguata omogeneità delle installazioni pubblicitarie sulle recinzioni sono ammessi solo cartelli luminosi, cioè esclusivamente retroilluminati, e cartelli non luminosi fino a mq. 18 con pubblicità effettuata a mezzo carta. Sono sempre vietati cartelli o poster illuminati e impianti a figura variabile a mezzo prisma rotante.
4. Ai fini delle verifiche delle quantità di cui ai commi successivi la superficie della recinzione è calcolata moltiplicando la lunghezza effettiva della stessa per un'altezza convenzionale di ml. 3.

5. La recinzione di cantiere di opere pubbliche o di interesse pubblico nonché di cantieri per la realizzazione di nuovi edifici privati o per interventi di ristrutturazione possono supportare impianti pubblicitari a condizione che:
 - la recinzione abbia una lunghezza di almeno ml. 50 consecutivi;
 - la recinzione abbia un'altezza complessiva di ml. 2.50 e la sommità sia nei limiti del possibile con un'altezza omogenea;
 - sia costituita in lamiera metallica verniciata stabilmente ancorata al suolo, avente tipologia unitaria lungo l'intero perimetro di cantiere che deve essere completamente attrezzato per le parti visibili dalla pubblica via;
 - i cartelli pubblicitari, i cartelli delle pubbliche affissioni ed i cartelli di informazione sull'opera in corso di realizzazione siano collocati sulla recinzione, stabilmente ancorati in modo che il margine inferiore degli stessi sia posto ad un metro e mezzo dal piano di calpestio;
 - la superficie e la tipologia del materiale e delle finiture abbiano caratteristiche tali da dare alla recinzione un aspetto decoroso ed essere armonicamente inserita con il contesto ambientale circostante; dovranno essere monocromatiche, non riflettenti e non ondulate; la colorazione monocromatica sia del colore RAL n. 5002 o altro colore preventivamente concordato con l'ufficio comunale competente per l'arredo urbano.
 - l'inserimento degli interventi pubblicitari, delle pubbliche affissioni e dei cartelli informativi dovrà essere realizzato in modo che non rechino pericolo alla circolazione stradale e le cornici degli stessi siano verniciate nel medesimo colore RAL n. 5002 o dell'altro colore di cui all'interlinea precedente;
 - sia garantita la manutenzione della recinzione per tutta la durata del cantiere garantendo la pulizia della stessa da scritte o altri elementi che la potrebbero rendere indecorosa.
6. Nella zona 1, zona 1a e zona 1b del PGIP, la superficie degli impianti pubblicitari di privati da apporre sulle recinzioni non può essere superiore al 20% della superficie complessiva della recinzione di cantiere, calcolata moltiplicando la lunghezza effettiva della stessa per un'altezza convenzionale di ml. 3. A cura del richiedente dovrà essere attrezzata una parte equivalente di detta superficie di recinzione destinata a rappresentare l'opera in costruzione e a informare i cittadini sulla stessa; una quota non inferiore al 10% sempre di tale superficie è riservata all'Amministrazione comunale per pubbliche affissioni e campagne di comunicazione mediante l'apposizione di tabelle metalliche delle dimensioni di cm. 140 x 200. In queste zone sono ammessi impianti pubblicitari aventi dimensioni massime pari a mq. 12 ciascuno.
7. Per le aree centrali di particolare pregio, Piazza della Signoria, piazzale e loggiato degli Uffizi, Piazza del Duomo, piazza San Giovanni, la Giunta determina con proprio atto le modalità, le forme ed i limiti per l'inserimento di impianti pubblicitari su ponteggi e recinzioni di cantiere tenendo conto delle caratteristiche specifiche delle opere e degli interventi edilizi che si realizzano.
8. Nella zona 2, zona 2a e zona 3 del PGIP, la superficie degli impianti pubblicitari di privati da apporre sulle recinzioni non può superare il 40% della superficie complessiva di recinzione sempre calcolata moltiplicando la lunghezza della stessa per l'altezza convenzionale di ml. 3. La superficie destinata a rappresentare l'opera in costruzione e a dare informazioni sulla stessa ai cittadini, diversa da quella di cui all'articolo 76.4 del Regolamento edilizio, che comunque deve essere attrezzata a cura del richiedente, dovrà essere pari al 10% di tale superficie totale e lo spazio riservato alle pubbliche affissioni comunali non potrà essere inferiore al 10% di tale superficie realizzata mediante l'apposizione di tabelle metalliche delle dimensioni ciascuna di cm. 140 x 200. Sono ammessi impianti pubblicitari aventi dimensioni massime fino a 18 mq ciascuno.
9. Qualsiasi informazione o comunicazione relativa al cantiere o alle opere in esecuzione comprese denominazioni di ditte che curano l'impiantistica o altro, nonché il cartello di cantiere previsto dall'art. 76.4 del Regolamento Edilizio, dovrà essere posizionata sulla recinzione in modo da rendere l'intervento organico ed ordinato rispetto ai messaggi pubblicitari.
10. Qualora la recinzione di cantiere sia predisposta direttamente a filo carreggiata, l'accesso al cantiere degli addetti agli impianti pubblicitari dovrà essere previsto nel Piano di Sicurezza e Coordinamento di cui all'art. 12 del D.Lgs. 494/96.
11. Gli impianti pubblicitari devono essere realizzati in modo tale da non interferire con le segnalazioni di pericolo diurne e notturne, etc.. installate sulla recinzione di cantiere (art. 76 comma 4 R.E.) né costituire pericolo per la circolazione stradale.
12. Per non rendere gli interventi pubblicitari una consequenzialità di affissioni che coprono solo una parte limitata dell'intera recinzione, la pubblicità non deve avere carattere di continuità; a tal fine, fra un'immagine pubblicitaria e l'altra, dovrà, inderogabilmente, essere garantito un intervallo uguale a quello utilizzato. In alternativa potranno essere realizzati impianti, della medesima tipologia, accoppiati a due a due, con una distanza tra gli stessi pari alla metà della dimensione orizzontale utilizzata, purché tra una coppia e l'altra di impianti sia garantita una distanza non inferiore al doppio della dimensione dell'impianto più grande utilizzato.
13. I suddetti impianti sono sottoposti al regime di cui ai Titoli V e VI del PGIP.
14. La durata delle autorizzazioni è identica a quella dei lavori cui è riferito il cantiere; non potrà superare i 3 anni salvo proroga connessa alla non conclusione dei lavori.

