

Protocollo RC n. 883/03

Deliberazione n. 100

ESTRATTO DAL VERBALE DELLE DELIBERAZIONI DEL CONSIGLIO COMUNALE

Anno 2006

VERBALE N. 28

Seduta Pubblica del 12 aprile 2006

Presidenza: MANNINO - CIRINNA' - SABBATANI SCHIUMA

L'anno duemilasei, il giorno di mercoledì dodici del mese di aprile, alle ore 14,30, nel Palazzo Senatorio, in Campidoglio, si è adunato il Consiglio Comunale in seduta pubblica, in seconda convocazione, ai sensi dell'art. 35, comma 3 del Regolamento, per i soli oggetti già iscritti all'ordine dei lavori della seduta dell'11 aprile, sciolta per mancanza del numero legale e per i quali non si è fatto luogo a deliberazioni.

Partecipa alla seduta il sottoscritto Vice Segretario Generale dott. Massimo SCIORILLI.

Assume la presidenza dell'Assemblea il Presidente del Consiglio Comunale Giuseppe MANNINO, il quale dichiara aperta la seduta e dispone che si proceda, ai sensi dell'art. 35 del Regolamento, all'appello dei Consiglieri.

Eseguito l'appello, il Presidente comunica che sono presenti i sottoriportati n. 33 Consiglieri:

Azuni Maria Gemma, Baldi Michele, Bartolucci Maurizio, Berliri Luigi Vittorio, Carli Anna Maria, Casciani Carlo Umberto, Cau Giovanna, Chiolli Luciano, Cipressa Alessandro, Cirinnà Monica, Cosentino Lionello, Dalia Francesco, Di Francia Silvio, Di Stefano Marco, Failla Giuseppe, Galeota Saverio, Gasparri Bernardino, Germini Ettore, Giansanti Luca, Giulioli Roberto, Lovari Gian Roberto, Mannino Giuseppe, Marchi Sergio, Marroni Umberto, Milana Riccardo, Nitiffi Luca, Orneli Paolo, Perifano Massimo, Rizzo Gaetano, Salacone Simonetta, Smedile Francesco, Spera Adriana e Zambelli Gianfranco.

ASSENTI l'on. Sindaco Walter Veltroni e i seguenti Consiglieri:

Argentin Ileana, Bafundi Gianfranco, Battaglia Giuseppe, Bertucci Adalberto, Coratti Mirko, D'Erme Nunzio, De Lillo Fabio, Della Portella Ivana, De Luca Pasquale, Eckert Coen Franca, Fayer Carlo Antonio, Galloro Nicola, Ghera Fabrizio, Iantosca Massimo, Lorenzin Beatrice, Malcotti Luca, Mariani Maurizio, Marsilio Marco, Panecaldo Fabrizio, Piso Vincenzo, Poselli Donatella, Prestagiovanni Bruno, Sabbatani Schiuma Fabio, Santini Claudio, Sentinelli Patrizia, Tajani Antonio e Vizzani Giacomo.

Il PRESIDENTE constata che il numero degli intervenuti è sufficiente per la validità della seduta agli effetti deliberativi e nomina, ai sensi dell'art. 18 comma 2 del Regolamento, per l'espletamento delle funzioni di Consigliere Segretario il Consigliere Failla in sostituzione temporanea del Segretario De Lillo.

Partecipano alla seduta, ai sensi dell'art. 11 del Regolamento, i Consiglieri Aggiunti Darif Aziz, Rusu Ionut Gabriel, Taboada Zapata Santos e Tobias Perez Irma.

Partecipano altresì alla seduta, ai sensi dell'art. 46 del Regolamento, gli Assessori Carrazza Paolo, Causi Marco, Cioffarelli Francesco, Coscia Maria, D'Alessandro Giancarlo, Esposito Dario, Minelli Claudio e Morassut Roberto.

(O M I S S I S)

A questo punto partecipa alla seduta il Segretario Generale, dott. Vincenzo GAGLIANI CAPUTO. Assume la presidenza dell'Assemblea la Vice Presidente Monica CIRINNA'.

(O M I S S I S)

Alla ripresa dei lavori – sono le ore 16,35 – il Vice Segretario Generale assume le funzioni di Segreteria.

(O M I S S I S)

A questo punto il Presidente MANNINO riassume la presidenza dell'Assemblea.

(O M I S S I S)

Il PRESIDENTE pone quindi in votazione, con procedimento elettronico, la 160^a proposta nel testo conseguente alle modifiche apportate dalla Giunta Comunale e all'accoglimento dell'emendamento:

160^a Proposta (Dec. G.C. del 23 luglio 2003 n. 137)

Regolamento comunale recante le norme in materia di esposizione della pubblicità e di pubbliche affissioni.

Premesso che l'1 gennaio 1998 è entrato in vigore il Decreto Legislativo 15 dicembre 1997, n. 446, il cui articolo 62 dispone che i Comuni possono, con Regolamento adottato a norma dell'articolo 52 del medesimo Decreto, sottoporre le iniziative pubblicitarie, in quanto incidenti sull'arredo urbano o sull'ambiente, ad un regime autorizzatorio assoggettandole al pagamento di un canone in base a tariffa;

Che la medesima norma detta i criteri a cui è informato il detto Regolamento Comunale in quanto recante la disciplina della tipologia dei mezzi pubblicitari, delle procedure per il rilascio e il rinnovo dell'autorizzazione, delle modalità di impiego dei mezzi pubblicitari e delle modalità e termini di pagamento del canone, della determinazione della tariffa anche per i mezzi pubblicitari installati su beni privati, delle sanzioni amministrative in caso di mezzi installati senza autorizzazione, dei divieti, limitazioni e agevolazioni;

Considerato che l'adozione di tale Regolamento si rende anche necessaria ai fini della unificazione e semplificazione della normativa comunale in materia, costituita da numerosi provvedimenti succedutisi nel tempo, e della definizione dei criteri per la redazione del Piano Regolatore degli impianti e mezzi pubblicitari, avente lo scopo di regolare l'inserimento degli impianti e mezzi in relazione alle diverse caratteristiche delle aree della Città;

Vista l'Ordinanza Sindacale n. 114 del 19 aprile 2002, con la quale è stata costituita una Commissione Tecnica per la stesura del Regolamento con la individuazione dei criteri per la definizione del Piano Regolatore degli impianti e dei mezzi pubblicitari;

Vista la memoria, approvata dalla Giunta Comunale il 25 luglio 2002, recante indirizzi alla predetta Commissione;

Visto lo schema di Regolamento rassegnato da detta Commissione al Sindaco con lettera del Capo di Gabinetto del Sindaco, nella sua qualità di Presidente della Commissione, in data 4 giugno 2003;

Visti gli articoli 52 e 62 del Decreto Legislativo 15 dicembre 1997, n. 446;

Visti gli artt. 18, 19, 20, 21, 22 e 24 del Decreto Legislativo 15 novembre 1993, n. 507;

Visto l'art. 23 del Decreto Legislativo 30 aprile 1992, n. 285;

Visti gli artt. 48, 49, 50, 51, 52, 53, 54, 55, 56, 57, 58 e 59 del D.P.R. 16 dicembre 1992, n. 495;

Vista la legge 5 febbraio 1992, n. 175;

Vista la legge 14 luglio 1993, n. 235;

Visto l'articolo 2 bis del Decreto Legge 22 febbraio 2002, n. 13, nel testo integrato dalla legge di conversione 24 aprile 2002, n. 75;

Vista la deliberazione del Consiglio Comunale n. 609 del 3 aprile 1981;

Vista la deliberazione del Consiglio Comunale n. 94 del 7 giugno 1994;

Vista la deliberazione del Consiglio Comunale n. 289 del 19 dicembre 1994;

Vista la deliberazione del Consiglio Comunale n. 254 del 6 novembre 1995;

Vista la deliberazione della Giunta Comunale n. 1689 del 9 maggio 1997;

Vista la deliberazione del Consiglio Comunale n. 260 del 20 settembre 1997;

Vista la deliberazione del Consiglio Comunale n. 163 del 25 ottobre 1999;

Vista la deliberazione della Giunta Comunale n. 436 del 25 luglio 2002;

Vista la deliberazione del Consiglio Comunale n. 175 del 25 novembre 2002;

Vista la deliberazione del Consiglio Comunale n. 104 del 23 giugno 2003;

Considerato che in data 7 luglio 2003 il Direttore del Servizio Affissioni e Pubblicità del Dipartimento VIII, quale responsabile del Servizio ha espresso il parere che di seguito integralmente si riporta: "Ai sensi e per gli effetti dell'art. 49 del D.Lgs. n. 267 del 18 agosto 2000, si esprime parere favorevole in ordine alla regolarità tecnico-amministrativa della proposta di deliberazione di cui all'oggetto.

Il Direttore

F.to: A. Marinelli";

Considerato che in data 14 luglio 2003 il Vice Ragioniere Generale ha espresso il parere che di seguito integralmente si riporta: "Ai sensi e per gli effetti dell'art. 49 del T.U.E.L. si esprime parere favorevole in ordine alla regolarità contabile della proposta di deliberazione di cui all'oggetto.

Il Vice Ragioniere Generale

F.to: C. Ialonga";

Che sul testo originario della proposta in esame è stata svolta, da parte del Segretario Generale, la funzione di assistenza giuridico-amministrativa, ai sensi dell'art. 97, comma 2, del Testo Unico delle leggi sull'ordinamento degli Enti Locali, approvato con D.Lgs. 18 agosto 2000, n. 267;

Che la proposta in data 28 luglio 2003 è stata trasmessa, ai sensi dell'art. 6 del Regolamento del Decentramento Amministrativo, ai Presidenti dei Municipi per l'espressione del parere da parte dei Consigli Municipali entro il termine di 30 giorni;

Che, con deliberazioni in atti, dai Municipi sono pervenuti i seguenti pareri:

- Municipi I, III, V, XII, XV, XVII e XIX: parere favorevole;
- Municipi II e XVIII: parere contrario;
- Municipi VII, IX, X, XVI e XX: parere favorevole con richiesta di modifiche;

Che dagli altri Municipi non è stato espresso alcun parere.

Municipio II – parere negativo in quanto non si ravvedono competenze decentrate come da art. 54 della deliberazione n. 10/99;

Municipio VII – parere favorevole a condizione che le procedure ed il rinnovo delle autorizzazioni e quanto altro connesso con le norme di esposizione della pubblicità e di pubbliche affissioni vengano attribuite ai Municipi di competenza, al fine di contrastare l'enorme abuso ed evasione della materia di cui in narrativa, così come più volte denunciato dagli organi di stampa e dalle rilevazioni degli uffici preposti;

Municipio IX – parere favorevole con richiesta delle seguenti modifiche:

1. art. 4, comma 2, lettera b), modificare in “Gli impianti e i mezzi del formato di metri 6x3 e 4x3 e, comunque, la cui superficie espositiva facciale non superi i 6 metri quadrati ad esclusione degli impianti luminosi informativi stradali, di pubblica utilità”;
2. art. 8, comma 5, lettera A), dopo “ufficio centrale” aggiungere “previo comunque parere del Municipio territorialmente competente”;
3. art. 17, comma 1, lettera a), dopo “Comune” aggiungere “e dei Municipi”;
4. art. 18, comma 1, lettera c), dopo “ville, parchi” aggiungere “ed aree verdi”;
5. art. 20, comma 1, lettera F), punto 1), lettera g), cassare “metri 4,00x3,00” e scrivere “è consentito un formato superiore a metri 3,99x2,00, solo per impianti adibiti ad informazione stradale di pubblica utilità come già installati sul G.R.A. e su alcune arterie principali di Roma”;

Municipio X – parere favorevole con richiesta delle seguenti modifiche:

1. art. 18, comma 1, lettera e), aggiungere alla fine “anche a meno di 50 mt. dalle zone soggette a vincolo archeologico e paesaggistico”;
2. art. 18, comma 1, lettera g), sostituire la parola “chiusure” con “accessi”;
3. art. 18, comma 1, aggiungere la lettera “h) sulle rotatorie”;
4. art. 19, comma 1, seconda riga, dopo “parere” aggiungere “vincolante”;
5. art. 32, aggiungere il seguente comma: “3. Nella fase di transizione tutti gli impianti in contrasto con l’art. 23 del Codice della Strada saranno rimossi con atto amministrativo repressivo del Dirigente del Municipio”;
6. art. 34, comma 7, dopo “parere” aggiungere “vincolante” e sostituire la parola “Decorsi” con “Entro”;

Municipio XVI – parere favorevole con richiesta della seguente modifica:

- art. 17, lettera A), dopo “del Comune” aggiungere “e dei Municipi”;

Municipio XVIII – parere contrario in quanto nella proposta di Regolamento non ci sono parametri fermi e vincolati, e il dettato normativo risulta essere aleatorio, con vincoli facilmente eludibili;

Municipio XX – parere favorevole condizionato all'accoglimento dei seguenti emendamenti:

1. art. 4, comma 3, 5° rigo, dopo “entro” aggiungere “e non oltre”;
2. art. 7, comma 2, sostituire la parola “Comune” con “Municipio di competenza”;
3. art. 7, comma 2, cassare l'ultima frase da “Il bando di gara...” fino alla fine del periodo;
4. art. 8, comma 2, al 1° rigo, dopo “entro” aggiungere “e non oltre”;
5. art. 8, comma 2, al 2° rigo, dopo “della domanda” togliere la congiunzione “e” e mettere il punto;

