

# **PIANO GENERALE DEGLI IMPIANTI PUBBLICITARI**

## **(Deliberazione del Consiglio comunale nr. 26 del 23 maggio 2011)**

### **INDICE**

#### **TITOLO PRIMO – PRINCIPI GENERALI**

ART. 1

OGGETTO E FINALITA'

ART. 2

IMPIANTI DISCIPLINATI DAL PRESENTE PIANO

ART. 3

MEZZI PUBBLICITARI NON DISCIPLINATI DAL PRESENTE PIANO AD ECCEZIONE DEI TITOLI V E VI

ART. 4

DIMENSIONAMENTO

ART. 5

MEZZI PUBBLICITARI NON RIENTRANTI NEL DIMENSIONAMENTO

ART. 6

CARATTERISTICHE DEGLI IMPIANTI

ART. 7

NORME DI RISPETTO

ART. 8

MANUFATTI E CARTELLI CON SPONSOR

ART. 9

ZONIZZAZIONE DEL TERRITORIO COMUNALE

#### **TITOLO SECONDO –ATTUAZIONE DEL PIANO**

ART. 10

REALIZZAZIONE E/O GESTIONE DEGLI IMPIANTI DI CUI ALL'ART. 4 COMMA 1 LETT. B)

ART. 10 bis

REALIZZAZIONE E GESTIONE DEGLI IMPIANTI DI CUI ALL'ART. 5 COMMA 1 lett. 1. PREINSEGNE

ART. 11

INTERVENTO DA PARTE DEI PRIVATI SU AREA PRIVATA

ART. 12

IMPIANTI PER LE PUBBLICHE AFFISSIONI

ART. 13

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

ART. 14

PROGETTO UNITARIO DELLE AREE BIKE SHARING

ART. 15

PUBBLICITA' SU CANTIERI E PONTEGGI

ART. 16

PROGETTO UNITARIO DELLE AREE FERROVIARIE

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

ART. 17

PUBBLICITA' FONICA

ART. 18

PUBBLICITA' A MEZZO AEROMOBILI O PALLONI FRENATI E NATANTI

ART. 19

PUBBLICITA' SU VEICOLI

ART. 20

VEICOLI SPECIALI DESTINATI A PUBBLICITA' ITINERANTE

ART. 21

PUBBLICITA' COMMERCIALE IN LUOGHI PUBBLICI O APERTI AL PUBBLICO

CARTELLI DI LOCAZIONE E COMPRAVENDITA BANDIERE

#### **TITOLO QUARTO- AUTORIZZAZIONE PER L'INSTALLAZIONE DI IMPIANTI PUBBLICITARI DIVERSI DA QUELLI DI CUI ALL'ART. 4 COMMA 1 LETT. B**

ART. 22

MODALITA' DI PRESENTAZIONE PROGETTI E RILASCIO DI AUTORIZZAZIONE

ART. 23

VARIAZIONI DEL MESSAGGIO PUBBLICITARIO

ART. 24

DURATA E RINNOVO DELL'AUTORIZZAZIONE

ART. 25

OBBLIGHI DELL'INTESTATARIO DELL'AUTORIZZAZIONE

ART. 26

ANTICIPATA RIMOZIONE

ART. 27

SUB-INGRESSO NELL'AUTORIZZAZIONE

ART. 28

DECADENZA E REVOCA DELL'AUTORIZZAZIONE

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

ART. 29

ISTITUZIONE DEL CANONE

ART. 30

SOGGETTI TENUTI AL PAGAMENTO DEL CANONE

ART.31

GESTIONE DELLA PROCEDURA AMMINISTRATIVA

ART. 32

CRITERI PER LA DETERMINAZIONE DELLE TARIFFE DEL CANONE

ART. 33

CLASSIFICAZIONE DEL TERRITORIO COMUNALE AI FINI DELL'APPLICAZIONE DEL CANONE

ART. 34

MAGGIORAZIONI DELLE TARIFFE

ART. 35

TARIFFE DI APPLICAZIONE DEL CANONE SECONDO LE TIPOLOGIE SPECIFICATE NEL PRESENTE PIANO E NEL REGOLAMENTO PER LE INSEGNE

ART. 36

APPLICAZIONE DEL CANONE

ART. 37

ESCLUSIONI

ART. 38

ESENZIONI

ART. 39

RIDUZIONI

ART. 40

AGEVOLAZIONI

ART. 41

MODALITA' E TERMINI DI PAGAMENTO DEL CANONE PER MEZZI PUBBLICITARI  
PERMANENTI

ART. 42

MODALITA' E TERMINI DI PAGAMENTO PER MEZZI PUBBLICITARI TEMPORANEI

### **TITOLO SESTO- PENALITA' E SANZIONI**

ART. 43

PENALITA' PER OMESSO O PARZIALE E TARDIVO PAGAMENTO DEL CANONE

ART. 44

PUBBLICITA' ABUSIVA E DIFFORME. DEFINIZIONI

ART. 45

INDENNIZZO E SANZIONE PECUNARIA PER LA PUBBLICITA' ABUSIVA E DIFFORME

ART. 46

ALTRE MISURE

ART. 47

DECORRENZA DELLA PUBBLICITA' ABUSIVA

ART. 48

DEFINIZIONE AGEVOLATA DELLE PENALITA'

ART. 49

DIFFIDA AD ADEMPIERE /INGIUNZIONE DI PAGAMENTO ED ATTIVITA' DI  
CONTROLLO E ACCERTAMENTO

ART. 50

RIMBORSI

ART. 51

CONTENZIOSO

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

ART. 52

NORMATIVA EDILIZIO-URBANISTICA.ESCLUSIONE DEGLI IMPIANTI PUBBLICITARI  
DALL'AMBITO DI APPLICAZIONE

ART. 53

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

ART. 54

DECADENZE DI AUTORIZZAZIONI SU SUOLO PUBBLICO

ART. 55

NORME DI RINVIO

ART. 56

DISCIPLINA TRANSITORIA E MISURE DI SALVAGUARDIA

## **TITOLO PRIMO**

### **PRINCIPI GENERALI**

#### Art. 1 OGGETTO E FINALITA'

1. Il presente Piano Generale degli Impianti Pubblicitari ( di seguito denominato Piano ) ottempera alle disposizioni di cui all'art. 3 del D.Lgs. 507/93 e ss.mm.ii., e segnatamente determina la tipologia e la quantità degli impianti pubblicitari, nonché le modalità per ottenere il provvedimento per l'installazione. Stabilisce altresì la ripartizione della superficie degli impianti pubblici da destinare alle affissioni di natura istituzionale, sociale o comunque prive di rilevanza economica, nonché la superficie degli impianti da attribuire a soggetti privati, per l'effettuazione di affissioni dirette.
2. La finalità del Piano è quella di procedere al riordino degli impianti pubblicitari e delle pubbliche affissioni esistenti, di pianificare e regolamentare le tipologie e le modalità di effettuazione della pubblicità, di disciplinare i criteri e le modalità di installazione dei nuovi impianti, di rendere possibili gli interventi di sponsorizzazione o di sostegno economico per finalità di interesse per la città.
3. Il Piano individua le tipologie degli impianti e disciplina l'eventuale localizzazione, il tutto nella quantità massima di pubblicità potenzialmente ammessa e definita soglia sostenibile dalla Città di Firenze. Per impianti pubblicitari si intendono i manufatti visibili dagli spazi pubblici o di uso pubblico destinati a supportare:
  - pubblica affissione di natura istituzionale, sociale o comunque priva di rilevanza economica;
  - pubblicità commerciale su aree ed impianti di proprietà della città;
  - pubblicità esterna dei privati.
4. Il Piano individua tipologie di impianti pubblicitari compatibili con il decoro urbano della città di Firenze.