15. Ai fini di ottenere l'autorizzazione per installare impianti pubblicitari sulla struttura provvisoria della recinzione di cantiere, il soggetto titolare della recinzione di cantiere o colui che ne ha acquisito la disponibilità, unitamente all'istanza dovrà presentare al Comune il progetto di recinzione e di collocazione dei diversi interventi pubblicitari e informativi, autocertificando il rispetto delle presenti disposizioni, unendovi una perizia sottoscritta del coordinatore della sicurezza di cantiere e dal responsabile della sicurezza di cantiere che attestano le modalità costruttive della recinzione. Qualora la recinzione di cantiere debba essere nel tempo spostata o modificata per effetto del procedere dei lavori, l'autocertificazione dovrà essere rinnovata in base ai nuovi dati, ma non darà luogo a nuove autorizzazioni, salvo non vadano ad interessare nuove vie e/o piazze e non vengano a modificarsi i dati di cui al comma 1.
16. Ove vi siano interventi su edifici esistenti con la presenza di ponteggi, si applicano le disposizioni previste dal P.G.I.P. in materia di gigantografie su ponteggi. La sottostante recinzione non potrà in tal caso essere utilizzata per affissioni pubblicitarie.
17. Per tutti gli interventi di manutenzione che non richiedano la presentazione di una pratica edilizia, la durata massima dell'autorizzazione non potrà essere superiore a 180 giorni e la stessa non potrà essere rinnovata.
18. Ove il cantiere sia relativo a interventi su edifici esistenti destinati a sedi di attività produttive e si limiti alla ristrutturazione della sola parte posta al piano terra, senza la presenza di ponteggi, potranno essere autorizzate insegne provvisorie a condizione che la recinzione sia rigida, non sia inferiore a ml. 2,50 di altezza, sia monocromatica o riproponga l'edificio retrostante e riporti per colori e ampiezza l'insegna dell'esercizio.
19. Tutti gli impianti luminosi dovranno essere realizzati nel rispetto della normativa di cui alla Legge Regionale n. 37/00 e alla disciplina da essa derivante in materia di inquinamento luminoso.
20. La pubblicità sui cantieri dei lavori dell'Amministrazione Comunale (recinzioni o gigantografie su ponteggi) viene sempre riservata all'A.C. stessa la quale darà in appalto la realizzazione e gestione degli impianti pubblicitari in base a specifico progetto. L'assegnazione avverrà sulla base dell'offerta economicamente più vantaggiosa qualora l'intervento non fosse già previsto nella gara per la realizzazione dell'opera pubblica.

ART. 24

PROGETTI PARTICOLAREGGIATI DELLE AREE DI ADDENSAMENTO PUBBLICITARIO

1. Le aree di addensamento pubblicitario di cui all'art. 15, sono individuate con l'approvazione di progetti particolareggiati di iniziativa privata o dell'Amministrazione Comunale.

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

1.1 Proposta progettuale corrispondente alle prescrizioni del presente Piano che

- 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

2. 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

3. Gli impianti ammessi nei Progetti di addensamento pubblicitario sono solo quelli ammissibili per ciascuna zona di PGIP.

ART. 25

PROGETTO UNITARIO DELLE AREE FERROVIARIE

1. Gli impianti in area ferroviaria dovranno essere individuati all'interno di un apposito Progetto unitario approvato dalla Giunta comunale 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.

2. Le aree ferroviarie sono quelle con destinazione ferroviaria nel PRG vigente

3. Gli impianti ammessi nel Progetto unitario delle aree ferroviarie sono quelli previste nelle rispettive zone di appartenenza così come individuate all'art.14.

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

4.1. Analisi dello stato attuale degli spazi interessati dall'intervento evidenziando il degrado funzionale e visivo e gli elementi in contrasto con il presente Piano;

4.2. 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

5. Il progetto unitario dovrà prevedere la localizzazione di impianti pubblicitari lungo le aree del demanio ferroviario nel rispetto delle tipologie ammissibili per ogni zona di piano.

5.1 Al fine dell'individuazione delle tipologie di impianti ammissibili in ciascuna zona del Piano, le aree ferroviarie ricadenti in zona 2 sono equiparate alle zona 2A.

5.2 Al fine del riordino degli impianti ricadenti in zona 1a, le tabelle a muro ivi esistenti devono conformarsi al formato previsto al punto B.4.3. dell'allegata tabella A.

5.3 In zona 3 il progetto unitario può prevedere formati diversi da quelli stabiliti all'art. 9 purché preveda una riduzione del numero complessivo degli impianti attualmente esistenti in tale zona.

5.4 La riduzione di superficie degli spazi pubblicitari derivante dall'attuazione dei commi 5.1, 5.2 e 5.3 non può dar luogo all'incremento del numero degli impianti.

6. La procedura di presentazione e gli elaborati del progetto unitario sono quelli indicati al precedente comma 4.2 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 SU SUOLO PUBBLICO E PRIVATO

Art. 26

PUBBLICITÀ FONICA

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

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

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

4. 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. 27

PUBBLICITÀ A MEZZO AEROMOBILI O PALLONI FRENATI E NATANTI

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

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

3. È vietata qualsiasi forma di pubblicità sui natanti.