6. art. 8, comma 5, lettera i), cassare le parole “ove il richiedente consenta,”;
7. art. 8, comma 7, lettera c), punto 4), 5° rigo, sostituire le parole “Dovrà inoltre essere dichiarato che l’impianto non insiste su aree” con le seguenti “Per gli impianti che insistono su aree...” e, 8° rigo, cassare la parola “ovvero”;
8. art. 14, comma 8, 3° rigo, dopo “comunicazione” aggiungere le parole “entro e non oltre 7 giorni”;
9. art. 18, comma 1, aggiungere la lettera “h) a meno di 80 metri dalle aree verdi comunque individuate.”;

Che la Giunta Comunale nella seduta dell’11 novembre 2003 in merito alle modifiche proposte dai Municipi ha controdedotto come segue:

Municipio VII – la richiesta non è accoglibile in quanto contrasta con l’impostazione data nel nuovo regolamento, in particolare con la previsione di lotti intermunicipali, e non necessariamente coincidenti con i confini di due o più Municipi, quali ambiti ottimali di pianificazione del territorio e di svolgimento delle gare;

Municipio IX

1. art. 4, comma 2, lettera b) e art. 20, comma 1, lettera f) – le richieste non sono accoglibili in quanto il nuovo regolamento recepisce la deliberazione consiliare n. 175 del 25 novembre 2002, nella quale è espressamente prescritto che il nuovo regolamento ripeta la formulazione normativa relativa ai formati massimi consentiti, fissandoli in metri 4x3;
2. art. 8, comma 5, lettera a) – la richiesta è accolta, per cui dopo “ufficio centrale” sono aggiunte le parole “previo comunque parere del Municipio territorialmente competente”;
3. art. 17, comma 1, lettera a) – la richiesta non è accoglibile in quanto la dizione “Comune” comprende anche i Municipi, che del Comune sono organi di decentramento;
4. art. 18, comma 1, lettera c) – la richiesta non è accoglibile in quanto la locuzione “area verde” ha contenuto troppo generico per consentire una corretta applicazione e inoltre in alcuni casi l’esposizione pubblicitaria può costituire, se correlata a servizi manutentivi, un positivo contributo alla riqualificazione di aree urbane;

Municipio X

1. art. 18, comma 1, lettera e) – la richiesta non è accoglibile in quanto la proposta di modifica appare eccessivamente e ingiustificatamente restrittiva, poiché assoggetta indiscriminatamente al divieto di esposizione pubblicitaria anche le zone circostanti le zone vincolate, indipendentemente dalla loro qualità e natura e da eventuali prescrizioni dell’Ente tutore del vincolo;
2. art. 18, comma 1, lettera g) – la richiesta non è accoglibile in quanto la sostituzione del termine “chiusure” con la parola “accessi” modifica il significato della disposizione, poiché significa estendere il divieto ad ogni accesso anche non chiuso, ovvero sopra le entrate (insegne);
3. art. 18, comma 1, aggiungere la lettera h) aggiuntiva – la richiesta non è accoglibile in quanto l’estensione alle rotatorie del divieto di esposizione pubblicitaria appare generico, poiché non tiene conto della qualità della singola rotatoria e in tale materia vigono i divieti già previsti dal Codice della strada;
4. art. 19, comma 1 – la richiesta non è accoglibile in quanto rendere vincolante il parere dei Municipi sugli strumenti di pianificazione equivale a spostare la competenza prevista dal nuovo regolamento;
5. art. 32 – la richiesta di aggiungere un punto 3 non è accoglibile in quanto la rimozione degli impianti in difformità del Codice della strada fa parte integrante dell’assetto la

cui cura, in prima applicazione del regolamento, è demandata agli uffici centrali per l'avvio del sistema;

6. art. 34, comma 7 – le richieste non sono accoglibili in quanto rendere vincolante il parere dei Municipi sugli strumenti di pianificazione equivale a spostare la competenza prevista dal nuovo regolamento e consentire ai Municipi di modificare i piani di localizzazione approvati in fase di prima applicazione dall'Amministrazione Comunale entro i primi due anni e non più decorsi due anni non darebbe alcuna stabilità ai piani e certezza agli operatori nella delicata fase di avvio del nuovo sistema;

Municipio XVI – la richiesta non è accoglibile in quanto la dizione “Comune” comprende anche i Municipi, che del Comune sono organi di decentramento;

Municipio XX

1. art. 4, comma 3 e art. 8, comma 2 – la richiesta è accolta, per cui dopo la parola “entro” sono aggiunte le parole “e non oltre”;
2. art. 7, comma 2 – la richiesta di sostituire al parola “Comune” non è accoglibile in quanto la proposta di attribuire ai Municipi le competenze in materia di rilascio delle autorizzazioni contrasta con l'impostazione data nel nuovo regolamento, in particolare con la previsione di lotti intermunicipali, e non necessariamente coincidenti con i confini di due o più Municipi, quali ambiti ottimali di pianificazione del territorio e di svolgimento delle gare;
3. art. 7, comma 2, la richiesta di cassare la frase da “Il bando di gara...” non è accoglibile in quanto l'invito alla soppressione della riduzione del canone correlata al valore dei servizi offerti è intesa ad incentivare, evidentemente, l'offerta di tali servizi che costituiscono, nell'economia del nuovo sistema, un elemento innovativo e rilevante, oltre a rappresentare un calmier dei prezzi da parte dell'affidatario nei confronti dei richiedenti l'esposizione pubblicitaria, che risulterebbero altrimenti assai più alti;
4. art. 8, comma 2 – la richiesta è accolta per cui al 2° rigo viene tolta la congiunzione “e” e messo il punto;
5. art. 8, comma 5, lettera i) – la richiesta non è accoglibile in quanto la formulazione è resa necessaria dalla vigente disciplina in materia di tutela della riservatezza, tale per cui non può obbligarsi un soggetto a rendere noto il proprio recapito telefonico, d'altronde necessario ai fini dell'iter amministrativo;
6. art. 8, comma 7, lettera c), punto 4), 5° rigo e 8° rigo – la richiesta non è accoglibile in quanto appare opportuno mantenere l'autodichiarazione considerando le sanzioni che, in caso di mendacio, l'ordinamento prevede;
7. art. 14, comma 8 – la richiesta è accolta per cui al 3° rigo dopo la parola “comunicazione” sono aggiunte le parole “entro e non oltre 7 giorni”;
8. art. 18, comma 1 – la proposta di modifica non è accoglibile in quanto appare eccessivamente e ingiustificatamente restrittiva, poiché assoggetta indiscriminatamente al divieto di esposizione pubblicitaria anche le zone circostanti le zone vincolate, indipendentemente dalla loro qualità e natura e da eventuali prescrizioni dell'Ente tutore del vincolo;

In ordine ai pareri contrari espressi dai Municipi II e XVIII, sostanzialmente privi di specifica motivazione, la Giunta Comunale ha rinviato per controdeduzione all'impianto regolamentare;

Che la VII Commissione Consiliare Permanente in data 7 novembre 2003 ha espresso, all'unanimità, parere favorevole all'ulteriore iter della proposta;

Visto il parere favorevole del Dirigente responsabile del Servizio, espresso, ai sensi dell'art. 49 del T.U.E.L., in ordine all'emendamento approvato;

IL CONSIGLIO COMUNALE

DELIBERA

di approvare il nuovo Regolamento Comunale in materia di esposizione della pubblicità e di pubbliche affissioni, secondo il testo allegato quale parte integrante della presente deliberazione.

Regolamento comunale
in materia di
esposizione della pubblicità e di pubbliche affissioni

CAPO I

Disposizioni generali

ART. 1

Oggetto

1. Il presente regolamento disciplina le iniziative pubblicitarie svolte con qualunque mezzo nel territorio del Comune di Roma.
2. In considerazione dell'incidenza di tali iniziative sull'arredo e tessuto urbano e sull'ambiente, esse sono sottoposte ad autorizzazione e assoggettate al pagamento di un canone a tariffa, a norma dell'art. 62 del decreto legislativo 15 dicembre 1997, n. 446.
3. Il presente regolamento disciplina altresì il servizio delle pubbliche affissioni, a norma del decreto legislativo 15 novembre 1993, n. 507.

ART. 2

Definizioni

1. Per mezzo pubblicitario si intende ogni impianto o altro manufatto, mediante i quali viene diffuso un messaggio pubblicitario.
2. Per messaggio pubblicitario si intende qualsiasi figura, fregio, guarnizione, logo, cifra, rappresentazione visiva o grafica, anche se privi di scritta, che abbiano lo scopo di promuovere l'acquisto di un bene o di un servizio ovvero promuovere o migliorare l'immagine del soggetto pubblicizzato.

ART. 3

Ambito

1. Il presente regolamento si applica alle iniziative pubblicitarie effettuate da terzi con mezzi propri su beni appartenenti al demanio o al patrimonio comunale, ovvero su beni di proprietà privata o pubblica non comunale visibili da vie o piazze o altri luoghi pubblici, ovvero dal Comune stesso o da terzi con mezzi di proprietà comunale.

CAPO II

Norme per il rilascio delle autorizzazioni all'esposizione pubblicitaria

ART. 4

Mezzi pubblicitari ammessi e vietati - Norme tecniche per l'installazione

1. E' ammesso, alle condizioni, caratteristiche e modalità stabilite dal presente regolamento, e dalle norme da esso non abrogate, l'uso dei seguenti mezzi pubblicitari:
 - a) impianti per affissioni di manifesti o pittorici su suolo o pareti;
 - b) impianti luminosi o illuminati;
 - c) plance luminose;
 - d) paline luminose e non luminose;
 - e) insegne, targhe, tende e simili;
 - f) scritte su vetrine;
 - g) palloni frenati;
 - h) mezzi collocati su e all'interno di veicoli, tranne quanto disposto dal successivo comma 2, lettera a) ed f);
 - i) mezzi collocati su recinzioni di cantiere e ponteggi;
 - l) componenti e complementi di arredo urbano;
 - m) mezzi elettronici e meccanici a messaggio variabile;
 - n) locandine, manifestini e simili;
 - o) proiezioni su pareti e pannelli;
 - p) cartelli o altri mezzi recati da persone
 - q) impianti su terrazzi e soluzioni di arredo per pareti cieche ove consentite.

2. Sono vietati:

- a) i mezzi pubblicitari il cui divieto sia disposto dal decreto legislativo 30 aprile 1992, n. 285, d'ora in avanti indicato come "codice della strada", o da altre norme di legge;
- b) gli impianti e i mezzi del formato di metri 6x3 e, comunque, la cui superficie espositiva facciale superi i 12 metri quadrati, salvo quanto disposto dall'art.20, comma 1, lett. F) in materia di impianti non soggetti ai limiti di formato;
- c) gli striscioni e gli altri mezzi simili;
- d) la pubblicità eseguita con aeromobili;
- e) la pubblicità eseguita mediante il lancio di qualsivoglia oggetto ovvero mediante l'uso di apparecchi amplificatori installati su veicoli;
- f) la pubblicità esposta su appositi impianti mobili o su autoveicoli a tale scopo appositamente destinati, attrezzati o comunque modificati, anche se in possesso di omologazione, anche se privi di sporgenze, nell'ambito delle ZTL. Tramite tali mezzi è comunque vietata l'esposizione pubblicitaria durante le soste e le fermate non obbligatorie. All'infuori delle ZTL la circolazione dei predetti mezzi è consentita nel limite numerico di cui all'art.34 c. 6 bis e purchè adeguati al più recente standard europeo.
- g) i segnali di indicazione della localizzazione di imprese, ivi compresi gli esercizi commerciali, ove non rispondenti ad accertate esigenze di ausilio alla segnaletica stradale.

3. Le norme tecniche per l'installazione degli impianti e la collocazione dei mezzi sono stabilite dalla deliberazione della Giunta Comunale di cui all'art. 19, comma 1bis. Qualora l'autorizzazione all'installazione degli impianti o alla collocazione dei mezzi sia vigente alla data di entrata in vigore dei Piani di cui all'art. 19, comma 1, l'adeguamento alle norme tecniche deve essere eseguito entro e non oltre 120 giorni

dall'entrata in vigore del Piano o delle sue eventuali modifiche successive. Fino all'entrata in vigore del Piano, continuano ad applicarsi le norme tecniche vigenti alla data di entrata in vigore del presente regolamento.

4. Fermi restando i divieti stabiliti dall'art. 51, comma 3, del decreto del Presidente della Repubblica 16 dicembre 1992, n. 495, recante il regolamento di esecuzione e attuazione del codice della strada, così come modificato dal decreto del Presidente della Repubblica 16 settembre 1996, n. 610, e da altre norme di legge o regolamentari, si dispone, ai sensi dell'art. 23, comma 6, del citato codice, di avvalersi, in deroga a quanto previsto dal richiamato art. 51, comma 3, lett. a), della facoltà di autorizzare gli impianti pubblicitari sulle pertinenze con larghezze superiori a metri 4, comprese fra carreggiate contigue. In tali situazioni, gli impianti andranno collocati in posizione parallela all'asse stradale con distanza dal limite della carreggiata non inferiore a metri 1,80. Nel caso in cui le dimensioni dello spartitraffico lo consentano, l'impianto potrà essere collocato anche perpendicolarmente all'asse stradale, nel rispetto comunque della distanza sopra indicata dal limite della carreggiata.
5. A norma dell'art. 51, comma 3, del decreto del Presidente della Repubblica n. 495/92, si dispone che le distanze minime per il posizionamento dei cartelli e degli altri mezzi pubblicitari, entro il centro abitato, limitatamente alle strade di tipo E), strade urbane di quartiere, ed F), strade locali, per i cartelli di dimensione non superiore a metri 1x1,40 sono così derogate:
 - distanza minima dai segnali di pericolo, prescrizione ed indicazione, dagli impianti semaforici e dalle intersezioni:
strade urbane di quartiere: metri 25, prima dei segnali stradali, degli impianti semaforici e delle intersezioni, e metri 15, dopo i segnali stradali, gli impianti semaforici e le intersezioni;

strade locali: metri 15, prima dei segnali stradali, degli impianti semaforici e delle intersezioni, e metri 10, dopo i segnali stradali, gli impianti semaforici e le intersezioni;

- distanza minima dagli attraversamenti pedonali:

strade urbane di quartiere: metri 15;

strade locali: metri 10;

- distanza minima dagli altri cartelli e mezzi pubblicitari: metri 15.