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

1. Ai fini del presente Piano le tipologie di impianti pubblicitari, sono le seguenti:

##### A. Cartello

A.0 – formato fino a mq. 8;

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

##### B. Impianto per affissioni

B.1 Vetrina

B.2 Stendardo porta manifesti

B.2.1 - formato piccolo - cm 100x140, cm 140x100

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

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

B.4 Tabella a muro

B.4.1 - formati piccoli – cm 140x100, cm 100x140

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

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

C. Opera di particolare pregio

C.1 Impianto pubblicitario su pareti cieche

C.1.1 Decorazione su parete

C.1.2 Gigantografia

C.1.3 Impianto a parete

C.2 Gigantografia su ponteggi

C.2.1 Artistica

D. Impianto speciale

D.1 Cartello segnaletico

D.2 Tabellone a led

E. Stendardo

G. Impianto su arredo urbano

G.1 Supporto informativo

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

G.1.2 - manufatto bifacciale con superficie destinata a messaggi pubblicitari compresa tra mq. 2 e mq. 6

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

G.2.1 Totem

G.2.2 Pannello luminoso

G.3 Pensilina mezzi di trasporto pubblico

G.4 Palina di fermata dei mezzi di trasporto

G.5 Bagno autopulente

G.7 Contenitore per la raccolta dei rifiuti solidi urbani

G.8 Segnaparcheggio

G.9 Mezzi elettronici a messaggio variabile

G.10 Parcometro

G.11 Preinsegne

2. Gli impianti pubblicitari di cui al precedente comma 1, devono avere le caratteristiche previste dall'Allegato 1 Parte a – Caratteristiche tipologiche degli impianti - facente parte integrante e sostanziale del presente atto.

3. Sono disciplinati inoltre i cartelli segnalanti la sponsorizzazione relativa ad opere pubbliche o aree verdi.

4. Qualora si intendano realizzare impianti pubblicitari e/o informativi non previsti dal presente Piano potrà essere autorizzata, con previo atto deliberativo della Giunta Comunale, l'installazione di impianti pubblicitari di carattere sperimentale a tempo determinato, non superiore a un anno, al termine del quale, verificata la compatibilità di detti impianti con i presupposti del Piano, si potrà apportare la relativa modifica allo stesso.

### Art. 3

#### MEZZI PUBBLICITARI NON DISCIPLINATI DAL PRESENTE PIANO AD ECCEZIONE DEI TITOLI V E VI

1. La distinzione fra i mezzi pubblicitari disciplinati dal presente Piano e quelli invece soggetti alla sola disciplina dei Titoli V e VI dello stesso, è stabilita sulla base della natura del messaggio pubblicitario e del luogo cui il messaggio pubblicitario si riferisce, cioè se installato in luogo estraneo alla sede dell'attività, ovvero installato nella sede o nelle pertinenze accessorie esclusive dell'attività. Non costituiscono criterio di distinzione né le caratteristiche del manufatto, né la collocazione del mezzo pubblicitario su suolo pubblico o privato, né il carattere temporaneo o permanente dell'atto autorizzatorio.

2. Sono comunque soggetti alla disciplina di cui ai Titoli V e VI del presente Piano, i seguenti mezzi pubblicitari:

- a. Le installazioni pubblicitarie poste in opera all'interno dei locali adibiti alla vendita di beni o alla prestazione di servizi quando la pubblicità esposta si riferisca all'attività negli stessi locali esercitata, nonché i mezzi pubblicitari, esposti nelle vetrine e nelle porte di ingresso dei locali medesimi, purché siano attinenti all'attività in essi esercitata.
- b. Gli avvisi al pubblico esposti nelle vetrine o sulle porte di ingresso dei locali, o in mancanza nelle immediate adiacenze del punto di vendita, relativi all'attività svolta, nonché quelli riguardanti la localizzazione e l'utilizzazione dei servizi di pubblica utilità che non superino la superficie di mezzo metro quadrato e quelli riguardanti la locazione o la compravendita degli immobili sui quali sono affissi, di superficie non superiore ad un quarto di metro quadrato.
- c. I manufatti adibiti a pubblicità comunque effettuata all'interno, sulle facciate esterne o sulle recinzioni dei locali di pubblico spettacolo, quando si riferisca alle rappresentazioni in programmazione purché i manufatti non eccedano le dimensioni massime di analoghe strutture consentite nella zona di Piano in cui ricadono.
- d. I manufatti adibiti a pubblicità posti all'interno degli impianti sportivi con messaggio rivolto esclusivamente verso l'interno e non visibile dalla pubblica via.
- e. I manufatti pubblicitari, relativi ai giornali ed alle pubblicazioni periodiche, se esposti sulle sole facciate esterne delle edicole o nelle vetrine o sulle porte di ingresso dei negozi dove si effettua la vendita.
- f. I manufatti destinati ad esposizioni pubblicitarie installati all'interno di mezzi di trasporto pubblico.
- g. I manufatti destinati ad esposizioni pubblicitarie comunque effettuate in via esclusiva dallo Stato e dagli Enti Pubblici territoriali.
- h. Le insegne di esercizio dei negozi, targhe e simili.
- i. Le insegne, targhe e simili, la cui esposizione sia obbligatoria per disposizione di legge o regolamento.
- j. Le targhe indicanti le sedi dei ministeri, delle istituzioni locali, le targhe indicanti la proprietà di interi immobili o complessi edilizi se di superficie inferiore a 1500 cmq. e tutti quegli elementi che per similitudine siano comunque assimilabili alle insegne.