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

Art. 28

PUBBLICITA' SUI VEICOLI

1. Ferme restando le disposizioni del D. Lgs. 30/04/1992 n. 285 e del DPR 16/12/1992 n. 495 e ss. mm. che regolano l'effettuazione della pubblicità sui veicoli, di seguito si individuano le tipologie di veicoli sui quali è effettuabile la pubblicità per conto terzi:

1. veicoli adibiti al servizio per trasporto di linea e non di linea (ex art. 82 CdS) e sugli scuolabus del servizio pubblico;
2. veicoli adibiti al servizio di piazza per trasporto di persone;
3. veicoli utilizzati con funzioni di bus navetta, alle seguenti condizioni:
 - a. che il veicolo sia di proprietà o in locazione del soggetto che effettua la pubblicità;

- b. che sia realizzata con un massimo di due pannelli monofacciali con forme geometriche regolari aventi complessivamente dimensioni massime di 10.000 cmq e comunque relazionate alle dimensioni del veicolo ed avere una sporgenza massima di cm. 3 rispetto alla superficie del veicolo alle cui fiancate dovranno essere saldamente ancorati.

2. È sempre vietata la pubblicità su ruote, cerchioni e comunque su parti non omologate unitamente al veicolo, nei casi in cui l'omologazione sia richiesta dalle leggi vigenti.

3. Su tutti i mezzi di locomozione, diversi da quelli sopra elencati, è sempre vietata l'effettuazione di pubblicità, in quanto non compatibile con i valori di tutela del patrimonio artistico, storico e dell'immagine della città.

4. La pubblicità per conto proprio sui veicoli è consentita nelle forme e nei modi previsti dall'art. 57 D.P.R. 495/92 (Regolamento di esecuzione ed attuazione del nuovo codice della strada)

5. Per le imprese che svolgono attività di noleggio di velocipedi e di veicoli atipici per trasporto persone o cose, non dotati di motore a combustione interna, e quelli destinati a circolare esclusivamente nelle aree pedonali, sui marciapiedi e sulle piste ciclabili, è ammessa la possibilità dell'effettuazione della pubblicità per conto terzi con le seguenti limitazioni:

- dovrà essere contenuta nella superficie massima consentita dal veicolo senza sporgenze e comunque di dimensioni massime di 600 cmq., misurata secondo la figura geometrica elementare più idonea a ricomprendere interamente la pubblicità;
- sarà soggetta ad autorizzazione, ancorché non rientri nelle quantità di cui all'art. 3;
- potrà essere intercambiabile esclusivamente in presenza di una autorizzazione con durata annuale. Negli altri casi non potrà essere intercambiabile e dovrà rappresentare un unico soggetto anche qualora si utilizzi, nei limiti di cui sopra, più spazi;
- tale pubblicità, nel caso sia contenuta nella superficie massima di 250 cmq e riporti esclusivamente caratteri alfanumerici abbinati con marchi e simboli, è esente dal canone ed è soggetta a dichiarazione di inizio attività a efficacia immediata;
- questa forma di pubblicità viene sperimentata per un periodo di due anni dall'entrata in vigore del piano, al termine dei quali sarà condotta una verifica sugli effetti di tale normativa e disciplinato nel merito della sua implementazione o meno.

Art. 29

VEICOLI SPECIALI DESTINATI A PUBBLICITÀ ITINERANTE

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

2. Su detti veicoli in sosta la pubblicità dovrà essere rimossa ovvero coperta in modo tale che sia privata di efficacia.

3. Qualora le disposizioni di cui al comma precedente siano disattese e ferme restando le altre sanzioni vigenti in materia, si procede alla immediata copertura della pubblicità ai sensi del successivo art. 56 e alla comminazione della sanzione amministrativa pecuniaria di cui all'ultimo comma dell'art. 55.

4. Le disposizioni di cui ai comma precedenti si applicano anche ai veicoli di cui all'art. 52 del D.Lgs. 30.04.1992 n. 285 nonché all'art. 56 del medesimo decreto.

Art. 30

PUBBLICITÀ COMMERCIALE IN LUOGHI PUBBLICI O APERTI AL PUBBLICO

1. All'interno dei locali adibiti alla vendita di beni o alla prestazione di servizi, e nei locali di pubblico spettacolo, è consentita la presenza ed esposizione di materiale pubblicitario cartaceo o simili e la pubblicità effettuata con mezzi audiovisivi. Detto materiale può essere contenuto anche in appositi contenitori. Il materiale comunque esposto o proiettato, non potrà in alcun modo essere visibile dalla pubblica via ed avere dimensioni superiori a mq. 2. All'interno degli ascensori, ai sensi della L. 14.07.93 n. 235 e del D.P.R. 16.01.95 n. 42, è ammessa l'esposizione di pubblicità, con superficie complessiva massima di 1 mq, con esclusione di proiezioni luminose sia a luce fissa che intermittente o variabile, ovvero a mezzo apparecchi sonori.

2. Previa autorizzazione è effettuabile la pubblicità mediante distribuzione di manifesti od altro materiale pubblicitario ovvero mediante persone circolanti con cartelli ed altri mezzi pubblicitari sul territorio comunale. Tali forme di pubblicità sono sempre vietate nella zona 1 del PGIP e nelle altre zone individuate di volta in volta con provvedimento dirigenziale adottato ai sensi e per le finalità di cui all'art. 1, comma 1 del presente Regolamento. Nell'autorizzazione vengono specificati i luoghi, i giorni e il numero delle persone impiegate sulla base dei quali verrà calcolato il canone.

3. Qualunque tipo di pubblicità commerciale effettuata a mezzo di proiezioni luminose con qualsiasi tipo di apparecchio è sempre vietata ad eccezione della zona 3, sia che si tratti di proiezioni su suolo o edifici pubblici sia che si tratti di edifici e spazi privati .