6. L'applicazione delle distanze sopra indicate è subordinata alla circostanza che non sia ostacolata la visibilità dei segnali stradali entro lo spazio di avvistamento.
7. Fino all'entrata in vigore dei Piani di cui all'art. 20, le suddette distanze minime in deroga si applicano anche agli impianti installati sul suolo collocati parallelamente all'asse stradale, ad eccezione di quelli collocati in aderenza a fabbricati o recinzioni.
8. Le suddette distanze non si applicano agli impianti ed ai mezzi di cui al comma 1 lett. i) e q) del presente articolo.

ART. 5

Norme particolari in materia di pubblicità tramite manifestini e simili

1. La distribuzione di manifestini e simili deve essere eseguita con la consegna diretta alle persone. E' vietato distribuire, affiggere ed esporre in ogni forma manifestini e simili collocandoli su beni situati, anche temporaneamente, in luoghi pubblici ed aperti al pubblico, ivi comprese le chiusure dei locali.
2. Ciascun manifestino deve richiamare, in modo visibile, l'obbligo di utilizzare cestini o cassonetti per gettarli.

ART. 6**Quantità massima della superficie dei mezzi pubblicitari****Ripartizione delle superfici dei mezzi**

1. La superficie espositiva complessiva massima dei mezzi pubblicitari, ad eccezione dei mezzi di cui alle lettere e), f), g), h), i), l), limitatamente alle paline e pensiline del servizio di trasporto pubblico locale urbano ed extraurbano e dei contenitori dei rifiuti solidi urbani, n) e p) dell'art. 4, comma 1, nonché sulle cabine di trasformazione elettrica, è determinata dall'applicazione dei criteri stabiliti dall'art. 20 per la redazione del Piano regolatore degli impianti e dei mezzi pubblicitari.
2. La superficie espositiva dei mezzi pubblicitari che siano visibili da vie o piazze o altri luoghi pubblici ed insistano su beni di proprietà privata o di proprietà pubblica non comunale, sulle edicole delle rivendite di giornali e sui banchi fissi di commercio è determinata in una misura pari al 20 per cento della superficie di cui al precedente comma 1; del suddetto 20 per cento, la metà è riservata alle edicole e ai banchi fissi di commercio ed agli impianti che siano collocati all'interno ovvero sul perimetro anche esterno dei mercati rionali, previa apposita convenzione con il Comune, che ne determina i casi e le modalità tecniche. E' altresì determinata da apposita convenzione con il Comune, che ne determina le quantità e le modalità tecniche, l'esposizione pubblicitaria sulle paline e pensiline del servizio di trasporto pubblico locale urbano ed extraurbano, sui contenitori dei rifiuti solidi urbani, sulle cabine di trasformazione elettrica e all'interno delle stazioni della metropolitana.
3. L'80 per cento della superficie, di cui al precedente comma 1, è così ripartita:
 - a) 78 per cento da attribuire a privati, compresa la quota esposta su impianti di proprietà comunale;

- b) 16 per cento da destinare alle pubbliche affissioni. Ai sensi dell'art. 20 bis del D.Lgs 507/1993, previsto dall'art.1 c. 480 della L. 311/2004, il 10 per cento di tali spazi è riservato ai soggetti di cui all'art.20 del medesimo D.Lgs 507/93; tali affissioni sono ad esclusiva cura e spesa dei predetti soggetti;
- c) 6 per cento da riservare al Comune per la pubblicità sia istituzionale che commerciale su impianti di pubblica utilità;
4. La superficie espositiva complessiva degli impianti pubblicitari visibili dall'esterno, collocati all'interno delle aree destinate a stazioni di servizio per rifornimento di carburante e a parcheggi non ricavati nella sede stradale, non può superare il 5 per cento della percentuale di cui al precedente comma 2, con esclusione dei messaggi attinenti ai servizi prestati. I criteri per la progettazione e le caratteristiche tipologiche di detti impianti sono indicati nel Piano regolatore degli impianti e dei mezzi pubblicitari, di cui all'art. 19, comma 1.

ART. 7

Procedure per il rilascio delle autorizzazioni per l'esposizione pubblicitaria e per la locazione degli impianti comunali previa gara pubblica - Norme per la disciplina contrattuale conseguente

1. Le iniziative pubblicitarie sono soggette ad autorizzazione comunale, fermo restando quanto previsto dall'art. 23, comma 4, del codice della strada.
2. Salvo quanto previsto dall'art. 8, il Comune procede al rilascio delle autorizzazioni previa gara pubblica, bandita per lotti territoriali, secondo la disciplina vigente in materia di appalti di servizi in quanto applicabile, in conformità al presente regolamento e ai Piani di cui all'art. 19. E' consentito partecipare in raggruppamento temporaneo d'impresе. Non è sottoposto a gara pubblica, da parte del Comune, il

rilascio delle autorizzazioni all'esposizione pubblicitaria su: i mezzi di cui alle lettere e), f), g), h), i), n) e p) dell'art. 4, comma 1; le pensiline e le paline del servizio di trasporto pubblico urbano ed extraurbano; i contenitori di rifiuti solidi urbani, le cabine di trasformazione elettrica; le edicole di rivendita dei giornali, i banchi fissi di commercio e gli impianti che siano collocati nelle aree dei mercati rionali come previsto dall'art. 8 bis del Regolamento per le attività commerciali su aree pubbliche di cui alla deliberazione del Consiglio Comunale n. 35/2006; una quota di paline non superiore al 3 per cento degli impianti e mezzi sottoponibili a gara per ciascun lotto, da mettere a disposizione dei singoli imprenditori, su domanda, per pubblicizzare la propria attività. L'aggiudicazione è disposta in favore dell'offerta economicamente più vantaggiosa, da formularsi attraverso un progetto redatto secondo le modalità di cui all'art. 20, comma 1, lett. C), tenuto conto: della qualità di tale progetto; della qualità dei materiali di cui si compongono gli impianti e i mezzi, delle loro caratteristiche tipologiche e, ove previsto dal bando di gara, della proposta di localizzazione degli impianti e dei mezzi di cui all'art. 19, comma 2, e dell'offerta di servizi di recupero, arredo o riarredo, miglioramento del decoro, manutenzione di siti ricompresi nei lotti su cui gli impianti o i mezzi autorizzati insistano. Qualora all'interno dei lotti siano ricompresi impianti o mezzi pubblicitari di proprietà comunale o dati in godimento al Comune, oltre agli elementi di valutazione sopra elencati, si computa, ai fini dell'aggiudicazione, il corrispettivo offerto al Comune medesimo per la locazione di tali impianti. Il bando di gara prevede che all'impresa aggiudicataria che abbia offerto i servizi aggiuntivi richiesti si applichi una riduzione fino al 50 per cento del canone dovuto, con riferimento alla quantità e qualità dei servizi offerti.

3. L'ambito di ciascun lotto territoriale è costituito da una delle sottozone nelle quali il Piano regolatore degli impianti e dei mezzi pubblicitari suddivide, a norma dell'art.

19, comma 1, il territorio comunale. Al fine dell'ammissione alle procedure di gara pubblica, oltre ai requisiti generali richiesti dalla normativa vigente di cui al precedente comma 2, primo periodo, è fatto obbligo di prevedere nei bandi l'inesistenza, a carico del soggetto concorrente, di accertate e reiterate violazioni di norme e contratti in materia di pubblicità e di affissioni nel quinquennio precedente alla data di pubblicazione del bando, ivi comprese le violazioni delle norme relative al pagamento di imposte, canoni e simili, e di sanzioni amministrative pecuniarie, ad eccezione dei soggetti ammessi positivamente al riordino di cui alle deliberazioni del Consiglio Comunale n. 289 del 19 dicembre 1994 e n. 254 del 6 novembre 1995 ovvero a definizione bonaria di controversie relative a tributi o canoni in materia di pubblicità.

4. La disposizione di cui al precedente comma 3, secondo periodo, si applica a qualunque altro soggetto richiedente esposizione pubblicitaria, anche all'infuori di gara pubblica.
5. Il contraente, a garanzia dell'esatto e puntuale adempimento dei propri obblighi, costituisce, prima della sottoscrizione del contratto, una cauzione pari ad una annualità del canone, con obbligo di reintegrazione della medesima entro e non oltre trenta giorni nel caso in cui essa sia in tutto o in parte utilizzata.
6. Costituiscono causa di decadenza di diritto dall'autorizzazione: l'accertamento di gravi violazioni degli obblighi contrattuali; la cessione del contratto non autorizzata a norma dell'art. 11; la perdita dei requisiti ovvero l'accertamento del loro mancato possesso ai fini del rilascio dell'autorizzazione; la mancata costituzione o reintegrazione della cauzione, a norma del precedente comma 5; il mancato pagamento del canone per un importo pari ad un'annualità; l'accertata difformità dell'impianto o del mezzo dalle norme tecniche ovvero dalle specifiche di cui agli artt. 4, comma 3, e 12, comma 3.

7. In caso di decadenza a norma del precedente comma 6, ad eccezione di quella dichiarata per la perdita dei requisiti, il soggetto nei cui confronti viene dichiarata non è ammesso a partecipare per i cinque anni successivi a gara pubblica per esposizione pubblicitaria.
8. In fase di prima applicazione delle procedure di gara pubblica, il lotto degli impianti da mettere a gara per ciascuna sottozona di cui all'art. 19, comma 1, è costituito da tutti gli impianti autorizzabili sulla base dei Piani di cui all'art. 19 e che non risultino già autorizzati; la durata delle autorizzazioni conseguenti all'aggiudicazione delle gare non può essere superiore al termine di scadenza delle autorizzazioni rilasciate in applicazione del procedimento di riordino di cui alle deliberazioni del Consiglio Comunale n. 289/94 e n. 254/95.

ART. 8

Procedure per l'autorizzazione all'esposizione pubblicitaria con mezzi e su beni privati ovvero non di proprietà comunale

1. Al fine del rilascio delle autorizzazioni all'esposizione pubblicitaria con mezzi e su beni privati ovvero non di proprietà comunale, la domanda è presentata al competente ufficio dell'Amministrazione comunale centrale. Le domande sono esaminate nell'ordine cronologico di presentazione.
2. L'autorizzazione di cui al precedente comma 1 è negata o rilasciata entro e non oltre 90 giorni dalla ricezione della domanda. Decade di diritto qualora l'esposizione non avvenga entro 30 giorni dal rilascio ovvero in caso di mancato pagamento del canone per due rate, anche non consecutive.
3. Ai privati, richiedenti le autorizzazioni di cui al precedente comma 1, l'Amministrazione, sentito il Municipio territorialmente competente, che si esprime

entro 30 giorni dal ricevimento della richiesta di parere, prescrive gli interventi manutentivi degli impianti e mezzi autorizzati; valutate le esigenze specifiche, ai privati possono essere richiesti gli interventi di recupero, arredo, allestimento o miglioramento del decoro dell'area o sito privato visibile da luogo pubblico, di cui all'art. 7, comma 2, con riduzione fino alla metà del canone, come ivi previsto.