### Art. 4

#### DIMENSIONAMENTO

1. In conformità alle disposizioni contenute nel D.Lgs. 507/93 e ss.mm.ii. in tutto il territorio comunale è consentita una superficie globale di 15.000 mq di spazi pubblicitari e per pubbliche affissioni così ripartita:

- a) Superficie per la pubblica affissione di natura istituzionale, sociale e comunque non a rilevanza economica su impianti di proprietà dell'Amministrazione Comunale (fino al 2014, anno a decorrere dal quale, ai sensi dell'art. 11 del D.Lgs. n. 23 del 14.03.2011 l'istituzione del servizio di pubbliche affissioni non sarà più obbligatoria): mq. 6.600.
- b) Superficie per la pubblicità commerciale su aree pubbliche e lungo le strade, su impianti e su beni di proprietà dell'Amministrazione Comunale: mq. 6.000.
- c) Superficie per la pubblicità su impianti di proprietà non comunale su aree e beni di proprietà di terzi: mq. 2.400.

#### Art. 5

#### MEZZI PUBBLICITARI NON RIENTRANTI NEL DIMENSIONAMENTO

1. Costituiscono pubblicità esterna, le seguenti tipologie di pubblicità che non rientrano nelle quantità costitutive del dimensionamento del presente Piano:

- a. Pubblicità fonica;
- b. Pubblicità a mezzo aeromobili e/o palloni frenati;
- c. Pubblicità sui veicoli di cui all'art. 14 comma 2 e 19 commi 1, 4 e 5;
- d. Pubblicità sui veicoli destinati a pubblicità itinerante, conformi alle normative del Codice della Strada e relativo Regolamento di Attuazione;
- e. Pubblicità commerciale in luoghi aperti al pubblico;
- f. Pubblicità commerciale a carattere temporaneo negli spazi pubblici ed in luoghi aperti al pubblico;
- g. Pubblicità nelle apposite vetrinette murali espositive comunali;
- h. Manufatti e cartelli con sponsor di cui all'art. 8;
- i. Cartelli di locazione e compravendita;
- j. Bandiere;
- k. Mezzi pubblicitari in forma provvisoria per manifestazioni culturali, sportive, commerciali;
- l. Preinsegne.

2. Sono inoltre escluse dalle quantità costitutive del dimensionamento del presente Piano quelle riferibili alle tipologie C2-Gigantografie su ponteggi ed E-Stendardo e la pubblicità temporanea sui cantieri e sui ponteggi.

#### Art. 6

#### CARATTERISTICHE DEGLI IMPIANTI

1. Gli impianti pubblicitari di cui all'art. 2 devono rispettare le seguenti caratteristiche generali nonché le indicazioni contenute nell'Allegato 1 composto da:

**- PARTE A – CARATTERISTICHE TIPOLOGICHE DEGLI IMPIANTI PUBBLICITARI**

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

**- PARTE C – ABACO DELLE TIPOLOGIE DEGLI IMPIANTI PUBBLICITARI.**

2. Caratteristiche generali:

- a) La qualità progettuale ed esecutiva degli impianti pubblicitari dovrà essere curata con particolare attenzione al fine di garantire l'integrazione di tali elementi nell'ambiente urbano e di migliorare l'immagine della città, tenendo, altresì, presente la solidità e la durevolezza nonché la facilità di pulizia e di manutenzione degli elementi stessi.
- b) Gli impianti pubblicitari devono essere realizzati con materiali non deperibili e resistenti agli agenti atmosferici; devono avere sagoma regolare che non può essere quella di disco e triangolo ed in ogni caso non ingenerare confusione con la segnaletica stradale ed ostacolarne la visibilità entro lo spazio di avvistamento.
- c) Le strutture di sostegno e di fondazione devono essere calcolate per resistere alla spinta del vento e degli altri agenti atmosferici, saldamente realizzate ed ancorate sia globalmente che nei singoli elementi. Devono essere comunque rispettate tutte le specifiche norme in materia.
- d) Tutti gli impianti pubblicitari luminosi o illuminati non possono avere luce intermittente, né di colore rosso e devono essere di intensità tale da non procurare abbagliamento. Il sistema di illuminazione deve essere conforme a tutte le specifiche norme in materia.
- e) Tutti gli impianti pubblicitari realizzati successivamente all'entrata in vigore delle presenti norme non possono essere autoilluminanti o illuminati autonomamente, con prelievo di energia dalla rete. In deroga al divieto di cui sopra la realizzazione di impianti pubblicitari autoilluminanti o illuminati autonomamente è possibile solo a condizione che essi siano alimentati da impianto fotovoltaico o, in alternativa, che venga stipulato idoneo contratto di fornitura di energia elettrica di durata pari almeno alla durata della concessione dell'impianto pubblicitario stesso, da parte del soggetto gestore dell'impianto stesso, che attesti che la fornitura avviene con energia elettrica prodotta da fonti rinnovabili con certificato verde.
- f) Tutti gli impianti luminosi autorizzati prima dell'approvazione delle presenti modifiche al Piano, alla scadenza dell'autorizzazione dovranno essere resi conformi alla vigente normativa.
- g) Per tutti gli impianti pubblicitari luminosi o non luminosi, per quanto attiene l'uso di colori che possano generare confusione con la segnaletica stradale si fa riferimento alle disposizioni del Regolamento di Attuazione del Codice della Strada.
- h) La collocazione in opera degli impianti non deve pregiudicare anche parzialmente la visibilità di regolatori di traffico (cartelli indicatori, impianti semaforici, ecc ), di postazioni di controllo per il rilevamento della velocità o di altre indicazioni di interesse pubblico né ridurre o impedire la corretta visibilità degli attraversamenti pedonali, semaforici e non. In particolare i manufatti non devono in alcun modo interferire con il cono ottico di avvistamento delle lanterne semaforiche, sia degli impianti sulle intersezioni che in quelli che regolano i flussi pedonali.

Art. 7  
NORME DI RISPETTO

1. Gli impianti pubblicitari e la pubblicità esposta non devono avere contenuto ed immagini rappresentative di violenza fisica o morale, nonché lesive del decoro, offensive delle convinzioni morali, civili e religiose e/o delle appartenenze di genere, culturali e nazionali

della persona. A tal fine è necessaria, all'atto della presentazione della richiesta di autorizzazione all'installazione del mezzo pubblicitario, apposita dichiarazione in tal senso da parte del richiedente, come previsto all'Allegato 3 – Elenco della documentazione necessaria alla presentazione dei progetti -, costituente parte integrante e sostanziale del presente Piano. Qualora il richiedente abbia accettato i codici di autodisciplina della Comunicazione Commerciale ovvero abbia inserito nei propri contratti una speciale clausola di accettazione dei summenzionati codici, o aderisca ad associazione che abbia fatto propri tali codici, deve redigere, sotto la propria responsabilità, apposita comunicazione da presentare insieme alla richiesta di autorizzazione.