TITOLO IV **AUTORIZZAZIONE PER L'INSTALLAZIONE DI IMPIANTI PUBBLICITARI**

Art. 31

MODALITA' DI PRESENTAZIONE PROGETTI E RILASCIO DI AUTORIZZAZIONE

1. Tutte le domande e/o comunicazioni previste dal presente Piano generale degli Impianti Pubblicitari devono essere presentate o inviate esclusivamente alla Direzione Sviluppo Economico, e devono essere compilate sui moduli predisposti e diffusi. L'elenco degli elaborati necessari alla presentazione dei progetti è contenuto nell'allegato 3 alle presenti norme.
2. Tutti i termini per la conclusione dei singoli procedimenti, o parti di essi, indicati nel presente Piano, decorrono dalla data di arrivo della domanda e/o della comunicazione alla Direzione Sviluppo Economico.
3. Entro 90 giorni dalla data di presentazione della domanda completa della documentazione prevista nell'allegato 3, 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 s.m.i.; 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;
4. 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.
5. 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 e di un codice impianto per la sua univoca individuazione. 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 e consultabile dalla rete civica.
6. 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.
7. Ad installazione avvenuta è obbligatoria la presentazione, a firma di tecnico abilitato all'esercizio della professione, di una comunicazione con indicati gli estremi dell'atto di autorizzazione, il codice dell'impianto e la data di conclusione dei lavori, e di un'asseverazione sull'avvenuta installazione conformemente all'atto; allegata alla stessa dovrà inoltre essere prodotta documentazione fotografica in formato digitale per l'inserimento nel registro informatizzato e attestazione dell'avvenuto pagamento, nei termini prescritti, del canone dovuto. La mancata presentazione della suddetta documentazione comporta l'inefficacia dell'autorizzazione.
8. Per tutte le fattispecie di impianti pubblicitari contemplate nel presente Regolamento nonché per le tipologie di altra pubblicità su suolo pubblico e privato, non trova applicazione l'istituto del silenzio-assenso né della 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. 32

VARIAZIONI DEL MESSAGGIO PUBBLICITARIO

1. E' consentita la variazione del messaggio sugli impianti pubblicitari, ad eccezione della tipologia – D1.-cartello segnaletico-, senza alcuna comunicazione all'ufficio a condizione che non sia alterata la struttura, né modificate le dimensioni, il punto di collocazione o l'orientamento e purché, per gli impianti a carattere temporaneo, sia corrisposto anticipatamente il canone per l'intero periodo oggetto dell'autorizzazione.

Art. 33

DURATA E RINNOVO DELL'AUTORIZZAZIONE

1. 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.
2. 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. Per tutti gli interventi di manutenzione che non richiedono la presentazione di una pratica edilizia la validità dell'autorizzazione non potrà essere superiore a duecentosettanta giorni e la stessa non potrà essere rinnovata.
3. 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.
4. 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 contenere autocertificazione sottoscritta dal richiedente sotto la propria responsabilità attestante la piena conformità del manufatto all'autorizzazione rilasciata.
5. In mancanza del provvedimento espresso di rinnovo dell'autorizzazione, la stessa, decorsi i 5 anni, decade senza necessità di disdetta.

Art. 34

OBBLIGHI DELL'INTESTATARIO DELL'AUTORIZZAZIONE

1. L'installazione degli impianti pubblicitari permanenti deve avvenire, a pena di decadenza entro un anno dalla data dell'autorizzazione, previa corresponsione del canone dovuto.
2. 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 e stampate per ogni impianto pubblicitario installato.
3. 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 oltretutto 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.
4. Su ogni cartello o mezzo pubblicitario autorizzato dovrà essere saldamente fissata, a cura e spese del titolare dell'autorizzazione, una targhetta stampata di dimensioni cm. 21 x 15, posta in posizione facilmente accessibile sul piede dell'impianto, 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.
 - d. Codice dell'impianto assegnato dal Comune unitamente al rilascio dell'autorizzazione.
5. 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. 35

ANTICIPATA RIMOZIONE

1. 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.
2. In ogni caso la rimozione dovrà riguardare anche gli eventuali sostegni o supporti del messaggio pubblicitario, con ripristino dello stato dei luoghi preesistente.

Art. 36

SUB-INGRESSO NELL'AUTORIZZAZIONE

1. Il sub-ingresso nell'autorizzazione avviene mediante semplice comunicazione del nuovo intestatario all'Ufficio competente.
2. L'ufficio competente provvederà all'inoltro della comunicazione alla Direzione Risorse Finanziarie per la conseguente modifica dell'intestazione dell'utenza.
3. In caso di mancata comunicazione di subingresso si applicano le sanzioni di cui all'art. 24 del D.Lgs. n. 507/1993.

Art. 37

DECADENZA E REVOCA DELL'AUTORIZZAZIONE

1. L'autorizzazione può essere revocata prima dei cinque anni per i seguenti motivi:
 - a. motivi di interesse pubblico incompatibili con la permanenza dell'impianto;
2. L'Autorizzazione decade:
 - a. per scadenza del termine di cui all'art. 33;
 - b. inadempimento degli obblighi da parte del titolare dell'autorizzazione;
 - c. mancata corresponsione del canone per l'installazione dei mezzi pubblicitari 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. 38 ***ISTITUZIONE DEL CANONE***

1. Con decorrenza dal 1° gennaio 2001, a norma dell'art. 62, comma 2, del decreto legislativo 15 dicembre 1997, n. 446, è istituito il canone per l'installazione di mezzi pubblicitari che sarà applicato secondo le disposizioni del presente regolamento.
2. Dalla stessa data nel territorio del Comune di Firenze è esclusa l'applicazione dell'imposta comunale sulla pubblicità di cui al capo I del D.Lgs. 507/93 e successive modificazioni ed integrazioni.
3. 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.
4. Si considerano rilevanti ai fini dell'assoggettamento al canone:
 - a. i messaggi diffusi nell'esercizio di un'attività economica allo scopo di promuovere la domanda e la diffusione di beni e servizi di qualsiasi natura
 - b. i messaggi finalizzati a migliorare l'immagine del soggetto pubblicizzato;
 - c. i mezzi e le forme atte ad indicare o individuare il luogo nel quale viene esercitata un'attività.