4. L'autorizzazione è rilasciata solo ove la richiesta risulti inoltre conforme al Piano di localizzazione. Alla presente fattispecie non si applica l'istituto del silenzio assenso di cui all'art.20 della L. 241/90 e s.m.i..
5. La domanda è presentata nei modi e con i contenuti seguenti:
 - A) è presentata al responsabile dell'ufficio centrale previo comunque parere del Municipio territorialmente competente. La domanda può essere presentata direttamente o tramite raccomandata postale con avviso di ricevimento, oppure in altra forma ammessa dalle disposizioni comunali;
 - B) è redatta conformemente al modello predisposto d'ufficio e in regola con le norme sull'imposta di bollo; essa contiene, in particolare, i seguenti dati:
 - a) generalità complete, residenza, domicilio fiscale, codice fiscale e partita IVA della persona fisica o del titolare dell'impresa individuale richiedente;
 - b) denominazione o ragione sociale, sede legale, codice fiscale e partita IVA dell'ente o della società richiedente, numero e data di iscrizione alla C.C.I.A.A., nonché generalità complete e residenza del legale rappresentante che sottoscrive la domanda;
 - c) ubicazione e delimitazione della parte di suolo oggetto della richiesta di esposizione pubblicitaria;
 - d) superficie ed estensione lineare dell'impianto o mezzo;
 - e) descrizione delle opere e degli impianti o mezzi;

- f) impegno ad osservare le norme legislative e regolamentari vigenti in materia e le prescrizioni specifiche contenute nell'atto di autorizzazione;
 - g) impegno a pagare il canone determinato nel provvedimento di autorizzazione, oltre agli eventuali oneri e spese procedurali e di sopralluogo, ove previste;
 - h) dichiarazione di avere preso visione del presente regolamento, in ogni sua parte;
 - i) ove il richiedente consenta, l'indicazione del recapito telefonico presso cui ricevere informazioni sullo stato del procedimento.
6. E' dichiarata non ricevibile la domanda priva degli elementi indispensabili per l'individuazione del soggetto richiedente, del luogo di installazione degli impianti o mezzi o della tipologia di installazione o collocazione che si intende realizzare.
7. In allegato alla domanda, sono prodotti i seguenti elaborati tecnico-amministrativi:
- a) consenso del proprietario del bene, con contestuale autorizzazione all'accesso agli organi e uffici dell'Amministrazione per qualsiasi intervento di competenza;
 - b) per gli impianti luminosi o illuminati, fotocopia del certificato C.C.I.A.A. dell'impresa costruttrice dell'impianto, con indicazione dell'abilitazione di cui all'art. 2 della legge 5 marzo 1990, n. 46. Tale attestazione è esibita successivamente all'esito favorevole dell'istruttoria tecnico-amministrativa e preventivamente alla formazione della determinazione dirigenziale di autorizzazione;
 - c) quattro copie dei seguenti elaborati:
 - 1) cartografia in scala 1:1000 di insieme, che consenta la localizzazione dell'impianto o mezzo;
 - 2) planimetria in scala 1:500 o 1:200, estesa ad un ambito longitudinale pari a metri 50 a monte ed a valle, comprensiva dell'intera carreggiata stradale, con l'indicazione della larghezza del marciapiede e con l'individuazione del punto

di installazione o collocazione del manufatto. Nel caso in cui il manufatto ricada su area privata, la planimetria dovrà essere corredata dell'indicazione della distanza intercorrente tra l'impianto o mezzo e le recinzioni contigue e/o angoli e/o incroci semaforici, nonché l'espressa indicazione dei metri quadrati dell'area privata scoperta;

- 3) disegni in scala 1:50 o 1:20 illustranti l'impianto pubblicitario, e relative strutture di sostegno;
- 4) dettagliata relazione da parte di tecnico abilitato sui lavori da eseguire, con la descrizione dei materiali posti in opera, dei colori, della quantità e dell'intensità delle luci e di ogni altro particolare che serva ad illustrare l'opera per la quale si richiede l'autorizzazione. Nella relazione dovrà essere attestata altresì la conformità della collocazione alle prescrizioni dei piani di cui all'art. 19 del presente regolamento.. Dovrà inoltre essere dichiarato che l'impianto non insiste su aree o edifici soggetti ai vincoli stabiliti dal D. Lgs. n. 42 del 2004, e successive modificazioni ed integrazioni, ovvero dovranno essere allegati i nulla - osta delle autorità competenti. La relazione dovrà concludersi con la dichiarazione che le opere richieste saranno realizzate nel rispetto delle norme di sicurezza al riguardo vigenti;
- 5) cinque fotografie a colori di formato centimetri 20 x 30, delle quali tre frontali e due panoramiche in posizione contrapposta rispetto all'ubicazione dell'impianto richiesto; tutte le fotografie devono contenere l'indicazione del punto di installazione del manufatto richiesto e sono sottoscritte da un tecnico abilitato;
- 6) nel caso di richiesta per impianti su terrazzi o pareti cieche, la documentazione tecnica di cui ai punti precedenti è integrata da un disegno, in scala 1:200, del prospetto del fabbricato, con lo studio unitario dell'impianto rapportato

all'intera superficie sopra cui l'impianto medesimo sarà collocato, in modo da riprodurre la situazione strutturale esatta dell'esposizione pubblicitaria in relazione al fabbricato sottostante, corredata da verifica statica e nomina del direttore dei lavori.

8. Gli elaborati potranno essere realizzati anche su un unico foglio e dovranno essere timbrati e sottoscritti dal progettista e dal direttore responsabile dei lavori quali tecnici regolarmente abilitati ed iscritti nei rispettivi albi professionali, nonché dal richiedente.

ART. 9

Esenzioni dal regime autorizzativo

1. Non sono sottoposte alla preventiva autorizzazione comunale: l'esposizione di pubblicità rivolta esclusivamente all'interno di luoghi aperti al pubblico, purché i mezzi non risultino visibili dall'esterno; la pubblicità eseguita con veicoli per uso privato; la pubblicità di giornali e periodici esposti sulle facciate esterne o vetrine o porte d'ingresso dei luoghi di vendita; la pubblicità comunque effettuata all'interno, sulle facciate esterne o sulle recinzioni dei locali di pubblico spettacolo e riferita alle rappresentazioni in programmazione; l'esposizione di locandine e di mezzi pubblicitari simili che avvenga all'interno degli esercizi commerciali o artigianali per la pubblicità temporanea di attività di terzi o proprie e non siano visibili dall'esterno; la pubblicità tramite manifestini e simili.
2. Dell'esposizione pubblicitaria effettuata con veicoli per uso privato e tramite manifestini e simili è data preventiva comunicazione al Municipio in cui essa si svolge, fatto salvo l'obbligo di pagamento del relativo canone.

ART. 10**Durata delle autorizzazioni e del rapporto di locazione**

1. Salvo quanto previsto dall'art. 7, comma 8 e dall'art. 34 c. 9 e 10, le autorizzazioni all'esposizione di pubblicità con mezzi privati e le locazioni di impianti e altri mezzi comunali al medesimo fine hanno durata pari a cinque anni rinnovabili per una sola volta per altri cinque anni; in ogni caso, non vi è obbligo, da parte del Comune, di disdetta o altra formalità alla scadenza del secondo quinquennio ed è esclusa ogni facoltà di proroga.

ART. 11**Cessione d'azienda o ramo d'azienda**

1. Alla cessione dell'azienda che eroga servizi di pubblicità, o di un ramo di essa, non consegue il trasferimento al cessionario delle relative autorizzazioni, né la successione nel rapporto di locazione di impianti di proprietà comunale. A tale fine il cessionario presenta apposita istanza di trasferimento, comprovando l'avvenuto trasferimento dell'azienda, o di un ramo di essa, mediante copia conforme dei relativi contratti muniti degli estremi della registrazione.
2. Non ha titolo, in ogni caso, al rilascio del provvedimento di trasferimento il cessionario inadempiente nei confronti del Comune nel pagamento dei canoni di pubblicità o dei corrispettivi dei rapporti di locazione di impianti pubblicitari, come pure nel caso di morosità del cedente, a meno che tali situazioni debitorie non siano sanate entro 30 giorni dalla data di presentazione dell'istanza di trasferimento.
3. Il provvedimento di trasferimento è, altresì, negato qualora il cedente o il cessionario non siano in possesso dei requisiti di cui all'art. 7, comma 3, ovvero siano decaduti di diritto da precedente contratto o abbiano installato o collocato abusivamente nel territorio del Comune impianti o altri mezzi pubblicitari di qualunque tipo o formato.

ART. 12**Obblighi del soggetto autorizzato.**

1. Il soggetto autorizzato ha l'obbligo di pagare i canoni dovuti nelle misure e secondo le modalità e i termini di cui all'art. 21 e seguenti.
2. Il soggetto autorizzato ha altresì l'obbligo di curare la tempestiva e perfetta manutenzione ordinaria e straordinaria dell'impianto o del mezzo pubblicitario, compresa quella che si renda necessaria per porzioni di edifici e di suolo direttamente o indirettamente danneggiati dall'esposizione autorizzata, nonché l'obbligo di ottemperare a quanto previsto dall'art. 7, comma 5, e di conformarsi a quanto eventualmente disposto a norma dell'art. 11.
3. L'esposizione della pubblicità su impianti e mezzi privati deve essere altresì conforme alle caratteristiche estetiche e costruttive e ai materiali corrispondenti alle specifiche recate dalla deliberazione della Giunta Comunale di cui all'art. 19, comma 1bis. Ove l'autorizzazione sia vigente alla data di entrata in vigore del predetto Piano, il soggetto autorizzato ha 120 giorni di tempo dall'entrata in vigore del Piano suddetto o delle sue eventuali modifiche successive per eseguire l'adeguamento.
4. In deroga a quanto disposto dal precedente comma 3, le insegne installate prima dell'entrata in vigore della legge n. 1089/39, tuttora esposte o comunque ripristinabili sulla base di idonea ed esauriente documentazione di carattere storico, anche fotografico, possono essere mantenute in difformità alle predette caratteristiche.

CAPO III

Pubbliche affissioni

ART. 13

Finalità e titolarità del servizio delle pubbliche affissioni

1. Il servizio delle pubbliche affissioni assicura l'affissione, a cura del Comune, sugli appositi impianti a ciò destinati, dei manifesti contenenti comunicazioni aventi finalità istituzionali, sociali o comunque prive di rilevanza economica ovvero di messaggi diffusi nell'esercizio di attività economiche.

ART. 14

Modalità per le pubbliche affissioni

1. Le pubbliche affissioni sono eseguite secondo l'ordine di precedenza risultante dalla data di ricevimento della commissione corredata dal relativo pagamento. Il materiale da affiggere è consegnato negli orari di apertura al pubblico almeno quattro giorni prima della data prevista di inizio dell'affissione. Nei casi di urgenza, si applicano al diritto sulle pubbliche affissioni le maggiorazioni di cui al successivo comma 9.
2. La durata dell'affissione decorre dal giorno in cui è stata eseguita al completo; il giorno successivo, su richiesta del committente, il Comune mette a sua disposizione l'elenco delle posizioni utilizzate con l'indicazione dei quantitativi affissi.
3. Il ritardo nell'esecuzione delle affissioni, causato dalle avverse condizioni atmosferiche, ovvero da quanto previsto al successivo comma 5, si considera caso di forza maggiore. Qualora il ritardo sia superiore a 10 giorni dalla data richiesta, il Comune ne dà tempestiva comunicazione per iscritto al committente.
4. La mancanza di spazi disponibili che impedisca l'affissione richiesta è comunicata per iscritto entro 10 giorni dalla richiesta del servizio stesso.

5. Nei casi in cui al precedente comma 4, al fine di garantire il servizio delle pubbliche affissioni, limitatamente alle richieste presentate da uffici dell'Amministrazione comunale per attività istituzionali del Comune stesso, si dà corso all'affissione con precedenza sulla pubblicità commerciale, qualora sussistano motivi di urgenza a tutela della collettività ovvero sia imminente la scadenza di termini; in caso diverso, si dà corso all'affissione, a scelta del richiedente, con il differimento della data di inizio dell'affissione richiesta o in zona diversa e più estesa rispetto a quella inizialmente richiesta.
6. Nei casi di cui ai precedenti commi 3 e 4, il committente può recedere dalla commissione senza alcun onere a suo carico ed il Comune è tenuto al rimborso della somma versata entro 90 giorni.
7. Il committente ha facoltà di annullare la richiesta di affissione prima che venga eseguita, con diritto del Comune di ritenere in ogni caso la metà della somma versata.
8. Il Comune ha l'obbligo di sostituire gratuitamente i manifesti strappati o comunque deteriorati e, qualora non disponga di altri esemplari dei manifesti da sostituire, ne dà tempestiva comunicazione entro e non oltre 7 giorni al richiedente mantenendo nel frattempo a sua disposizione i relativi spazi.
9. Per le affissioni richieste per il medesimo giorno in cui è consegnato il materiale da affiggere, od entro i due giorni successivi se si tratti di manifesti di contenuto commerciale, è dovuta la maggiorazione del 10 per cento del diritto, con un minimo di euro 25 per ciascuna commissione.
10. Presso gli uffici comunali competenti sono esposti, per la pubblica consultazione, le tariffe del servizio, l'elenco degli spazi destinati alle pubbliche affissioni, con l'indicazione delle categorie alle quali detti spazi appartengono, ed il registro cronologico delle commissioni.

ART. 15**Diritto sulle pubbliche affissioni - Maggiorazioni**

1. Per l'esecuzione delle pubbliche affissioni è dovuto al Comune, in solido da chi richiede il servizio e dal soggetto nell'interesse del quale il servizio è richiesto, un diritto comprensivo di ogni altro onere riguardante la pubblicità.
2. La misura del diritto sulle pubbliche affissioni, per ciascun foglio di dimensione fino a centimetri 70 x 100, è, per i primi 10 giorni, di euro 1,74 e, per ogni periodo successivo di 5 giorni o frazione, con maggiorazione di euro 0,52.
3. Per ogni commissione inferiore a 50 fogli, il diritto è maggiorato del 50 per cento.
4. Per i manifesti costituiti da 8 fino a 12 fogli, il diritto è maggiorato del 50 per cento; per quelli costituiti da più di 12 fogli, il diritto è maggiorato del 100 per cento.
5. Il committente, qualora richieda espressamente che l'affissione sia eseguita in determinati spazi da lui prescelti, è tenuto a corrispondere una maggiorazione del 100 per cento del diritto.
6. Il pagamento del diritto sulle pubbliche affissioni è eseguito contestualmente alla richiesta del servizio secondo le modalità di cui all'art. 14.
7. Il Comune definisce il periodo stagionale di cui all'art. 3, comma 6, del decreto legislativo n. 507/93 nei mesi decorrenti dal 1° marzo al 30 giugno di ciascun anno. Per tale periodo è dovuta per la sola affissione a carattere commerciale una maggiorazione del 50 per cento del diritto.