2. L'ubicazione degli impianti deve essere conforme alle prescrizioni di tutte le normative vigenti ed in particolare:
  - a. E' vietata la collocazione o l'ancoraggio di qualsiasi impianto pubblicitario su piante o sostanze arboree e per gli interventi da effettuarsi in prossimità di esse si applicano le disposizioni previste dal vigente "Regolamento per la tutela del patrimonio arboreo e arbustivo della città e relativo Disciplinare".
  - b. Nelle aree private soggette a vincolo espropriativo si procederà al rilascio di autorizzazioni all'installazione di impianti pubblicitari, previa sottoscrizione di un atto unilaterale d'obbligo in cui il privato si impegna alla rimozione senza oneri a carico dell'Amministrazione Comunale.
  - c. Gli impianti pubblicitari devono essere collocati in opera in conformità alla vigente normativa in materia di abbattimento barriere architettoniche.
  - d. Nessun impianto pubblicitario di nuova realizzazione può essere collocato a meno di tre metri dal piede di un albero. Per gli impianti di dimensioni superiori agli standard luminosi (pannello luminoso 120x180) la localizzazione deve avere una distanza minima di almeno 10 metri dal piede dell'albero.
  - e. Fatto salvo il rispetto delle disposizioni del comma 1 dell'art 23 D.Lgs. 285/1992 ss.mm.ii, le distanze da osservare nell'ubicazione degli impianti all'interno del centro abitato e nelle strade extraurbane per le quali è imposto, in considerazione di particolari situazioni non a carattere transitorio, un limite di velocità non superiore a 50 km/h, sono quelle previste dall'art. 51 del D.P.R. 495/1992 "Regolamento di esecuzione e di attuazione del nuovo Codice della Strada". Per ogni impianto di cui venga richiesta l'autorizzazione all'installazione, l'Amministrazione Comunale si riserva comunque la verifica che il manufatto non costituisca pericolo per la sicurezza della circolazione, al fine di garantire l'osservanza di quanto previsto dall'art. 23, comma 1 del D.Lgs. n. 285/1992 ss.mm.ii.. Il posizionamento di impianti pubblicitari in deroga alle norme relative alle distanze minime può essere autorizzato previo esame da parte della Giunta Comunale di progetti, nel rispetto delle esigenze della sicurezza della circolazione stradale, del decoro urbano, della sostenibilità e compatibilità degli impianti stessi con l'identità architettonica e paesaggistica.
  - f. Il perimetro del centro abitato e la classificazione delle strade ai sensi dell'art 2 del D.Lgs. 285/1992 ss.mm.ii. sono quelli individuati in appositi atti adottati dall'Amministrazione Comunale.

- g. E' vietato qualsiasi impianto pubblicitario sul muro di cinta e nella zona di rispetto dei cimiteri, sugli edifici adibiti a sedi di ospedali e chiese, ad esclusione degli impianti di cui all'art. 8 del presente Piano.

#### Art. 8

#### MANUFATTI E CARTELLI CON SPONSOR

1. I manufatti per la comunicazione/informazione culturale, turistica ed istituzionale, i cartelli segnalanti la realizzazione delle opere pubbliche e quelli segnalanti la sponsorizzazione relativa ad opere pubbliche o aree verdi indicati al comma 3 dell'articolo 2 non possono contenere messaggi pubblicitari ma soltanto il marchio o l'eventuale logo dello sponsor come meglio descritto al comma 3 del presente articolo.

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

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

- a. Riporti solo il marchio dello sponsor;
- b. Non sia intercambiabile;
- c. Sia contenuto nelle seguenti superfici :
  - Sui manufatti per la comunicazione/informazione culturale, turistica ed istituzionale fino a 250 cmq.
  - Sulle paline di fermata del TPL tale dimensione non dovrà eccedere i 250 cmq. per ciascuna delle due facce.
  - Sui cartelli segnalanti la realizzazione di lavori pubblici fino a 1500 cmq.
  - Sui cartelli segnalanti la sponsorizzazione della manutenzione delle aree verdi fino a 1000 cmq. La superficie massima della sommatoria dei singoli impianti non potrà essere superiore a:

1. nelle aree fino 500 mq. al limite di 1.000
2. nelle aree fino 3.000 mq. al limite di 2.000
3. nelle aree fino a 10.000 al limite di 4.000
4. nelle aree fino a 20.000 al limite di 6.000
5. nelle aree oltre 20.000 al limite di 8.000

4. L'Amministrazione Comunale in attuazione di convenzioni da essa stipulate che prevedono interventi di sponsorizzazione di soggetti privati, finalizzati alla realizzazione di opere od attività di rilevante interesse della città, con possibilità di adeguata reclamizzazione di tale contribuzione economica, approva progetti che ne stabiliscano forme, durata e contenuto. In ogni caso l'intervento dovrà svolgersi nel rispetto della normativa di sicurezza stradale e del D.Lgs. n. 42/2004 e ss.mm.ii.

#### Art. 9

#### ZONIZZAZIONE DEL TERRITORIO COMUNALE.

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

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

D.Lgs. 42/04 e ss.mm.ii. Sono equiparati i centri storici minori come individuati dal vigente strumento urbanistico. Comprende al suo interno dei particolari ambiti urbani, indicati come sottozona, che sono:

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

All'interno della **ZONA 1**, nell'ambito del perimetro del centro storico dichiarato dall'Unesco "Patrimonio mondiale dell'umanità", non potrà essere autorizzato alcun impianto pubblicitario che incida sulle quantità dell'art. 4 del presente Piano.

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

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

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

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

- **ZONA 4:** corrisponde alla zona collinare che circonda Firenze e che rappresenta una componente da tutelare vietando nuovi insediamenti di manufatti o funzioni contrastanti con la vocazione di questa parte del territorio. La zona collinare comprende al suo interno alcune strade classificate come sottozona 2a.

2. Le tipologie di impianti pubblicitari consentite e le relative specifiche sono contenute nella Tabella A - Tipologie degli impianti ammissibili per ciascuna zona - allegata al presente Piano e costituente parte integrante e sostanziale dello stesso.

## **TITOLO II ATTUAZIONE DEL PIANO**

### Art. 10

#### REALIZZAZIONE E/O GESTIONE DEGLI IMPIANTI DI CUI ALL'ART. 4 COMMA 1 LETT. B)

1. L'Amministrazione Comunale, affida in concessione a terzi la realizzazione e/o gestione degli impianti pubblicitari di cui all'art. 4 comma 1 lett. b) del presente Piano, procedendo mediante espletamento di procedure ad evidenza pubblica che dovranno rispondere ai seguenti criteri: sostenibilità ambientale, qualità dei manufatti, utilità per l'Amministrazione Comunale anche eventualmente in termini di servizi.

2. Ai sensi del comma 1 del presente articolo, la Giunta Comunale approva uno o più progetti unitari sui quali verrà esperita apposita gara, in base alla disponibilità dei metri quadri esistenti di cui all'art. 4 comma 1 lett. b) del presente Piano.

3. Ciascun progetto, anche in deroga alle distanze previste dal Codice della Strada, individua le superfici disponibili, le tipologie degli impianti fra quelle di cui alla Tabella A - Tipologie degli impianti ammissibili per ciascuna zona- e la loro localizzazione.