Art. 39 ***SOGGETTI TENUTI AL PAGAMENTO DEL CANONE***

1. 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.
2. E' obbligato in solido al pagamento del canone colui che produce o vende la merce o fornisce i servizi oggetto della pubblicità.
3. 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. 40 ***GESTIONE DELLA PROCEDURA AMMINISTRATIVA***

1. Il funzionario responsabile di tutta l'attività gestionale ed organizzativa del canone è il Dirigente preposto al servizio della Direzione Risorse Finanziarie.
2. 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.
3. Qualora l'Amministrazione Comunale lo ritenga più conveniente sotto il profilo economico o funzionale, può affidare in concessione totalmente o parzialmente il servizio gestione del canone ad apposita azienda secondo le disposizioni previste in materia dalla normativa vigente.

Art. 41 ***CRITERI PER LA DETERMINAZIONE DELLE TARIFFE DEL CANONE***

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

- **Considerazioni generali:**
 - 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. 42 e 44 del presente regolamento.

2. 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.

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

Art. 42

CLASSIFICAZIONE DEL TERRITORIO COMUNALE AI FINI DELL'APPLICAZIONE DEL CANONE

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

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

- 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%;

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

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

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

Art. 43

MAGGIORAZIONI DELLE TARIFFE.

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

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

3. 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. 44

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 –. Per la pubblicità effettuata mediante cartelli, trompe l'oeil di particolare pregio artistico, gigantografie su pareti cieche, impianti pubblicitari speciali, impianti su arredo urbano, impianti di affissione diretta, stendardi, gonfaloni, è stabilita una tariffa base per ogni mq alla quale sono applicabili le maggiorazioni di cui agli artt. 42 e 43 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 gli artt. 42 e 43 del presente Regolamento, comprese quelle per classi di superficie, con le seguenti modalità:

2.1. Gigantografia artistica;

2.2. 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 un 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. 42 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.

Non sono applicabili maggiorazioni.

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, anche quelli destinati alla pubblicità itinerante, 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 7, dell'art. 45 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. 42 e 43 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. 45 **APPLICAZIONE DEL CANONE**

1. Il canone è commisurato, in rapporto alla tariffa, alla superficie della minima figura piana geometrica in cui è circoscritto il mezzo pubblicitario indipendentemente dal numero dei messaggi in esso contenuti, anche nel caso di impianti con messaggi variabili.
2. Le superfici inferiori ad un metro quadrato si arrotondano per eccesso al metro quadrato, e le frazioni di esso, oltre il primo, a mezzo metro quadrato.
3. In caso di più installazioni, anche aventi la medesima natura, concesse con separati atti amministrativi, il canone si applica avendo riguardo ad ogni singola installazione.
4. Per i mezzi polifacciali, il canone è calcolato in base alla superficie complessiva adibita alla pubblicità.
5. Per i mezzi bifacciali a facciate contrapposte, che non comportano sommatoria di efficacia pubblicitaria, non si applica il disposto del comma precedente quando la somma delle due facciate comporta il passaggio ad una classe di

superficie più elevata. Ai fini del calcolo di superfici esenti o non assoggettabili al canone si fa comunque riferimento alla superficie complessiva del mezzo.

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

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

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

9. Per le tipologie pubblicitarie di cui 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.

10. Per ragioni di economicità non si procederà:

a) ad attivare procedure di recupero per importi pari od inferiori ad euro 15,00;

b) a richiedere il canone per importi pari od inferiore ad euro 3,00.

Art. 46 ESCLUSIONI

1. È esclusa dal canone:

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

Art. 47 ESENZIONI

1. 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, ovvero inferiore al 20% del totale per i soli impianti di segnalazione di sponsorizzazione delle aree verdi pubbliche;
- 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.
- o. la pubblicità effettuata da Associazioni o società sportive dilettantistiche senza fine di lucro, all'interno degli impianti dalle stesse utilizzati per manifestazioni sportive dilettantistiche con capienza inferiore ai 3.000 posti. L'esenzione compete esclusivamente per le forme pubblicitarie interne che non siano percepibili esternamente.

Art. 48

RIDUZIONI

1. Le riduzioni del canone, a qualunque titolo previste, non sono cumulabili e si applicano alla tariffa finale di ciascuna tipologia pubblicitaria.
2. Qualora più di una delle riduzioni previste nel presente articolo siano riconducibili alla stessa fattispecie, si applica quella di maggiore entità;
3. La tariffa finale dei mezzi pubblicitari di cui ai commi 1, 2 ed 11 a) dell'art. 44 del presente Regolamento è ridotta del 35% per i mezzi pubblicitari installati su beni di proprietà di soggetti diversi dal Comune di Firenze. Per le tipologie di cui al comma 2, art. 44, del presente Regolamento, si fa riferimento alla titolarità dell'immobile oggetto di intervento; per le tipologie pubblicitarie poste su recinzioni di cantiere si fa riferimento alla proprietà dell'opera in corso di realizzazione.
4. La tariffa finale è ridotta del 50% per la pubblicità effettuata da comitati, associazioni, fondazioni, onlus, ed ogni altro ente che non abbia scopo di lucro;
5. La tariffa finale è ridotta del 50% per la pubblicità relativa a manifestazioni politiche, sindacali e di categoria, culturali, sportive, filantropiche e religiose, da chiunque realizzate, con il patrocinio o la partecipazione del Comune di Firenze, della Provincia di Firenze, della Regione Toscana;
6. La tariffa finale è ridotta del 50% per la pubblicità relativa a festeggiamenti patriottici, religiosi, a spettacoli viaggianti e di beneficenza;
7. 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;
8. 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.
9. La tariffa finale è ridotta del 50% per le pubblicità di cui al punto 2 dell'art 44 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. 49

AGEVOLAZIONI

1. I titolari di esercizi commerciali o artigianali ubicati in piazze, strade, od altre aree di circolazione, nonché in aree mercatali anche coperte che insistono su suolo pubblico, precluse al traffico veicolare o pedonale a causa dell'esecuzione di lavori pubblici di durata superiore a sei mesi, possono beneficiare di una agevolazione sul canone annuale dovuto per l'installazione dei mezzi pubblicitari.
2. L'agevolazione consiste in una riduzione pari al 50% dell'importo del canone annuale dovuto per pubblicità permanente.
3. Nell'eventualità che il periodo di interruzione interessi due distinte annualità l'anno da considerare per l'agevolazione sarà quello nel quale l'interruzione avrà temporalmente la durata maggiore.