ART. 16

Riduzione del diritto

1. Il diritto sulle pubbliche affissioni è ridotto alla metà:
 - a) per i manifesti riguardanti in via esclusiva lo Stato e gli enti pubblici territoriali e che non rientrano nei casi per i quali è prevista l'esenzione;
 - b) per i manifesti di comitati, fondazioni e associazioni di cui all'art. 87, comma 1, lett. c), del Testo unico delle imposte sul reddito;
 - c) per i manifesti relativi ad attività politiche, sindacali e di categoria, sportive, filantropiche e religiose, da chiunque realizzate, con il patrocinio o la partecipazione degli enti pubblici territoriali;
 - d) per i manifesti relativi a festeggiamenti patriottici, religiosi, a spettacoli viaggianti e di beneficenza;
 - e) per gli annunci mortuari.

2. Le riduzioni previste non si applicano nell'ipotesi in cui i manifesti pubblicitari contengano, oltre ai messaggi relativi alle iniziative da pubblicizzare, anche l'indicazione di persone o imprese che hanno contribuito all'organizzazione dell'iniziativa stessa e abbiano natura commerciale o comunque scopo di lucro.

3. Si applica la riduzione al 50 per cento del diritto, pur in presenza di sponsor, il quale resta tenuto al pagamento, qualora la richiesta di affissione sia presentata da uffici dell'Amministrazione comunale per attività istituzionali del Comune stesso.

ART. 17

Esenzioni dal diritto

1. Sono esenti dal diritto sulle pubbliche affissioni:
 - a) i manifesti riguardanti le attività istituzionali del Comune da esso svolte in via esclusiva, esposti nell'ambito del proprio territorio;
 - b) i manifesti delle autorità militari relativi alle iscrizioni nelle liste di leva, alla chiamata ed ai richiami alle armi;
 - c) i manifesti dello Stato, delle regioni e delle province in materia di tributi;
 - d) i manifesti delle autorità di polizia in materia di pubblica sicurezza;
 - e) i manifesti relativi ad adempimenti di legge in materia di referendum, elezioni politiche, per il parlamento europeo, regionali, amministrative;
 - f) ogni altro manifesto la cui affissione sia obbligatoria per legge e, in tal caso, il richiedente è tenuto ad indicare la disposizione che prevede tale obbligatorietà;
 - g) i manifesti concernenti corsi scolastici e professionali gratuiti regolarmente autorizzati.

CAPO IV

Norme per la collocazione degli impianti e dei mezzi pubblicitari

Strumenti di pianificazione

ART. 18

Divieti di collocazione dei mezzi pubblicitari

1. E' vietata la collocazione di impianti e mezzi pubblicitari nei seguenti siti:
 - a) muraglioni e rive del Tevere;
 - b) arenili;
 - c) ville e parchi, ad eccezione degli impianti e dei mezzi di informazione di proprietà del Comune di cui all'art. 20, comma 1, lett. E), punto 4), lettera f);

- d) Lungotevere lato Tevere, ad eccezione degli impianti di proprietà comunale recanti comunicazione istituzionale;
 - e) a meno di cinquanta metri da ambedue i lati delle Mura Aureliane e dagli acquedotti storici;
 - f) a meno di cinquanta metri dalle mura cimiteriali;
 - g) sulle chiusure degli immobili e dei locali.
2. La collocazione di impianti e mezzi pubblicitari è anche vietata nella zona definita dal Piano generale del traffico urbano, di cui alla deliberazione del Consiglio Comunale n. 84 del 28 giugno 1999 (d'ora in avanti indicato come PGTU), come “zona a traffico limitato” (ZTL), ad eccezione di quelli di proprietà comunale per pubbliche affissioni recanti comunicazione istituzionale, dei componenti e complementi di arredo urbano di cui all'art. 20, comma 1, lett. E), e dei mezzi di cui all'art. 4, comma 1, lett. e), f), i) ed n).

ART. 19

Piano regolatore e Piani di localizzazione degli impianti e dei mezzi pubblicitari

1. Il Piano regolatore degli impianti e dei mezzi pubblicitari è redatto secondo i criteri di cui all'art. 20 ed è approvato dal Consiglio Comunale, previo parere dei Municipi. Il Piano: applica i criteri di cui all'art. 20 per ciascuna area omogenea del territorio comunale, di cui al medesimo art. 20, comma 1, lett. A); suddivide, ai fini di cui all'art. 7, comma 2, il territorio comunale in dieci sottozone, una delle quali coincidente con la predetta “zona a traffico limitato” e le altre tali da ricomprendere, per quanto tecnicamente possibile in modo equilibrato, le diverse “aree omogenee” e tipologie stradali di cui all'art. 20, comma 1, lett. A) e B). Il Piano può essere sottoposto all'approvazione del Consiglio Comunale anche per singole sottozone.

1bis Le norme tecniche, di cui all'art. 4, comma 3, e le specifiche di cui all'art. 12, comma 3 del presente regolamento sono approvate con deliberazione della Giunta Comunale entro 90 giorni dall'entrata in vigore del presente regolamento. Con riferimento alle specifiche di cui all'art. 12, comma 3 la Giunta si atterrà ai seguenti criteri: l'installazione degli impianti è effettuata in conformità alle norme di sicurezza vigenti; i materiali utilizzati devono essere non deteriorabili, di alta resistenza e solidità e la struttura deve essere preferibilmente metallica; i supporti di sostegno devono risultare di adeguata sezione e di minimo ingombro ed infissi nel terreno per una profondità tale da garantirne la necessaria stabilità; il pannello espositivo è realizzato con un supporto che ne garantisce la rigidità.

I piani di localizzazione sono approvati dalla Giunta, sentito il parere dei Municipi.

ART. 20

Criteri per la redazione del Piano regolatore degli impianti e dei mezzi pubblicitari

1. Il Piano regolatore degli impianti e dei mezzi pubblicitari del territorio comunale si conforma ai seguenti criteri:

A) CLASSIFICAZIONE DEL TERRITORIO

Il territorio comunale è classificato, in funzione delle esigenze di qualificazione e di tutela ambientale, nelle seguenti aree omogenee, come individuate nella Tav. 1 allegata al presente regolamento, nel rispetto del nuovo Piano regolatore generale, di cui alle deliberazioni del Consiglio Comunale n. 33 del 20 marzo 2003 e n. 64 del 20 marzo 2006:

- la città storica;
- la città consolidata;

- la città da ristrutturare;
- la città della trasformazione;
- il territorio non urbanizzato.

B) CLASSIFICAZIONE DELLA RETE STRADALE

La rete stradale è classificata secondo il PGTU, come rappresentata nella Tav. 2A allegata al presente regolamento; in mancanza di detta classificazione, si applicano, ai fini del Piano regolatore degli impianti e dei mezzi pubblicitari, i criteri del PGTU comparati al sistema della viabilità definito dal nuovo Piano regolatore generale, di cui alle citate deliberazioni del Consiglio Comunale, secondo la rappresentazione della Tav. 2B allegata al presente regolamento, ad esclusione della rete autostradale.

C) MODALITA' DI PROGETTAZIONE DELL'ESPOSIZIONE PUBBLICITARIA

Sono adottate le seguenti modalità di progettazione dell'esposizione pubblicitaria:

- 1) unitaria: volta a rendere compatibile l'esposizione pubblicitaria con le caratteristiche storiche, architettoniche e ambientali di particolari siti della Città. Essa è subordinata, ove previsto, al consenso delle Soprintendenze statali e degli altri enti tutori individuati dalle norme vigenti. I progetti sono redatti con specifica attenzione all'inserimento o interferenza della pubblicità sul singolo sito, nonché al coordinamento degli impianti e dei mezzi reciprocamente e con il contesto urbano. L'indice massimo di affollamento di cui alla lettera D) non potrà, in tali casi, essere superiore al 50 per cento dell'indice massimo di affollamento prescritto per la progettazione regolamentata nella medesima area omogenea, ad eccezione della ZTL, nella quale il suddetto indice massimo è pari al 60 per cento;
- 2) regolamentata: volta, nei casi in cui non si ricorra a progettazione unitaria, ad attribuire quantità di superficie pubblicitaria predeterminata mediante l'applicazione degli indici di affollamento di cui alla lettera D).

D) INDICI DI AFFOLLAMENTO

Gli indici di affollamento esprimono il rapporto fra lo sviluppo lineare totale degli impianti, con riferimento a ciascuna faccia espositiva, e lo sviluppo lineare della strada; ai fini dell'individuazione della superficie espositiva complessiva, il valore dello sviluppo lineare totale è moltiplicato per 2. Gli indici sono altresì stabiliti in rapporto alla suddivisione del territorio comunale nelle aree omogenee di cui alla lettera A) e alle caratteristiche tecniche della rete stradale di cui alla lettera B), limitatamente alle strade individuate al successivo comma 2. Per le strade delimitate da due diverse aree omogenee l'indice di affollamento è calcolato con la media aritmetica degli indici di affollamento delle rispettive aree omogenee. Se la strada è adiacente ad un'area vincolata, da una parte, e ad una delle aree omogenee, dall'altra, prevale la modalità della progettazione unitaria. Nelle strade locali è previsto l'inserimento di componenti e/o complementi di arredo urbano, di cui alla lettera E).

Nell'ambito dei Piani di localizzazione potrà essere distribuita fino al 30 per cento della superficie espositiva lungo viabilità diversa e immediatamente adiacente a quella stabilita dal Piano regolatore degli impianti e dei mezzi pubblicitari, secondo criteri specifici di ottimizzazione dell'esposizione pubblicitaria.

E) USO DI COMPONENTI E COMPLEMENTI DI ARREDO URBANO

La pubblicità può essere esposta nei seguenti componenti e complementi di arredo urbano:

- 1) le pensiline e paline del servizio di trasporto pubblico urbano ed extraurbano;
- 2) i contenitori di rifiuti solidi urbani, limitatamente ad un'unica esposizione pubblicitaria, per ciascuno, non inferiore alla metà della superficie complessiva del

contenitore, con esclusione di affissioni di manifesti e di applicazione di pannelli e simili;

- 3) le edicole delle rivendite di giornali e i banchi fissi per il commercio, che siano collocati nei mercati rionali, nonché i perimetri esterni dei mercati medesimi, secondo le modalità tecniche stabilite di concerto con le associazioni maggiormente rappresentative di categoria e, comunque, nei limiti massimi di superficie di cui alla lett. F);
- 4) nei seguenti impianti di pubblica utilità e di servizio pubblico conformemente alle prescrizioni di dettaglio fissate con provvedimento deliberativo della Giunta in pendenza di approvazione dei piani:
 - a) transenne parapetonali, anche in sequenza fra loro, ove non in contrasto con il codice della strada, a condizione che siano distanziate almeno di 1 metro l'una dall'altra e di formato non superiore a metri 1.00x0.70;
 - b) paline con orologio, purché il pannello informativo non superi la dimensione di metri 1.00 x 0.70;
 - c) indicatori di parcheggio, esclusivamente alle entrate e uscite di ciascuna area di parcheggio;
 - d) paline con indicatori di farmacia, in numero non superiore a due per farmacia, con indicazione dell'esatta localizzazione della medesima e a non più di metri 100 dalla farmacia da essi localizzata;
 - e) "cascopark", nel limite di un impianto di ingombro non superiore a metri 1,00 x 1,40;
 - f) impianti e altri mezzi di informazione turistica e viaria di proprietà del Comune;
 - g) altri impianti di servizio di cui all'art. 47, comma 7, del decreto del Presidente della Repubblica n. 495/92;

h) servizi igienici pubblici.

F) TIPI E FORMATI AMMESSI

Le caratteristiche tipologiche ed i formati ammessi sono i seguenti, esprimendo il primo numero la base, il secondo l'altezza dell'impianto o mezzo:

1) Formati pittorici, anche luminosi, e per affissione diretta e "SPQR":

- a) metri 0.70 x 1.00 e 1.00 x 0.70;
- b) metri 0.90 x 0.90;
- c) metri 1.00 x 1.00;
- d) metri 1.00 x 1.40;
- e) metri 1.40 x 2.00;
- f) metri 3.00 x 2.00;
- g) metri 4.00 x 3.00.

2) Formati consentiti soltanto per impianti "SPQR":

- a) metri 2.50 x 1.50;
- b) metri 3.00 x 1.40.
- c) metri 2.00 x 2.00

Non sono soggetti a limiti predeterminati di formato gli impianti indicati all'art.4 c. 1 lettera q), nel rispetto delle prescrizioni tecniche e di sicurezza stabilite a norma dell'art. 19, comma 1bis e negli atti di autorizzazione, nonché i mezzi di trasporto di linea del servizio pubblico locale.

Relativamente a mezzi ed impianti di cui all'art. 4 comma 1 lettera i), fermi restando i criteri applicativi di cui alla deliberazione G.C. n. 37/03, integrata dalla deliberazione G.C. n. 262/03 e alla deliberazione G.C. n. 373/04, l'esposizione pubblicitaria non può superare i 6 mesi su edifici di proprietà di privati.

Sugli impianti di cui all'art. 4 comma 1 lettera i) non è consentita apposizione di messaggi aventi carattere politico ed elettorale.

Le autorizzazioni su ponteggi e recinzioni di cantiere sono comunque subordinate al parere della Commissione prevista dalla deliberazione n. 37/03.

Il divieto di impiegare formati diversi da quelli di cui ai nn. 1) e 2) della presente lettera opera a decorrere dall'entrata in vigore del presente regolamento, con conseguente obbligo di adeguamento dei formati non conformi, fatto salvo quanto disposto dall'art. 34, commi 1 e 2.