Art. 10 bis  
REALIZZAZIONE E GESTIONE DEGLI IMPIANTI DI CUI ALL'ART. 5  
COMMA 1 lett. 1. PREINSEGNE

1. L'Amministrazione Comunale, affida in concessione a terzi la realizzazione e/o gestione degli impianti pubblicitari di cui all'art. 5 lett.1 Preinsegne del presente Piano, procedendo mediante espletamento di procedure ad evidenza pubblica che dovranno rispondere ai seguenti criteri: sostenibilità ambientale, qualità dei manufatti, utilità per l'Amministrazione Comunale anche eventualmente in termini di servizi.
2. Ai sensi del comma 1 del presente articolo, la Giunta Comunale detta gli indirizzi sulla base dei quali articolare gli elementi della concessione.
3. Le specifiche caratteristiche tecniche e la definizione sono riconducibili al contenuto dell'Allegato 1 parte A G.11 Preinsegne.

Art. 11  
INTERVENTO DA PARTE DEI PRIVATI SU AREA PRIVATA

1. La pubblicità esterna dei privati (art. 4, I comma, lett. c) è quella effettuata su impianti di proprietà non comunale, su aree e beni di proprietà di terzi o del demanio non comunale ed è soggetta ad autorizzazione.
2. Gli impianti su area privata sono autorizzati dall'Ufficio competente, previa presentazione di un progetto del/degli impianto/i che viene sottoposto, ai sensi dell'art. 48 del D.Lgs. n. 267/2000, all'esame della Giunta Comunale.
3. La Giunta Comunale, nel valutare il progetto di cui al comma 2 del presente articolo e nel rispetto degli strumenti programmatori approvati dal Consiglio Comunale, può esprimere indirizzi all'Ufficio competente al fine di tutelare il decoro urbano, la sostenibilità e compatibilità con l'identità architettonica e paesaggistica, in ordine a:
  - rispetto delle tipologie di impianti di cui al comma 4 del presente articolo, così come descritte all'Allegato 1 parte A;
  - contesto urbanistico, ambientale ed edilizio di inserimento,
  - distanza da altri impianti pubblicitari su suolo pubblico ed in aree private.
4. Tipologie ammesse  
L'intervento da parte dei privati è ammesso per le seguenti tipologie di impianti, come in dettaglio definite all'Allegato 1 parte A del presente Piano:

**A. Cartello**

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

**C. Opera di particolare pregio**

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

- C.1.1 Decorazione su parete;
- C.1.2 Gigantografia;
- C.1.3 Impianto a parete
- C.2 Gigantografia su ponteggi**
- C.2.1 Artistica;

## **E. Stendardo**

### Art. 12

#### IMPIANTI PER LE PUBBLICHE AFFISSIONI

##### 1. Tipologie ammesse

Gli impianti per le pubbliche affissioni sono riservati al Servizio pubbliche affissioni che predisporrà un progetto di dettaglio contenente l'ubicazione dei nuovi impianti ed il riordino dell'esistente, nei limiti quantitativi indicati all'art. 4 comma 1 lett. a). Tali impianti sono costituiti da supporti atti ad ospitare le affissioni di natura istituzionale e sociale e comunque non a rilevanza economica. Tutti gli impianti per le affissioni hanno di regola dimensioni pari o multiple di cm. 70x100

##### B. Impianto per affissioni

###### B.1 Vetrina

###### B.2 Stendardo porta manifesti

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

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

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

###### B.4 Tabella a muro

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

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

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

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

3. Il Comune ha l'obbligo di provvedere alla manutenzione ordinaria e straordinaria degli impianti delle pubbliche affissioni ed al loro adeguamento nel rispetto del presente Piano.

### Art. 13

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

1. Le aziende affidatarie di servizi pubblici locali nel territorio del Comune di Firenze, per le attività individuate nella Tabella C – Quantità da riservare in base all'art. 13 del Piano Generale degli Impianti Pubblicitari - allegata e parte integrante e sostanziale del presente Piano - possono utilizzare gli impianti o strutture, ricadenti in aree pubbliche, finalizzate allo svolgimento dei servizi medesimi per l'installazione di manufatti pubblicitari nei limiti dimensionali e quantitativi di cui alla predetta Tabella C.

2. L'installazione dei mezzi pubblicitari di cui al comma che precede avviene previa presentazione alla Giunta Comunale, ai sensi dell'art. 48 del D.Lgs. n. 267/2000, di progetti di interventi unitari per zone omogenee della città tenendo conto di fattori ambientali, architettonici e contenenti eventuali deroghe alla Tabella A allegata e costituente parte integrante e sostanziale del presente Piano, nonché alle distanze di cui all'art. 7, comma 2, lett. e) del presente Piano.

3. La Giunta Comunale, nel rispetto di quanto previsto dagli atti programmatori del Consiglio Comunale, nel valutare i progetti di cui al comma 2 del presente articolo, può esprimere indirizzi all'Ufficio competente al fine di tutelare il decoro urbano, la sostenibilità e compatibilità del/degli impianto/i con l'identità architettonica e paesaggistica.

4. L'eventuale Convenzione che regolerà i rapporti conseguenti, potrà prevedere utilità per l'Amministrazione Comunale anche in termini di servizi per la città o per l'utenza.

#### ART. 14 PROGETTO UNITARIO DELLE AREE BIKE SHARING

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

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

- la pubblicità non potrà contenere immagini di alcun tipo ma esclusivamente riportare in caratteri alfabetici la ragione sociale della ditta o società pubblicizzata o, in alternativa, il suo logo;
- dovrà essere contenuta nella superficie massima di 250 cmq., misurata secondo la figura geometrica elementare più idonea a ricomprendere interamente la scritta o il logo;
- sarà soggetta ad autorizzazione, ancorché non rientri nelle quantità di cui all'art. 4;
- potrà essere intercambiabile esclusivamente in presenza di una autorizzazione con durata annuale. Negli altri casi non potrà essere intercambiabile e dovrà rappresentare un unico soggetto anche qualora si utilizzino, nei limiti di cui sopra, più spazi.

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

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

5. In tutte le altre zone indicate nel presente Piano gli impianti autorizzabili per ogni stazione non potranno essere superiori a due, senza limitazioni pubblicitarie.

#### ART. 15 PUBBLICITA' SU CANTIERI E PONTEGGI

1. La decisione sull'installazione di pubblicità sui cantieri di lavori dell'Amministrazione Comunale (recinzioni o gigantografie su ponteggi per interventi di nuova edificazione, manutenzione, restauro

o di ristrutturazione) è sempre riservata all'Amministrazione stessa. Nel caso di interventi sul patrimonio immobiliare comunale realizzati in tutto o in parte mediante sponsorizzazione, può essere concesso allo sponsor lo sfruttamento della pubblicità del proprio marchio e dei propri prodotti e servizi sui cantieri dell'Amministrazione Comunale, nel rispetto delle previsioni della vigente normativa di settore e del presente Piano.