4. L'agevolazione è applicabile limitatamente ai luoghi ove i lavori sono stati effettivamente eseguiti.
5. I titolari interessati potranno avvalersi dell'agevolazione di cui al presente articolo previa presentazione di apposita domanda alla Direzione Risorse Finanziarie volta ad ottenere il beneficio con una delle seguenti modalità:

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

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

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

Art. 50

MODALITÀ E TERMINI DI PAGAMENTO DEL CANONE PER MEZZI PUBBLICITARI PERMANENTI

1. Le installazioni dei mezzi pubblicitari effettuate a seguito di autorizzazioni, con durata superiore a 365 giorni, sono assoggettate al canone e costituiscono una obbligazione autonoma riferita ad ogni periodo dal 1° gennaio al 31 dicembre.
2. Per l'anno iniziale si applicano le disposizioni del comma 3 dell'art. 51 del presente Regolamento.
3. Il pagamento del canone relativo alla prima annualità deve essere eseguito in unica soluzione anticipata rispetto alla data di inizio dell'installazione della pubblicità, nel rispetto degli adempimenti di cui all'art. 31 del presente regolamento.
4. In caso di sostituzione di mezzi pubblicitari preesistenti si procederà al conguaglio fra il canone dovuto in seguito alla nuova autorizzazione e quello già corrisposto per lo stesso periodo.
5. Per le annualità successive a quella del rilascio dell'autorizzazione il pagamento del canone deve essere effettuato entro il 31 maggio di ciascun anno. Qualora, in corso di validità dell'autorizzazione, l'intestatario 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.
6. Le nuove autorizzazioni per mezzi pubblicitari già installati rilasciate a seguito di successione ereditaria o modifica della ragione sociale della stessa ditta intestataria, non dà luogo a nuovo assoggettamento a canone.
7. Non si dà luogo a rimborso per le installazioni di mezzi pubblicitari non utilizzati totalmente o parzialmente, anche nel caso di revoca dell'autorizzazione da parte del comune.
8. Si dà luogo al rimborso del canone eventualmente versato solo nel caso in cui il titolare dell'atto di autorizzazione, prima di procedere all'installazione dei mezzi pubblicitari, rinuncia all'autorizzazione con apposita motivata comunicazione scritta diretta all'ufficio comunale che a suo tempo ha rilasciato il provvedimento.
9. Il pagamento del canone deve essere effettuato mediante versamento sull'apposito 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.
10. Il modulo di versamento dovrà contenere cognome e nome o denominazione residenza o sede e codice fiscale del titolare dell'autorizzazione, il codice del singolo impianto riportato nell'atto autorizzatorio, cui si riferisce il pagamento.. In caso di versamenti cumulativi riferiti allo stesso titolare, l'attestazione di pagamento dovrà essere accompagnata da apposita distinta riepilogativa di ciascuno dei codici degli impianti e dell'indicazione dell'ammontare di ciascun versamento relativo.
11. Il canone deve essere corrisposto in unica soluzione. Qualora l'importo del canone sia superiore a euro 2500,00, il pagamento può essere effettuato, per gli anni successivi alla prima annualità, in tre rate di pari importo, senza applicazione di interessi, entro le scadenze del 31 maggio, 31 luglio e 31 ottobre dell'anno di riferimento.
12. Nel caso in cui la scadenza del termine di pagamento coincida con un giorno festivo, il pagamento medesimo può essere validamente effettuato entro il primo giorno feriale successivo.

Art. 51

MODALITÀ E TERMINI DI PAGAMENTO PER MEZZI PUBBLICITARI TEMPORANEI

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

2. Non è ammesso il pagamento in forma rateale.

3. Le tariffe delle tipologie 1 e 11a) dell'art. 44 del presente regolamento per mezzi pubblicitari autorizzati per una durata temporanea sono calcolate, ad eccezione di quanto disposto ai commi successivi del presente articolo, secondo i seguenti parametri:

- a. durata fino a 30 giorni: tariffa pari a 1/10 di quella annua;
- b. durata fra 31 e 60 giorni: tariffa pari a 2/10 di quella annua;
- c. durata fra 61 e 90 giorni: tariffa pari a 3/10 di quella annua;
- d. durata oltre 90 giorni: tariffa annua.

4. Le tipologie 2a) e 2b) dell'art. 44, in deroga a quanto stabilito dal comma 1 dell'art. 50, 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.

5. Le tipologie "cartello" e "Impianto di affissione diretta" di cui al comma 1 dell'art. 44, quando sono collocate sulle recinzioni dei grandi cantieri, sono da considerare comunque temporanee, in deroga a quanto stabilito dal comma 1 dell'art. 50 del presente regolamento.

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

7. Per la pubblicità autorizzata nel contesto ed in contemporanea con lo svolgimento di manifestazioni sportive dilettantistiche di durata non superiore a 3 giorni consecutivi, in deroga a quanto disposto dalla lettera a) del comma 3 del presente articolo nonché dal punto 1 comma 4 e dal punto 3 comma 1 dell'articolo 44 del presente regolamento sono stabilite le seguenti misure tariffarie:

- a. per le tipologie di cui al comma 1 dell'art. 44 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. 44 del presente regolamento si applica la frazione di 1/5 della rispettiva tariffa quindicinale.