3) Impianti di pubblica utilità: sono definiti dal Piano regolatore degli impianti e dei mezzi pubblicitari.

4) Impianti speciali: nei casi di progettazione unitaria, l'Amministrazione può ammettere formati diversi da quelli di cui al n. 1), purché entro i medesimi limiti massimi di ingombro.

2. I criteri di cui al precedente comma 1 sono applicati alle aree omogenee con le seguenti modalità:

A) CITTA' STORICA

1) Progettazione unitaria

Si applica all'area centrale definita dal PGTU come "zona a traffico limitato" (ZTL), ai "salotti della Città" di cui alla deliberazione del Consiglio Comunale n. 104 del 23 giugno 2003 e ad altri luoghi ed edifici tutelati.

2) Progettazione regolamentata

Si applica nel territorio non compreso nei progetti unitari; gli indici massimi di affollamento degli impianti sono così determinati in relazione alla seguente classificazione stradale:

- Strade IQ: indice di affollamento del 25%
- Strade Q/IZ: indice di affollamento del 20%.

B) CITTA' CONSOLIDATA

1) Progettazione unitaria

Si applica nei luoghi ed edifici tutelati e nei “salotti della Città”.

2) Progettazione regolamentata

Gli indici massimi di affollamento degli impianti sono così determinati in relazione alla seguente classificazione stradale:

- Strade IQ: indice di affollamento del 30%
- Strade Q/IZ: indice di affollamento 25%.

C) CITTA' DA RISTRUTTURARE

1) Progettazione unitaria

Si applica nei luoghi ed edifici tutelati e nei “salotti della Città”.

2) Progettazione regolamentata

Gli indici massimi di affollamento degli impianti sono così determinati in relazione alla seguente classificazione stradale:

- Strade IQ: indice di affollamento del 35%
- Strade Q/IZ: indice di affollamento del 30%.

D) CITTA' DELLA TRASFORMAZIONE

1) Progettazione unitaria

Si applica nei luoghi ed edifici tutelati, nonché all’interno delle centralità metropolitane e delle centralità locali con ruolo di riferimento, identità insediative e polarizzazione nell’organizzazione metropolitana prevista.

2) Progettazione regolamentata

Gli indici massimi di affollamento degli impianti sono così determinati in relazione alla seguente classificazione stradale:

- Strade IQ: indice di affollamento del 40%
- Strade Q/IZ: indice di affollamento del 35%.

Nei nuovi insediamenti sarà possibile introdurre, ai fini della progettazione e d’intesa con l’Amministrazione centrale, elementi innovativi riguardanti le

caratteristiche tipologiche e tecnico-ambientali degli impianti stessi recate dalla deliberazione di cui all'art. 19, comma 1 bis.

E) TERRITORIO NON URBANIZZATO

Sulla viabilità al di fuori del centro abitato si prevede la possibilità di inserimento di impianti per metri quadrati 24 ogni 100 metri lineari per ogni senso di marcia, ove non ricorrano i presupposti per l'applicazione della progettazione unitaria.

Nelle zone di cui alle lettere A), B), C) e D), nelle porzioni di territorio soggette a progettazione regolamentata, nelle strade a scorrimento veloce l'indice di affollamento è determinato nella misura massima del 10%.

CAPO V

Canone a tariffa

ART. 21

Applicazione del canone a tariffa per l'esposizione della pubblicità

1. Le iniziative pubblicitarie, diverse da quelle assoggettate al diritto sulle pubbliche affissioni, sono soggette al canone sulla pubblicità, secondo le modalità di cui al presente articolo e successivi.
2. La pubblicità effettuata su impianti di proprietà comunale o dati in godimento al Comune è soggetta al pagamento del canone di locazione, il quale ultimo, ove non risultante dalle procedure di gara di cui all'art. 7, comma 2, è determinato con deliberazione della Giunta Comunale.

ART. 22**Soggetto passivo**

1. E' tenuto al pagamento del canone sulla pubblicità, in via principale, il soggetto titolare dell'autorizzazione di cui agli artt. 7 e 8.
2. L'installazione in difetto di autorizzazione, ad eccezione dei casi previsti dal presente regolamento, è abusiva a tutti gli effetti.

In tali casi è tenuto al pagamento del canone colui che dispone a qualsiasi titolo del mezzo attraverso il quale il messaggio pubblicitario viene diffuso.

3. E' solidalmente obbligato al pagamento del canone colui che produce o vende la merce o fornisce i servizi oggetto della pubblicità.
4. Tutte le concessioni e autorizzazioni in corso alla data di entrata in vigore del presente regolamento si intendono convertite, senza necessità di richiesta, nell'autorizzazione di cui all'art. 1. I titolari di tale autorizzazione sono soggetti pertanto, con la medesima decorrenza, al pagamento del canone sulla pubblicità di cui all'art. 21 e seguenti.

ART. 23**Modalità di applicazione del canone**

1. Salvo quanto diversamente previsto dagli articoli seguenti, il canone sulla pubblicità si determina in base alla superficie della minima figura piana geometrica regolare in cui è circoscritto il mezzo pubblicitario indipendentemente dal numero, dalla dimensione e dalla durata dei messaggi in esso contenuti o da esso veicolati nel corso di ciascun periodo di prelievo. Il canone si determina in base alla superficie espositiva autorizzata tenuto conto del maggiore o minore impatto ambientale del mezzo in relazione alla collocazione, alle caratteristiche e con particolare riferimento all'illuminazione;

2. Le superfici inferiori ad un metro quadrato si arrotondano per eccesso al metro quadrato e le frazioni di esso, oltre il primo, al mezzo metro quadrato superiore; non si fa luogo ad applicazione del canone per superfici inferiori a trecento centimetri quadrati.
3. Per i mezzi pubblicitari bifacciali il canone è calcolato separatamente sulla superficie di ciascuna facciata, arrotondata a norma del precedente comma 2.
4. Per i mezzi pubblicitari polifacciali il canone è calcolato in base alla superficie complessiva adibita alla pubblicità, arrotondata a norma del precedente comma 2.
5. 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, arrotondata a norma del precedente comma 2.
6. I festoni di bandierine e simili collocati in connessione tra loro si considerano, agli effetti del calcolo della superficie, come un unico mezzo pubblicitario.
7. Le maggiorazioni del canone a qualunque titolo previste sono cumulabili.
8. L'eventuale diminuzione della superficie espositiva utilizzata, rispetto a quella autorizzata, eseguita dal titolare successivamente all'installazione dell'impianto o alla collocazione del mezzo pubblicitario e senza che sia intervenuta una nuova autorizzazione, non comporta diminuzione del canone.
9. L'aumento della superficie espositiva, rispetto a quella autorizzata, eseguita dal titolare senza autorizzazione, obbliga al pagamento del maggior canone corrispondente alla superficie effettivamente utilizzata, oltre alle indennità ed agli oneri accessori previsti per l'esposizione abusiva di pubblicità. Rimane salvo, in ogni caso, il potere del Comune in materia di rimozione dell'impianto o mezzo pubblicitario.

ART. 24**Criteri per la determinazione del canone**

1. Le tariffe di base del canone sulla pubblicità sono stabilite annualmente con deliberazione del Consiglio Comunale da adottarsi entro i termini previsti dalle norme legislative vigenti. In mancanza della predetta deliberazione, restano confermate per ciascun anno le tariffe in vigore per l'anno precedente.
2. Le tariffe suddette sono stabilite in conformità ai criteri previsti dall'art. 62 del decreto legislativo n. 446/97, differenziate in ragione della classificazione del territorio comunale e delle modalità di progettazione di cui all'art. 20. Esse sono maggiorate o ridotte secondo i criteri previsti dall'art. 25 e seguenti.

ART. 25**Canone per la pubblicità ordinaria**

1. Per pubblicità ordinaria si intende quella eseguita con qualsiasi mezzo non espressamente previsto dai successivi articoli. La relativa tariffa è approvata con la deliberazione del Consiglio Comunale di cui all'art. 24, comma 1.
2. Per i mezzi pubblicitari installati o collocati per periodi non superiori a tre mesi, la tariffa applicabile per ogni mese o frazione è pari a un decimo della tariffa annuale. Per periodi superiori a tre mesi e fino a un anno, si applica in ogni caso la tariffa annuale, salvo il caso di rimozione anticipata dell'impianto disposta dall'Amministrazione comunale.
3. Per la pubblicità di cui ai commi precedenti che abbia superficie compresa tra metri quadrati 5,5 e 8,5 la tariffa è maggiorata del 50 per cento; per quella di superficie superiore a metri quadrati 8,5 la maggiorazione è del 100 per cento; per la pubblicità esposta su teli per ponteggi si applica la maggiorazione del 200 per cento.

ART. 26**Canone per la pubblicità effettuata con veicoli**

1. Per la pubblicità visiva eseguita per conto proprio o altrui all'interno e all'esterno di veicoli in genere, di vetture autofilotranviarie, battelli, barche e simili, di uso pubblico o privato, è dovuto il canone sulla pubblicità in base alla superficie espositiva complessiva per ciascun veicolo nella misura e con le modalità previste dalle disposizioni precedenti; per la pubblicità eseguita all'esterno dei veicoli suddetti sono dovute le maggiorazioni di cui all'art. 25, comma 3.
2. Per i veicoli adibiti ad uso pubblico il canone è dovuto dai soggetti titolari della relativa autorizzazione rilasciata dal Comune; per i veicoli adibiti ad uso privato il canone è dovuto dai proprietari dei veicoli che abbiano la residenza anagrafica o la sede nel Comune di Roma.
3. Per la pubblicità eseguita per conto proprio su veicoli di proprietà dell'impresa o adibiti ai trasporti per conto della medesima, il canone è dovuto per anno solare al Comune, se l'impresa stessa o qualsiasi altra sua dipendenza ha sede nel territorio comunale, ovvero se gli agenti o i mandatari, che hanno in dotazione detti veicoli alla data del 1° gennaio di ciascun anno, o a quella successiva di immatricolazione, hanno il proprio domicilio nel Comune di Roma. Per i veicoli circolanti con rimorchio la tariffa è raddoppiata.
4. Per i veicoli di cui al precedente comma 3, il canone non è dovuto per l'indicazione del marchio, della ragione sociale, dell'indirizzo e dei recapiti telefonici dell'impresa, purché tale indicazione sia apposta non più di due volte e ciascuna iscrizione non sia di superficie superiore a mezzo metro quadrato.
5. Il canone non è dovuto altresì per l'indicazione, sui veicoli utilizzati per il trasporto, della ditta, dell'indirizzo e dei recapiti telefonici dell'impresa che esegue l'attività di trasporto, anche per conto terzi, limitatamente alla sola superficie utile occupata da tali indicazioni.

6. E' fatto obbligo di conservare l'attestazione dell'avvenuto pagamento del canone e di esibirla a richiesta degli agenti autorizzati.

ART. 27

Canone per la pubblicità effettuata con pannelli luminosi e proiezioni

1. Per la pubblicità eseguita per conto altrui con insegne, pannelli o altre analoghe strutture caratterizzate dall'impiego di diodi luminosi, lampadine e simili mediante controllo del messaggio o la sua visione in forma intermittente, lampeggiante o simile, si applica il canone, indipendentemente dal numero dei messaggi, per metro quadrato di superficie e per anno solare. La relativa tariffa è approvata con la deliberazione del Consiglio Comunale di cui all'art. 24, comma 1.
2. La tariffa applicabile alla pubblicità di cui al precedente comma 1, per periodi non superiori a tre mesi, è pari a un decimo della tariffa annuale per ogni mese o frazione. Per periodi superiori a tre mesi, e fino ad un anno, si applica in ogni caso la tariffa annuale.
3. Per la pubblicità prevista dai precedenti commi 1 e 2, eseguita per conto proprio dall'impresa, il canone si applica in misura pari alla metà delle rispettive tariffe.
4. Per la pubblicità realizzata in luoghi pubblici o aperti al pubblico attraverso diapositive, proiezioni luminose o cinematografiche effettuate su schermi o pareti riflettenti, si applica il canone per ogni giorno, indipendentemente dal numero dei messaggi e dalla superficie adibita alla proiezione. La relativa tariffa è approvata con la deliberazione del Consiglio Comunale di cui all'art. 24, comma 1.
5. Qualora la pubblicità di cui al precedente comma 4 abbia durata superiore a 30 giorni, dopo tale periodo si applica una tariffa giornaliera pari alla metà di quella ivi prevista.

ART. 28**Canoni per pubblicità varia**

1. Per la pubblicità eseguita con striscioni o altri mezzi simili, che attraversano strade o piazze, e nei limiti temporali previsti dall'art. 34, comma 2, la tariffa, per ciascun metro quadrato e per ogni periodo di esposizione di 15 giorni o frazione, è pari a quella prevista per la pubblicità ordinaria di cui all'art. 25, comma 1.
2. Per la pubblicità eseguita con palloni frenati e simili si applica l'apposita tariffa, approvata con la deliberazione del Consiglio Comunale di cui all'art. 24, comma 1.
3. Per la pubblicità eseguita mediante distribuzione di manifestini o di altro materiale pubblicitario, oppure mediante persone circolanti con cartelli o altri mezzi pubblicitari, è dovuto il canone per ciascuna persona impiegata e per ogni giorno o frazione, indipendentemente dalla misura dei mezzi pubblicitari o dalla quantità di materiale distribuito. Si applica la tariffa approvata dal Consiglio Comunale, ai sensi dell'art. 24, comma 1.