2. La Giunta Comunale approva il progetto della recinzione unitamente al progetto dell'opera pubblica, tenuto conto delle esigenze di conservazione e valorizzazione del patrimonio immobiliare del Comune in tutte le sue forme, compreso quello monumentale ed artistico, gli edifici scolastici e gli impianti sportivi, per gli interventi sul patrimonio immobiliare comunale realizzati in tutto o in parte mediante sponsorizzazione.

3. Fatte salve le ipotesi di cui all'art. 24, comma 2, secondo periodo del presente Piano, l'installazione di pubblicità su cantieri e ponteggi da parte dei privati è autorizzata previa valutazione di un progetto da parte della Giunta Comunale, ai sensi dell'art. 48 del D.Lgs. n. 267/2000.

4. Il progetto di cui al comma 3 dovrà prevedere forme di pubblicità le cui caratteristiche, dimensionali e di contenuto, non siano ripetitive di altra pubblicità tabellare già esposta nel territorio comunale.

5. La superficie della pubblicità di cui al comma 3 non dovrà essere superiore al 20% della superficie della recinzione medesima, come risulterà dal prodotto della sua lunghezza prospiciente la strada pubblica, per la rispettiva altezza e la tipologia dell'unico impianto proposto non potrà eccedere la struttura della recinzione.

6. La Giunta Comunale, nel valutare il progetto di cui al comma 3 del presente articolo, e nel rispetto degli atti programmatici del Consiglio Comunale, può esprimere indirizzi all'Ufficio competente al fine di tutelare il decoro urbano, la sostenibilità e compatibilità con l'identità architettonica e paesaggistica, in ordine a: tipologia della recinzione, tipologia dell'impianto pubblicitario e durata dell'autorizzazione tenuto conto della sussistenza e validità del titolo edilizio.

7. Sono fatte in ogni caso salve le disposizioni contenute nell'Allegato 4-Specifiche tecniche per la pubblicità sui cantieri e sui ponteggi-, costituente parte integrante e sostanziale del presente Piano, nonché quelle contenute nell'Allegato 1 parte A in materia di installazioni su ponteggi.

## ART. 16 PROGETTO UNITARIO DELLE AREE FERROVIARIE

1. Gli impianti in area ferroviaria dovranno essere individuati all'interno di un apposito Progetto unitario approvato dalla Giunta Comunale tenendo conto di fattori ambientali, architettonici ed in analogia a quanto previsto dall'art. 13 comma 2 del presente Piano.

2. Le aree ferroviarie sono quelle con destinazione ferroviaria secondo gli strumenti urbanistici vigenti.

3. Gli impianti ammessi nel Progetto unitario delle aree ferroviarie sono quelli previsti nelle rispettive zone di appartenenza così come individuate all'art. 9 – Zonizzazione del territorio comunale fatto salvo quanto indicato al comma 1 del presente articolo.

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

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

b. Proposta progettuale corrispondente alle prescrizioni del presente Piano che:

- evidenzi gli impianti previsti e la loro congruità con le prescrizioni del presente Piano;
- valuti il corretto inserimento ambientale dei nuovi impianti;
- tenga conto delle caratteristiche morfologiche, formali, compositive ed architettoniche dello spazio interessato dall'intervento e del suo intorno urbano;
- contribuisca a diminuire l'inquinamento visivo della scena urbana;
- risponda alle esigenze di circolazione e di traffico.

5. Il progetto unitario dovrà prevedere la localizzazione di impianti pubblicitari lungo le aree del demanio ferroviario nel rispetto delle tipologie ammissibili per ogni zona del Piano fatto salvo quanto indicato al comma 1 del presente articolo.

6. La procedura di presentazione e gli elaborati del progetto unitario sono quelli indicati al precedente comma 4 b. oltre alla bozza di convenzione da stipulare tra il richiedente e il Comune di Firenze.

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

### **TITOLO III**

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

##### Art. 17 PUBBLICITÀ FONICA

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

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

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

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

##### Art. 18

## PUBBLICITÀ A MEZZO AEROMOBILI O PALLONI FRENATI E NATANTI

1. La pubblicità a mezzo aeromobili o palloni frenati è ammessa, previa autorizzazione, esclusivamente in occasione di manifestazioni sportive o di particolare rilevanza cittadina e nazionale.
2. Gli aeromobili potranno stazionare nei luoghi ove avviene la manifestazione o, se in volo, solo se regolarmente autorizzati dalla competente autorità ministeriale.
3. È vietata qualsiasi forma di pubblicità sui natanti.
4. La durata dell'autorizzazione è strettamente legata alla durata della manifestazione.

### Art. 19

#### PUBBLICITÀ SUI VEICOLI

1. Ferme restando le disposizioni del D.Lgs. 30/04/1992 n. 285 e del DPR 16/12/1992 n. 495 e ss. mm. ii. che regolano l'effettuazione della pubblicità sui veicoli, di seguito si individuano le tipologie di veicoli sui quali è effettuabile la pubblicità per conto terzi:
  - a) veicoli adibiti al servizio per trasporto di linea e non di linea (ex art. 82 D.Lgs. 30/04/1992 n. 285 ), sugli scuolabus del servizio pubblico e sui veicoli di proprietà o nella disponibilità dell'Amministrazione Comunale destinati al trasporto di persone svantaggiate;
  - b) veicoli adibiti al servizio di piazza per trasporto di persone;
  - c) veicoli utilizzati con funzioni di bus navetta, alle seguenti condizioni:
    - che il veicolo sia di proprietà o in locazione del soggetto che effettua la pubblicità;
    - che sia realizzata con un massimo di due pannelli monofacciali con forme geometriche regolari aventi complessivamente dimensioni massime di 10.000 cmq e comunque relazionate alle dimensioni del veicolo ed avere una sporgenza massima di cm. 3 rispetto alla superficie del veicolo alle cui fiancate dovranno essere saldamente ancorati.
  - d) veicoli utilizzati per servizio di cortesia riservati a clientela selezionata, in occasione di manifestazioni di particolare rilevanza per la città alle seguenti condizioni:
    - che si tratti di iscrizioni relative all'attività commerciale dell'azienda richiedente, esclusivamente in occasione di manifestazioni di particolare rilevanza per la città;
    - che i veicoli siano messi a disposizione della clientela senza alcun corrispettivo economico.
2. È sempre vietata la pubblicità su ruote, cerchioni e comunque su parti non omologate unitamente al veicolo, nei casi in cui l'omologazione sia richiesta dalle leggi vigenti.
3. Su tutti i mezzi di locomozione, diversi da quelli sopra elencati, è sempre vietata l'effettuazione di pubblicità per conto terzi.
4. La pubblicità per conto proprio sui veicoli è consentita nelle forme e nei modi previsti dall'art. 57 D.P.R. 495/92 (Regolamento di esecuzione ed attuazione del nuovo codice della strada).
5. Per le imprese che svolgono attività di noleggio di velocipedi e di veicoli atipici per trasporto persone o cose, non dotati di motore a combustione interna, e quelli destinati a circolare

esclusivamente nelle aree pedonali, sui marciapiedi e sulle piste ciclabili, è ammessa la possibilità dell'effettuazione della pubblicità per conto proprio con le seguenti limitazioni:

- dovrà essere contenuta nella superficie massima consentita dal veicolo senza sporgenze e comunque di dimensioni massime cm. 70 x 100., misurata secondo la figura geometrica elementare più idonea a ricomprendere interamente la pubblicità;
- sarà soggetta ad autorizzazione, ancorché non rientri nelle quantità di cui all'art. 4;
- dovrà riportare esclusivamente la denominazione dell'attività, i servizi offerti e le modalità di fruizione degli stessi.