TITOLO VI PENALITA' E SANZIONI

Art. 52

PENALITA' PER OMESSO O PARZIALE E TARDIVO PAGAMENTO DEL CANONE

1. Fermo quanto stabilito nell'art. 56, per omesso o parziale versamento del canone si applica una penalità pari al 30% del canone dovuto o del maggiore canone in caso di versamento parziale, mentre per il tardivo versamento si applica una penalità pari al 20%.

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

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

Art. 53

PUBBLICITÀ ABUSIVA E DIFFORME: DEFINIZIONI

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

2. E' considerata, altresì, abusiva ogni variazione non autorizzata negli impianti di tipologia D Impianti pubblicitari speciali, D.1 cartello segnaletico.

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

4. Sono altresì considerate abusive tutte le forme di pubblicità effettuate per mezzo della sosta di mezzi attrezzati con impianti pubblicitari, come indicati all'art. 29 del presente regolamento.

Art. 54

INDENNIZZO E SANZIONE PECUNIARIA PER LA PUBBLICITÀ ABUSIVA E DIFFORME

1. Per l'installazione e/o la diffusione di messaggi pubblicitari effettuate senza la prescritta autorizzazione o considerate comunque abusive ai sensi del precedente art. 54, primo e secondo comma, si applicano un indennizzo ed una sanzione amministrativa pecuniaria.

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

3. Per le difformità di cui al precedente art. 54, terzo comma, si applicano un indennizzo pari al canone che si sarebbe pagato se l'installazione fosse stata conforme, nonché una sanzione amministrativa pecuniaria pari al 100% del canone dovuto per l'installazione conforme.

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

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

Art. 55

ALTRE MISURE

1. Indipendentemente da quanto stabilito dai precedenti artt. 54 e 55 il Comune procede alla rimozione dei mezzi pubblicitari, secondo le modalità di seguito indicate, nei seguenti casi:

- a. forme di pubblicità prive della prescritta autorizzazione o comunque considerate abusive ai sensi dei commi 1, 2 e 4 dell'art. 54;
- b. forme di pubblicità poste in opera e/o effettuate in difformità dalla prescritta autorizzazione ai sensi del comma 3 del medesimo art. 54;
- c. quando non sia stato effettuato il pagamento del relativo canone entro il 31 dicembre dell'anno di riferimento.

2. Indipendentemente dalla rimozione, è disposta ed effettuata dal Comune l'immediata copertura della pubblicità [con essi effettuata] in modo che la stessa sia privata di efficacia. Delle operazioni di copertura viene redatto sommario processo verbale e le stesse vengono effettuate con modalità stabilite in apposito disciplinare, direttamente dal Comune o mediante l'ausilio di soggetto esterno assuntore del servizio.

3. Il mezzo pubblicitario resta privato d'efficacia fino a quando i responsabili della violazione non provvedono a ripristinare lo *status quo* ante ovvero a conformare la pubblicità in modo conforme all'autorizzazione posseduta o, infine, al pagamento del canone nei termini ex lett. C primo comma.

4. La copertura della pubblicità abusiva deve essere rimossa esclusivamente dal Comune anche tramite il soggetto esterno assuntore del servizio. Il contravventore potrà richiedere la rimozione della copertura attestando con autocertificazione resa sotto la propria responsabilità dell'adempimento agli obblighi di cui al comma precedente e previo pagamento delle spese sostenute dall'Amministrazione per l'effettuazione/rimozione della stessa. L'amministrazione provvede entro 10 giorni dal ricevimento della suddetta richiesta.

5. Qualora entro 10 giorni dalla comunicazione di effettuazione della copertura, non sia provveduto agli adempimenti di cui al comma precedente il Comune provvede alla rimozione e alla custodia del mezzo pubblicitario previa diffida all'installatore e/o a colui che dispone materialmente o giuridicamente del mezzo pubblicitario, a provvedere entro 3 giorni direttamente a proprie spese. Qualora sia accertato che l'impianto pubblicitario costituisce un pericolo per la sicurezza della circolazione stradale, il Comune provvede immediatamente alla rimozione.

6. Sia in caso di copertura del messaggio che di rimozione di mezzi pubblicitari effettuate d'ufficio, le spese sostenute dal Comune vengono poste a carico dei soggetti responsabili della violazione, procedendo alla notifica di apposito avviso per il recupero delle predette somme, comprese quelle di deposito del mezzo pubblicitario rimosso sia in caso di deposito presso terzi, sia in caso di custodia presso i locali dell'Amministrazione.

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

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

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

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

Art. 56

DECORRENZA DELLA PUBBLICITÀ ABUSIVA

1. La pubblicità effettuata senza la prescritta autorizzazione si presume effettuata in ogni caso con decorrenza dal primo gennaio dell'anno in cui sia stata accertata, per le tipologie previste ai commi 1, 7, 11 lett. a) e lett. b) dell'art. 44 del regolamento.

2. Si presume effettuata in ogni caso con decorrenza dal primo giorno del mese in cui è stata accertata, per le tipologie previste ai commi 2 tip. 2.1 e tip. 2.2, 3, 4, 5, 6, 8, 9, 10 del medesimo art. 44.

3. Quanto previsto dai precedenti commi nel presente articolo vale solo ai fini dell'applicazione dell'indennizzo di cui all'art. 55, fermo restando che il pagamento dello stesso e della sanzione non può essere invocato od inteso in alcun caso quale sanatoria parziale o totale dell'abuso ovvero dell'illecito commesso, non correggendo lo stesso le irregolarità dell'installazione.

Art. 57

DEFINIZIONE AGEVOLATA DELLE PENALITÀ

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

- a. al 4% (comprensivo di interessi) nei casi di omesso, parziale, tardivo versamento del Canone o di una parte di esso, se il versamento viene eseguito entro 30 giorni dalla data di scadenza prevista;
- b. all'8% (comprensivo di interessi) nei casi di omesso, parziale, tardivo versamento del Canone o di una parte di esso, se il versamento viene eseguito oltre 30 giorni, e comunque non oltre un anno, dalla data di scadenza.