ART. 29**Riduzioni ed esenzioni dal pagamento del canone**

1. Sono esenti dal pagamento del canone, fermo restando quanto previsto in materia di autorizzazioni e ad eccezione delle insegne:
 - a) la pubblicità realizzata all'interno dei locali adibiti alla vendita di beni o alla prestazione di servizi quando si riferisca all'attività negli stessi esercitata, nonché i mezzi pubblicitari esposti nelle vetrine e sulle porte di ingresso dei locali medesimi,

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;

- 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 esclusivamente all'attività svolta e quelli riguardanti la localizzazione e l'utilizzazione dei servizi di pubblica utilità, che non superino la superficie di mezzo metro quadrato; gli avvisi al pubblico riguardanti la locazione o la compravendita degli immobili, sulle porte di accesso dei quali possono essere esclusivamente affissi, purché di superficie non superiore ad un quarto di metro quadrato;
- c) la pubblicità comunque eseguita all'interno, sulle facciate esterne o sulle recinzioni dei locali di pubblico spettacolo, qualora si riferisca alle rappresentazioni in programmazione;
- d) la pubblicità relativa ai giornali ed alle pubblicazioni periodiche, se esposta sulle sole facciate esterne delle edicole o nelle vetrine o sulle porte di ingresso dei negozi ove si esegue la vendita;
- e) la pubblicità esposta all'interno delle stazioni dei servizi di trasporto pubblici di ogni tipo inerente 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 contengano informazioni relative alle modalità di esecuzione del servizio;
- f) la pubblicità esposta all'interno delle vetture ferroviarie, degli aerei e delle navi, ad eccezione dei battelli e delle barche e simili di cui all'art. 26, comma 1;
- g) la pubblicità comunque effettuata in via esclusiva dallo Stato e dagli enti pubblici territoriali;

h) le iniziative non aventi finalità commerciale eseguite da comitati, fondazioni e associazioni senza fine di lucro, partiti e movimenti politici, sindacati e associazioni di categoria, chiese e confessioni religiose.

2. Sono altresì esenti dal pagamento del canone:

a) le insegne, le targhe e simili apposte per l'individuazione delle sedi di comitati, associazioni, fondazioni ed ogni altro ente che non persegua scopo di lucro, purché non superino la superficie complessiva di mezzo metro quadrato;

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

3. In applicazione dell'art. 10, comma 1, della legge 28 dicembre 2001, n. 448, il canone non è dovuto per le insegne di esercizio di attività commerciali e di produzione di beni o servizi che contraddistinguono la sede ove si svolge l'attività cui si riferiscono, di superficie complessiva fino a 5 metri quadrati.

4. Agli spettacoli viaggianti si applica la tariffa ridotta alla metà.

5. La tariffa per i mezzi pubblicitari installati su beni privati è determinata nella misura pari a due terzi di quella stabilita per gli analoghi mezzi pubblicitari installati su beni pubblici.

6. La tariffa è ridotta fino alla metà, senza applicazione di maggiorazioni, nel caso previsto dall'art. 7, comma 2, ultimo periodo.

ART. 30**Pagamento e rimborso del canone**

1. Il canone è dovuto per le fattispecie previste dagli articoli 25 e seguenti per anno solare di riferimento cui corrisponde un'autonoma obbligazione. Per le altre fattispecie il periodo è quello specificato nelle relative disposizioni.
2. Il pagamento del canone è eseguito mediante versamento a mezzo di conto corrente postale intestato al Comune ovvero direttamente presso le Tesorerie comunali. L'attestazione dell'avvenuto pagamento è conservata per poter essere esibita a richiesta degli uffici comunali preposti ai controlli e agli accertamenti.
3. Per autorizzazioni relative a periodi inferiori all'anno solare il canone è corrisposto in un'unica soluzione; per autorizzazioni annuali il soggetto obbligato può corrispondere il canone in quattro rate trimestrali, qualora sia di importo superiore a 1.500 euro. Fatta salva ogni diversa disposizione adottata con atto dirigenziale motivato, il termine ultimo di pagamento delle rate è rispettivamente fissato all'ultimo giorno dei mesi di gennaio, aprile, luglio e ottobre.
4. La riscossione coattiva del canone si effettua mediante iscrizione a ruolo, secondo le disposizioni del decreto del Presidente della Repubblica 29 settembre 1973, n. 602, e del decreto legislativo 13 aprile 1999, n. 112, e loro successive modificazioni.
5. Il termine per la restituzione di somme versate e non dovute decorre dal giorno in cui è stato eseguito il pagamento ovvero da quello in cui è stato definitivamente accertato il diritto al rimborso. L'ufficio è tenuto a provvedere entro il termine massimo di 180 giorni dalla ricezione dell'istanza.
6. Il mancato pagamento del canone entro i termini comporta l'applicazione di una penale pari al 30 per cento del canone stesso, oltre agli interessi legali e fatta salva la

risarcibilità dell'eventuale danno ulteriore. In caso di ravvedimento entro 30 giorni dalla scadenza, la misura della penale è ridotta al 5 per cento. La penale è applicata con l'atto di contestazione del mancato pagamento del canone. In caso di definizione dell'atto di contestazione entro 30 giorni, la misura della penale è ridotta al 10 per cento.

7. La modifica o la revoca dell'autorizzazione danno diritto al rimborso del canone senza interessi in proporzione alla riduzione della durata ovvero della superficie dell'esposizione pubblicitaria, con esclusione di ogni indennizzo. Analoga disposizione si applica in caso di rimozione temporanea dell'esposizione pubblicitaria.
8. In caso di decadenza dall'autorizzazione ai sensi dell'art. 7, comma 6, non si fa luogo alla restituzione del canone, né di ogni altra somma.

CAPO VI

Sanzioni e misure di contrasto all'abusivismo

ART. 31

Sanzioni

1. Nei casi di installazione di mezzi non autorizzati è applicata, a norma dell'art. 62, comma 2, lett. e), del decreto legislativo n. 446/97, una sanzione amministrativa pecuniaria di importo non inferiore all'importo della relativa tariffa, nè superiore al doppio della medesima. Soggetti passivi delle sanzioni si intendono il titolare di autorizzazione per l'esposizione pubblicitaria e di locazione degli impianti comunali, nonché il soggetto richiedente la pubblicità ed il soggetto che produce o vende il bene o servizio oggetto della pubblicità. In caso di mezzi non autorizzati il soggetto passivo è altresì il proprietario del mezzo medesimo.
2. A norma dell'art. 62, comma 4, del decreto legislativo n. 446/97, resta ferma l'applicazione delle sanzioni amministrative pecuniarie per le violazioni di cui all'art. 23 del codice della strada, ovvero, se non comminabili, di quelle stabilite dall'art. 24,

comma 2, del decreto legislativo n. 507/93. Nei casi di affissione abusiva di manifesti la sanzione è irrogata per ogni singolo manifesto.

3. I competenti uffici comunali, qualora ricorrano i presupposti di cui all'art. 23, comma 13 quater, del codice della strada, dispongono la rimozione forzata in danno dei mezzi pubblicitari privi di autorizzazione o installati in difformità della stessa.
4. Nei casi non contemplati dai commi 2 e 3, i competenti uffici comunali, previa diffida al trasgressore e al soggetto pubblicizzato, se conosciuti, dispongono altresì la rimozione forzata in danno dei mezzi pubblicitari privi di autorizzazione o installati in difformità della stessa o di quelli che non siano di proprietà comunale e per i quali non sia stato pagato il relativo canone o risultino non in regola con il presente regolamento o con le vigenti leggi in materia.
5. Con la diffida di cui al comma precedente, a valere anche come comunicazione di avvio del procedimento, il trasgressore è invitato a rimuovere l'impianto abusivo o difforme entro dieci giorni dalla notificazione, nonché a far pervenire ai suddetti uffici, entro il medesimo termine, le proprie osservazioni. Decorso inutilmente tale termine e valutate, se pervenute, tali osservazioni, con determinazione dirigenziale viene disposta la eventuale rimozione forzata d'ufficio, a spese del trasgressore.
6. In tutti i casi i competenti uffici comunali possono provvedere altresì alla copertura immediata della pubblicità irregolare e possono disporre, ai sensi dell'art. 13, comma 2, della legge 24 novembre 1981, n. 689, il sequestro cautelare degli impianti abusivamente utilizzati che non siano di proprietà comunale, anche prima della loro materiale rimozione.
7. Delle predette operazioni il pubblico ufficiale redige contestuale processo verbale da notificarsi al trasgressore e al soggetto pubblicizzato ai sensi di legge.

8. In caso di violazione del sequestro i competenti uffici inoltrano denuncia all'autorità giudiziaria per abusivo utilizzo di materiale sotto sequestro, ai sensi dell'art. 334 del codice penale.
9. Con successivo provvedimento, ai sensi dell'art. 20, comma 3, della legge n. 689/81, può essere altresì disposta la confisca dei mezzi pubblicitari che non siano di proprietà comunale e la loro distruzione, addebitando ai trasgressori ogni relativa spesa.
10. Ai sensi dell'art. 5 della legge n. 689/81, anche il soggetto pubblicizzato, in caso di concorso con il trasgressore, soggiace alla sanzione disposta per la medesima violazione; in tal caso si applica altresì l'art. 6 della legge 25 marzo 1997, n. 77, che dispone la sospensione dell'attività per un periodo non superiore ai tre giorni.
11. Ai sensi dell'art. 6 della legge n. 689/81, il soggetto pubblicizzato, in quanto proprietario dei manifesti o di altri mezzi serviti o destinati a commettere la violazione, è comunque obbligato, in solido con l'autore della violazione, al pagamento delle somme da questi dovute, se non prova che la cosa è stata utilizzata contro la sua volontà.
12. Ai fini dei precedenti commi 10 e 11, i competenti uffici comunali provvedono immediatamente a contestare anche al soggetto pubblicizzato le predette violazioni con invito a voler fornire in merito ogni eventuale giustificazione.
13. In caso di violazioni, accertate anche soltanto in via amministrativa, delle norme relative all'installazione di impianti, collocazioni di mezzi e affissioni pubblicitarie recate dalle leggi o dal presente regolamento, ai partiti, movimenti politici e sindacati di cui sia accertata la responsabilità è interdetto l'uso degli spazi ad essi riservati a norma dell'art. 6, comma 3, lett. d). Per ciascuna infrazione il soggetto responsabile decade dal predetto beneficio per un periodo di dieci giorni, oltre all'applicazione di ogni altra sanzione prevista dalle leggi o dal presente regolamento.

14. Nel caso di installazione di impianti privi di autorizzazione, all'ordine di rimozione d'ufficio conseguono la decadenza dall'autorizzazione all'effettuazione della pubblicità per conto terzi ed all'uso degli impianti pubblicitari nonché, in caso di installazione di impianti sul suolo o su beni comunali, la decadenza automatica del contratto di locazione. In particolare la prima violazione darà luogo alla pronuncia di decadenza per il 5 per cento delle autorizzazioni, con priorità per quelle rilasciate nell'ambito del medesimo Municipio; la seconda violazione darà luogo alla pronuncia di decadenza per il 20 per cento delle autorizzazioni, con priorità per quelle rilasciate nell'ambito del medesimo Municipio; la terza violazione darà luogo alla pronuncia di decadenza per il 50 per cento delle autorizzazioni, con priorità per quelle rilasciate nell'ambito del medesimo Municipio; l'ulteriore violazione darà luogo alla pronuncia di decadenza delle restanti autorizzazioni.
15. Si applicano le sanzioni previste per gli impianti privi di autorizzazione ai mezzi che contravvengano alle disposizioni di cui all'art. 4, comma 2 lett. f, anche con riferimento al divieto di sosta e di fermata non obbligatoria.
16. Ai fini della determinazione del canone e della relativa sanzione, salvo prova contraria, la pubblicità abusiva a carattere permanente si intende iniziata dal 1° gennaio dell'anno in cui viene elevato il verbale di contestazione. La pubblicità temporanea abusiva si presume effettuata dal primo giorno del mese in cui è stata accertata la violazione.

ART. 32

Misure di contrasto all'abusivismo

1. Il Comune, al fine di una costante attività di prevenzione dell'abusivismo: promuove il coinvolgimento dei soggetti titolari di autorizzazione nell'azione di contrasto dell'abusivismo e dei soggetti pubblicizzati mediante apposite comunicazioni e diffide; costituisce, a livello centrale o decentrato, appositi nuclei di vigilanza in grado

di intervenire tempestivamente anche per ciò che riguarda la rimozione di impianti illegali; predispone canali di comunicazione costante tra uffici e cittadini, singoli o associati, che vogliano segnalare casi di apparente irregolarità; pubblica ogni trimestre, a mezzo stampa e in via telematica, l'elenco degli impianti o mezzi pubblicitari autorizzati per ciascuna impresa nel territorio del Comune di Roma.

2. Al fine di cui al precedente comma 1, gli impianti e i mezzi autorizzati devono essere muniti di elementi e dispositivi, anche elettronici, comunque idonei alla loro identificazione.