#### Art. 20

#### VEICOLI SPECIALI DESTINATI A PUBBLICITÀ ITINERANTE

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

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

3. Qualora le disposizioni di cui al comma precedente siano disattese e ferme restando le altre sanzioni vigenti in materia, si procede alla immediata copertura della pubblicità ai sensi del successivo art. 46 e alla comminazione della sanzione amministrativa pecuniaria di cui all'ultimo comma dell'art. 46.

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

#### Art. 21

#### PUBBLICITÀ COMMERCIALE IN LUOGHI PUBBLICI O APERTI AL PUBBLICO CARTELLI DI LOCAZIONE E COMPRAVENDITA BANDIERE

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

2. Previa autorizzazione è effettuabile la pubblicità mediante distribuzione di manifesti od altro materiale pubblicitario ovvero mediante persone circolanti con cartelli ed altri mezzi pubblicitari sul territorio comunale. Tali forme di pubblicità sono sempre vietate nella zona 1 indicata all'art. 9 del presente Piano e nelle altre zone individuate di volta in volta con ordinanza sindacale adottata ai sensi e per le finalità di cui all'art. 1, commi 1 e 2 del presente Piano. Nell'autorizzazione vengono specificati i luoghi, i giorni e il numero delle persone impiegate sulla base dei quali verrà calcolato il canone.

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

4. Cartelli: i cartelli riguardanti la locazione e la compravendita di beni immobili e/o posti auto quando siano di dimensioni superiori ad un quarto di metro quadrato e/o riportino la ragione sociale o l'attività di colui che vende o affitta a condizione che siano collocati sul bene interessato e/o nelle sue pertinenze. Gli impianti pubblicitari riferiti alla vendita o alla locazione di immobili di nuova o vecchia costruzione dovranno avere la caratteristica di cartello pubblicitario non luminoso ed una dimensione massima di mq. 3, da collocarsi su pareti o ponteggi degli immobili stessi.

Detta pubblicità, nel rispetto di quanto previsto dal D. Lgs. n. 42/04, potrà essere autorizzata in tutto il territorio cittadino; in presenza di ponteggi essa dovrà essere posizionata ad un'altezza di oltre mt. 3 da terra.

5. Bandiere:

- rappresentanti antiche arti e mestieri cittadini o aventi altro contenuto indicato dall'Ufficio competente in materia di Tradizioni Popolari Fiorentine: elemento bidimensionale bifacciale realizzato esclusivamente in tela di cotone senza aggiunte di carta, plastica o altro materiale. Dimensioni massime 2,5 mq. Tali elementi potranno essere autorizzati limitatamente alla stretta durata di specifici eventi.

- pubblicitarie: elemento bidimensionale bifacciale. Nei resedi ad uso esclusivo delle attività poste nelle zone commerciali e produttive, nelle aree di distribuzione di carburante, come specificatamente indicate negli strumenti urbanistici comunali, è possibile, previa autorizzazione, l'esposizione di bandiere che pubblicizzino il proprio marchio o quello di prodotti commercializzati nei suddetti spazi o, infine, riferibili a campagne pubblicitarie svolte dall'azienda che ha sede nel luogo, a condizione che le bandiere abbiano una superficie massima di 2,5 mq. e che il loro numero non sia superiore a dieci per ciascun insediamento.

#### **TITOLO IV**

### **AUTORIZZAZIONE PER L'INSTALLAZIONE DI IMPIANTI PUBBLICITARI DIVERSI DA QUELLI DI CUI ALL'ART. 4 COMMA 1 LETT. B**

#### **Art. 22**

#### **MODALITA' DI PRESENTAZIONE PROGETTI E RILASCIO DI AUTORIZZAZIONE**

1. Per tutte le fattispecie di impianti pubblicitari contemplate nel presente Piano nonché per le tipologie di altra pubblicità su suolo pubblico e privato, non trova applicazione l'istituto del silenzio-assenso né della segnalazione certificata di inizio attività di cui agli artt. 19 e 20 della Legge 7.08.90 n. 241 e ss.mm.ii., atteso che il rilascio dell'autorizzazione comunale alla collocazione di impianti pubblicitari comporta valutazioni tecniche e discrezionali nell'ambito di limiti di contingente complessivo.

2. Tutte le domande e/o comunicazioni previste dal presente Piano devono essere indirizzate esclusivamente alla Direzione Sviluppo Economico, e possono essere compilate sui moduli predisposti dall'Amministrazione. L'elenco degli elaborati necessari alla presentazione dei progetti è contenuto nell'Allegato 3 alle presenti norme che sarà aggiornato da parte della Direzione competente a seguito di eventuali modifiche normative.

3. Il procedimento autorizzatorio avrà la durata di novanta giorni che decorreranno con le modalità di cui al vigente Regolamento comunale in materia di procedimento amministrativo.

4. Entro il termine stabilito dal precedente comma, qualora la domanda sia completa della documentazione prevista nell'Allegato 3, l'ufficio competente provvede a rilasciare la relativa autorizzazione o comunicare motivato diniego; nel caso in cui la domanda non sia corredata dalla documentazione prevista, ovvero nel caso in cui il responsabile del procedimento ritenga di dover acquisire ulteriore documentazione, ne fa richiesta entro 30 giorni dalla data di presentazione della domanda. Qualora l'ulteriore documentazione richiesta non sia prodotta dall'interessato entro 30 giorni dalla richiesta stessa, la domanda sarà archiviata.

5. L'autorizzazione per installare e modificare impianti pubblicitari è rilasciata fatti salvi i diritti di terzi ed il Comune resta sollevato da qualsiasi responsabilità derivante dall'installazione e dalla presenza del mezzo pubblicitario.

6. Quando gli impianti pubblicitari siano installati in strade ricadenti nel demanio provinciale o statale, gli stessi devono ottenere il preventivo nulla osta dell'ente proprietario della strada. Quando i cartelli o altri mezzi pubblicitari collocati su una strada, siano visibili da un'altra strada appartenente ad ente diverso, l'autorizzazione è subordinata al preventivo nulla osta di quest'ultimo.