3. La definizione agevolata della penalità può essere effettuata anche successivamente al versamento del canone. Se il canone viene versato entro 30 giorni dalla scadenza ma la penalità ridotta viene corrisposta entro i termini di cui alla lettera b del primo comma del presente articolo, la percentuale da applicare sarà pari all'8%.

Art. 58

DIFFIDA AD ADEMPIERE/INGIUNZIONE DI PAGAMENTO ED ATTIVITÀ DI CONTROLLO E ACCERTAMENTO

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

2. La stessa procedura di cui al comma 1, con emissione di diffida ad adempiere/ingiunzione di pagamento, viene seguita dalla Direzione Risorse Finanziarie per comminare l'indennizzo e le sanzioni amministrative stabiliti all'art. 55, commi da 1 a 4 per quanto riguarda le installazioni abusive o difformi di mezzi pubblicitari.

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

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

Art. 59

RIMBORSI

1. Il titolare dell'atto di autorizzazione può richiedere, con apposita istanza alla competente Direzione Risorse Finanziarie il rimborso delle somme o delle maggiori somme versate e non dovute, oltre a quanto previsto dall'art. 49 ultimo comma, del presente regolamento, entro il termine perentorio di cinque anni decorrenti dalla data di pagamento.

2. L'istanza di cui al comma 1 dovrà contenere, oltre alle generalità complete del titolare del provvedimento ed agli estremi del provvedimento medesimo, le motivazioni della richiesta. L'istanza dovrà essere corredata della/e ricevuta/e di pagamento, in fotocopia, relativa/e a quanto richiesto a rimborso.

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

4. Qualora la Direzione 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.

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

Art. 60

CONTENZIOSO

1. Le controversie riguardanti i procedimenti amministrativi relativi alle autorizzazioni disciplinate dal presente regolamento, sono riservate alla giurisdizione esclusiva del giudice amministrativo ai sensi dell'art. 5 della legge n. 1034 del 1971;

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

TITOLO VII NORME TRANSITORIE E FINALI

Art. 61

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

1. Ai manufatti pubblicitari non si applica la normativa del condono edilizio.
2. Gli interventi abusivi ovvero realizzati in difformità dalla autorizzazione sono soggetti alle disposizioni di cui all'art. 55 e seguenti, del presente Regolamento.

Art. 62

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

1. Tutti gli impianti pubblicitari esistenti, muniti di regolare autorizzazione e realizzati in completa conformità alla stessa che non rispondono alle disposizioni del presente Regolamento e per i quali non ricorrano le condizioni di cui al successivo art. 65, devono essere adeguati entro e non oltre 36 mesi dalla data di approvazione del presente regolamento, a cura e spese del titolare dell'autorizzazione.
2. 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.
3. 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. 63

DECADENZE DI AUTORIZZAZIONI SU SUOLO PUBBLICO

1. Tutte le autorizzazioni per impianti pubblicitari rilasciate su suolo pubblico non sono rinnovabili alla data di scadenza indicata nel provvedimento e decadono automaticamente.
2. I suddetti impianti pertanto, se non rimossi, sono soggetti alle disposizioni di cui all'art. 55 e seguenti del presente Regolamento.

Art. 64

INSEGNE

1. Fino all'approvazione del Regolamento per l'installazione 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.
2. Tali mezzi pubblicitari sono soggetti alla disciplina di cui ai Titoli V e VI del presente Regolamento.

Art. 65

NORME DI RINVIO.

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

2. Con l'entrata in vigore del presente regolamento non si applicano tutte le norme regolamentari con esso contrastanti.

Art. 66

DISCIPLINA TRANSITORIA E MISURE DI SALVAGUARDIA

1. I procedimenti relativi agli interventi attuativi e ai piani e progetti particolareggiati sospesi per effetto della normativa di cui alla Delib. C.C. n. 11/06 saranno ripresi in esame secondo l'ordine di presentazione e/o integrazione secondo le norme del PGIP vigente.

2. Permane la possibilità di installazioni in deroga alle distanze della Tabella B in continuità al precedente regolamento per i procedimenti di deroga formalmente presentati e non ancora conclusi 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.

3. I progetti in deroga di cui ai comma precedenti 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.

Art. 67

DISCIPLINA TRANSITORIA PER I GONFALONI

1. Fino all'affidamento della concessione all'apposizione dei gonfalonari pubblicitari di cui all'art. 8, secondo comma, e comunque entro e non oltre tre mesi dall'entrata in vigore del presente piano, l'apposizione di tali impianti è autorizzata su pali della pubblica illuminazione che il soggetto titolare della loro manutenzione attesta idonei a sostenere la loro presenza ed esclusivamente nelle zone del territorio ove la loro presenza è consentita al 31.12.2008 dal PGIP a tale data vigente (PGIP 2001).

2. Le suddette autorizzazioni non possono avere durata superiore a 60 giorni.

3. Nel periodo transitorio tali impianti mantengono le caratteristiche tipologiche stabilite dall'art. 5 lett. F del PGIP 2001; le modalità di ancoraggio ai pali della pubblica illuminazione devono garantire il rispetto delle norme di sicurezza per gli operatori e la stabilità dei pali.

Art. 68

SPERIMENTAZIONE

Qualora si intendano realizzare impianti pubblicitari e/o informativi di tipo innovativo non previsti dal presente piano potrà essere avviata un'attività di carattere sperimentale a tempo determinato, non superiore a un anno, al termine del quale, verificata la compatibilità di detti impianti innovativi con i presupposti del Piano, si dovrà apportare la relativa modifica alle norme tecniche di attuazione del P.G.I.P.

Approvato il 24.07.2008