CAPO VII

Norme finali e transitorie - Abrogazioni

ART. 33

Competenze amministrative conseguenti all'entrata in vigore del regolamento e dei

Piani di cui all'art. 19

1. A decorrere dall'entrata in vigore del presente regolamento gli Uffici dell'Amministrazione comunale centrale continuano ad esercitare le seguenti competenze:
 - a) la gestione del procedimento per il riordino degli impianti pubblicitari, di cui alla deliberazione del Consiglio Comunale n. 254/95 e alla deliberazione della Giunta Comunale n. 1689 del 9 maggio 1997, e dei connessi adempimenti, per quanto previsti anche dal presente regolamento;
 - b) la conduzione, in collaborazione con i competenti uffici dei Municipi, delle attività di prevenzione, contrasto e repressione dell'abusivismo;

- c) le attività di coordinamento ai fini dell'applicazione delle norme legislative e regolamentari riguardanti l'impiantistica pubblicitaria, ivi comprese le norme che disciplinano l'applicazione del canone a tariffa;
- d) lo svolgimento delle procedure di gara pubblica di cui all'art. 7;
- e) la gestione degli impianti e mezzi pubblicitari collocati su area pubblica e di quelli di proprietà comunale, ad eccezione dei mezzi di cui all'art. 4, comma 1, lett. g), i), n) e p) e il rilascio delle autorizzazioni di cui all'art. 8;
- f) gli adempimenti relativi alla pubblicità sui veicoli del trasporto pubblico;
- g) le pubbliche affissioni;
- h) la gestione della pubblicità elettorale;
- i) ogni altra competenza non altrimenti attribuita.

ART. 34

Norme transitorie

1. A decorrere dal 25 novembre 2004, i formati di dimensione uguale o superiore a quella di cui all'art. 4, comma 2, lett. b), sono convertiti, ai sensi dell'art. 10, comma 2, in formati di dimensione inferiore entro il limite numerico di 7.000 facciate e senza che da tale conversione risulti un aumento del numero degli impianti autorizzati salvo il caso in cui il soggetto autorizzato faccia istanza in cui si obbliga contestualmente ad ottemperare alle ulteriori prescrizioni di cui all'art. 7, comma 2, impartite dall'Amministrazione in materia di servizi di recupero, arredo o riarredo, miglioramento del decoro e manutenzione dei siti ricompresi nei lotti in cui insistono gli impianti e i mezzi autorizzati; in tale ultimo caso, il soggetto autorizzato potrà ottenere, dopo l'entrata in vigore dei Piani di cui all'art. 19, l'autorizzazione all'installazione di nuovi impianti, nel limite massimo del 5 per cento della differenza rispetto alla quantità di superficie precedentemente esposta e riconosciuta legittima

all'esito di procedimento di riordino, e comunque di formato inferiore alla dimensione di m. 4x3. Il procedimento di conversione di cui al presente comma e la determinazione dei relativi servizi aggiuntivi saranno stabiliti con successivo provvedimento. Fino all'entrata in vigore dei Piani di cui all'art. 19 sono confermate tutte le limitazioni disposte dalla deliberazione del Consiglio Comunale n. 609 del 3 aprile 1981 e, per i progetti realizzati, dalla deliberazione del Consiglio Comunale n. 163 del 25 ottobre 1999.

- 1bis. Ai fini della conversione di cui al comma 1, l'adeguamento alle norme tecniche di cui all'art. 4, comma 3 e alle specifiche di cui all'art. 12, comma 3 avviene, in deroga a quanto disposto, entro il predetto termine del 25 novembre 2004.
2. Il divieto di cui all'art. 4, comma 2, lett. c), opera a decorrere dalla data di cessazione del contratto di affidamento del relativo servizio di cui alla deliberazione della Giunta Comunale n. 384 del 26 febbraio 1999.
 3. Fino all'entrata in vigore del Piano di cui all'art. 19, comma 1, si applicano, nei centri abitati, i seguenti limiti complessivi all'esposizione pubblicitaria: nei casi di cui all'art. 6, comma 2, 30 metri quadrati per ogni mille abitanti; nei casi di cui all'art. 6, comma 3, 120 metri quadrati per ogni mille abitanti, dei quali il 60 per cento a privati, di cui la metà per affissioni dirette, il 40 per cento per pubbliche affissioni (di cui il 60 per cento per pubblicità di natura non economica) e impianti di pubblica utilità.
 4. In conformità a quanto previsto dalla deliberazione della Giunta Comunale n. 436 del 25 luglio 2002 e dalla deliberazione della Giunta Comunale n. 1689 del 9 maggio 1997, ove gli impianti pubblicitari autorizzati in applicazione del procedimento per il riordino degli stessi risultino in contrasto con norme legislative ovvero con il presente regolamento o con le disposizioni del Piano regolatore degli impianti e dei mezzi pubblicitari o con quelle dei Piani di localizzazione di cui all'art. 19 o con quelle recate dalla deliberazione di cui all'art. 19, comma 1bis o con qualunque altra sopravvenuta e

motivata ragione di pubblico interesse, il soggetto autorizzato provvede, entro e non oltre 120 giorni dalla comunicazione dei relativi provvedimenti, all'adeguamento dell'impianto o del mezzo pubblicitario assentito, ovvero, ove tale adeguamento non sia consentito dalle disposizioni suddette, alla rimozione del medesimo. Entro tre mesi da tale rimozione, il competente ufficio comunale, sulla base del presente regolamento e dei Piani di cui all'art. 19, ovvero di altra disposizione vigente, su istanza del medesimo soggetto, assume ogni conseguente determinazione per autorizzare l'eventuale trasferimento in altra collocazione dell'impianto rimosso. Ove debba essere disposto il trasferimento ovvero la rimozione di un impianto o mezzo, essi si svolgono secondo l'ordine dei criteri che segue: impianti o mezzi la cui tipologia o il cui formato non è autorizzabile in un determinato sito in base al Piano di localizzazione territorialmente competente; impianti o mezzi di proprietà ovvero comunque in uso ad impresa che sia incorsa in violazioni di norme legislative o regolamentari in materia di esposizione della pubblicità o di pagamento dei relativi canoni e tributi; impianti o mezzi le cui autorizzazioni sono cronologicamente più recenti.

5. Nel caso in cui le istanze inoltrate nell'ambito del suddetto procedimento di riordino per la autorizzazione degli impianti pubblicitari siano esaminate dopo l'entrata in vigore del presente regolamento o di altre disposizioni normative e risultino contrastanti con tali disposizioni, l'impianto cui si riferisce il provvedimento di riordino deve essere adeguato alle nuove disposizioni.
6. A decorrere dall'entrata in vigore dei piani di cui all'art.19 del presente regolamento il Comune converte gli impianti di sua proprietà destinati a pubbliche affissioni e eventualmente già utilizzati per pubblicità commerciale, presenti nella "zona a traffico limitato", in impianti di informazione di cui al predetto art. 20, comma 1, lett. E), punto 4), lettera f), da utilizzarsi altresì parzialmente per pubblicità commerciale e da affidare, previa gara pubblica, in locazione in coerenza con i criteri della

progettazione unitaria di cui all'art. 20, con obbligo di manutenzione dei medesimi e di svolgimento dei servizi di cui all'art. 7, comma 2.

- 6 bis. Il numero delle autorizzazioni riferite ai mezzi pubblicitari di cui all'art.4, c. 2 lett. f) non può in ogni caso risultare superiore a 200, come risultante da apposito elenco formato dall'Amministrazione Comunale in base all'ordine cronologico delle comunicazioni presentate, purché conformi a quanto previsto dalla Legge e dal presente Regolamento.
7. In fase di prima applicazione del presente regolamento, i Piani di localizzazione di cui all'art. 19, comma 2, sono deliberati insieme con il Piano di cui all'art. 19, comma 1, previo parere del Municipio territorialmente competente, che lo esprime entro 60 giorni dalla comunicazione relativa. Decorsi due anni dall'entrata in vigore dei suddetti Piani, i Municipi possono esercitare le competenze di cui all'art. 19, comma 2.
8. Dalla data del 1° gennaio 2007, e fino all'entrata in vigore del Piano regolatore degli impianti e dei mezzi pubblicitari, le tariffe di cui all'art. 24 sono differenziate in ragione del territorio attraverso l'applicazione di una maggiorazione del 150 per cento alle iniziative pubblicitarie che si svolgono nell'ambito delle strade ricomprese nella categoria speciale stabilita con deliberazione della Giunta Comunale n. 8776 dell'11 dicembre 1974, come ratificata dalla deliberazione del Consiglio Comunale n. 3021 del 17 dicembre 1974. La stessa maggiorazione si applica al diritto sulle pubbliche affissioni di natura commerciale.
9. Le concessioni e le autorizzazioni rinnovate, rispettivamente per cinque e per tre anni, all'esito del procedimento di riordino di cui alle deliberazioni del Consiglio Comunale n. 289/94 e n. 254/95, in conformità all'art. 14 della deliberazione della Giunta Comunale n. 1689/97, possono essere rinnovate per ulteriori periodi, ciascuno non superiore, rispettivamente, a cinque e tre anni.

10. L'Amministrazione comunale potrà disporre il suddetto rinnovo in conformità al presente regolamento e al Piano regolatore degli impianti e dei mezzi pubblicitari ed ai Piani di localizzazione dei medesimi, di cui all'art. 19, sempre a condizione che l'intestatario del titolo originario risulti in possesso dei requisiti prescritti, non abbia installato od usato impianti o mezzi pubblicitari abusivi e dimostri di essere in regola con i pagamenti dell'imposta di pubblicità o dei canoni di concessione. L'Amministrazione comunale disporrà il predetto rinnovo qualora, fatto salvo quanto previsto dal comma 9 e l'assenza a carico del richiedente di pendenze in materia di tributi e canoni con l'Amministrazione medesima, il soggetto che ne fa istanza, almeno 180 giorni prima della scadenza, si obblighi ad ottemperare agli adeguamenti degli impianti, delle localizzazioni a quanto previsto dai piani di cui all'art.19 del presente regolamento, nonché alle prescrizioni impartite dall'Amministrazione in materia di servizi di recupero, arredo o riarredo, miglioramento del decoro dei siti in cui insistono i mezzi autorizzati.

11. Fino all'entrata in vigore dei piani di cui all'art. 19 gli impianti risultanti non conformi a quanto previsto dalla deliberazione del Consiglio Comunale 193/2004 sono adeguati e riposizionati in conformità a quanto previsto dalla deliberazione del Consiglio Comunale 193/2004 medesima.

Alla presente fattispecie non si applica l'istituto del silenzio assenso di cui all'art.20 della L. 241/90 e s.m.i..

ART. 35

Abrogazioni

1. A decorrere dall'entrata in vigore del presente regolamento, sono abrogate:
 - la deliberazione del Consiglio Comunale n. 289 del 19 dicembre 1994;

- la deliberazione del Consiglio Comunale n. 254 del 6 novembre 1995, come modificata e integrata dalla deliberazione del Consiglio Comunale n. 260 del 29 settembre 1997 limitatamente ai seguenti punti:

o i numeri 2) e 4).

o Allegato “A.1” premessa;

art. 1;

norma transitoria;

art. 2

art 3 primo, secondo, quarto e quinto cpv;

art. 4

art. 5.

o Allegato “A2”: “Disposizioni di carattere generale”;

Titolo I: art. 1, lett. b), secondo cpv, lett. d) ed e);

art. 2 lettera D);

art. 3, lett. e) secondo e terzo cpv;

art. 3 bis, terzo e quarto cpv;

art 3 ter, co 3, p.1) sostituire “6x3” con “4x3”;

art. 3 quinquies;

Titolo II: art. 4, lett. C) e);

art. 6, “Norme generali”, terzo cpv;

art. 6 lett. G), secondo cpv;

art. 6 lett. I) punto b);

art. 7, “Altre forme di pubblicità”, primo periodo, lett. A) primo e secondo cpv, lett. E) cpv, lett. F) cpv;

art. 8, lett. e), secondo periodo;

art. 9;

Titoli IV e Allegato n. 3;

Titolo VI: art. 11, primo, secondo e terzo cpv;

art. 12, lett. D);

art. 13.

- la deliberazione del Consiglio Comunale n. 163 del 25 ottobre 1999;
- la deliberazione del Consiglio Comunale n. 175 del 25 novembre 2002.

E' abrogata altresì ogni altra disposizione contrastante o incompatibile con il presente regolamento.

Procedutosi alla votazione nella forma come sopra indicata, il Presidente, con l'assistenza dei Segretari, dichiara che la proposta risulta approvata all'unanimità, con 39 voti favorevoli.

Hanno partecipato alla votazione i seguenti Consiglieri:

Azuni, Baldi, Bartolucci, Battaglia, Berliri, Carli, Cau, Chiolli, Cipressa, Coratti, Cosentino, Dalia, De Luca, Della Portella, Di Francia, Di Stefano, Failla, Fayer, Galloro, Gasparri, Ghera, Giansanti, Giulioli, Lovari, Mannino, Marchi, Mariani, Marroni, Milana, Nitiffi, Orneli, Panecaldo, Perifano, Poselli, Rizzo, Salacone, Santini, Smedile e Zambelli.

La presente deliberazione assume il n. 100.

(O M I S S I S)

IL PRESIDENTE

G. MANNINO – M. CIRINNA' – F. SABBATANI SCHIUMA

IL SEGRETARIO GENERALE

V. GAGLIANI CAPUTO

IL VICE SEGRETARIO GENERALE

M. SCIORILLI

La deliberazione è stata pubblicata all'Albo Pretorio dal
al e non sono state prodotte opposizioni.

La presente deliberazione è stata adottata dal Consiglio Comunale nella seduta del
12 aprile 2006.

Dal Campidoglio, li

p. IL SEGRETARIO GENERALE

.....