#### Art. 23

### VARIAZIONI DEL MESSAGGIO PUBBLICITARIO

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

#### Art. 24

### DURATA E RINNOVO DELL'AUTORIZZAZIONE

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

2. La durata dell'installazione di gigantografie su ponteggi, tipologia C2 di cui all'Allegato 1 parte A è indicata nell'atto autorizzatorio, sulla base degli indirizzi formulati dalla Giunta Comunale, ai sensi dell'art. 15 comma 6 del presente Piano. Per tutti gli interventi di manutenzione che non richiedono la presentazione di una pratica edilizia la validità dell'autorizzazione non potrà essere superiore a novanta giorni con una sola possibile proroga fino ad un complessivo massimo di 180 giorni per dimostrato impedimento tecnico al completamento dei lavori stessi.

3. L'autorizzazione all'installazione di mezzi pubblicitari provvisori in occasione di manifestazioni, mostre, spettacoli ha validità da 7 gg. antecedenti l'evento e fino alle 24 ore successive allo stesso.

4. L'autorizzazione all'installazione di mezzi pubblicitari permanenti potrà essere rinnovata con provvedimento espresso dell'Amministrazione comunale da richiedersi almeno sei mesi prima della scadenza dell'autorizzazione originaria. L'istanza di rinnovo deve contenere autocertificazione sottoscritta dal richiedente sotto la propria responsabilità attestante la piena conformità del manufatto all'autorizzazione rilasciata.

5. In mancanza del provvedimento espresso di rinnovo dell'autorizzazione, la stessa decade senza necessità di disdetta, scaduti i termini di cui al comma 1.

#### Art. 25

### OBBLIGHI DELL'INTESTATARIO DELL'AUTORIZZAZIONE

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

2. Ad installazione avvenuta e prima dell'effettivo inizio dell'attività pubblicitaria è obbligatoria la presentazione di un'asseverazione sull'avvenuta installazione conformemente all'atto ed alla normativa di riferimento, a firma di tecnico a ciò abilitato.

3. Il titolare dell'autorizzazione ha l'obbligo di:

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

4. Su ogni cartello o mezzo pubblicitario autorizzato dovrà essere saldamente fissata, a cura e spese del titolare dell'autorizzazione, una targhetta stampata di dimensioni cm. 21 x 15, posta in posizione facilmente accessibile sul piede dell'impianto, sulla quale sono riportati i seguenti dati:

- a. Comune di Firenze;
- b. soggetto titolare;
- c. numero e data dell'autorizzazione e relativa data di scadenza.
- d. Codice dell'impianto assegnato dal Comune unitamente al rilascio dell'autorizzazione.

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

#### Art. 26

### ANTICIPATA RIMOZIONE

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

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

Art. 27  
SUB-INGRESSO NELL'AUTORIZZAZIONE

1. Il sub-ingresso nell'autorizzazione avviene mediante semplice comunicazione del nuovo intestatario all'ufficio competente.
2. L'ufficio competente provvederà all'inoltro della comunicazione alla Direzione Risorse Finanziarie per la conseguente modifica del nominativo del soggetto tenuto al pagamento del canone.
3. In caso di mancata comunicazione di subingresso si applicano le sanzioni di cui all'art. 24 del D.Lgs. n. 507/1993 e ss.mm.ii..

Art. 28  
DECADENZA E REVOCA DELL'AUTORIZZAZIONE

1. L'autorizzazione può essere revocata prima dei cinque anni per motivi di interesse pubblico incompatibili con la permanenza dell'impianto.
2. L'autorizzazione decade:
  - a. per scadenza del termine di cui all'art. 24;
  - b. per inadempimento degli obblighi da parte del titolare dell'autorizzazione;
  - c. per mancata corresponsione del canone per l'installazione dei mezzi pubblicitari dovuto al Comune;
  - d. per rinuncia espressa con documentazione dell'avvenuta rimozione dell'impianto.
  - e. per mancata presentazione della documentazione di cui all'art. 25 comma 2 del presente Piano.
  - f. per più di tre violazioni, accertate nell'arco dell'anno solare, all'art. 7 comma 1 primo periodo del presente Piano.

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

Art. 29  
ISTITUZIONE DEL CANONE

1. Con decorrenza dal 1° gennaio 2001, a norma dell'art. 62, comma 2, del decreto legislativo 15 dicembre 1997, n. 446, è istituito il canone per l'installazione di mezzi pubblicitari che sarà applicato secondo le disposizioni del presente Piano.
2. Dalla stessa data nel territorio del Comune di Firenze è esclusa l'applicazione dell'imposta comunale sulla pubblicità di cui al capo I del D.Lgs. 507/93 e ss. mm.ii.
3. E' soggetta al canone comunale sulla pubblicità la diffusione di ogni messaggio pubblicitario effettuata, in qualsiasi forma visiva o acustica – diversa da quella assoggettata al diritto sulle pubbliche affissioni - in luoghi pubblici o aperti al pubblico, o che sia percepibile da tali luoghi. La diffusione del messaggio pubblicitario effettuata senza titolo è soggetta alle disposizioni di cui ai successivi art. 44 e 45.
4. Si considerano rilevanti ai fini dell'assoggettamento al canone:

- a. i messaggi diffusi nell'esercizio di un'attività economica allo scopo di promuovere la domanda e la diffusione di beni e servizi di qualsiasi natura;
- b. i messaggi finalizzati a migliorare l'immagine del soggetto pubblicizzato;
- c. i mezzi e le forme atte ad indicare o individuare il luogo nel quale viene esercitata un'attività.

#### Art. 30

#### SOGGETTI TENUTI AL PAGAMENTO DEL CANONE

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

#### Art. 31

#### GESTIONE DELLA PROCEDURA AMMINISTRATIVA

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

#### Art. 32

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

1. I criteri per la determinazione delle tariffe per l'applicazione del canone sono individuati sulla scorta di considerazioni e criteri generali di seguito indicati:
  - Considerazioni generali:
    - o Rilevanza internazionale della città sotto il profilo culturale, artistico, architettonico e paesaggistico;
    - o Rilevanza internazionale dei flussi turistici;
    - o Rilevanza dei flussi di pendolarismo che convergono sulla città dagli altri Comuni della Provincia e della Regione.
  - Criteri generali:
    - o Suddivisione delle strade, piazze ed altre aree di circolazione in tre categorie con graduazione tariffaria in conseguenza della differente classificazione secondo le specifiche indicazioni ed esclusioni riportate agli artt. 33 e 35 del presente Piano;
    - o Differenziazione e conseguente graduazione delle tariffe del canone a seconda delle tipologie e della durata dell'autorizzazione;
    - o Attribuzione di una maggiorazione di canone per i mezzi pubblicitari luminosi o illuminati rispetto a quelli privi di luce;

o Entità della superficie di ogni singolo mezzo pubblicitario e conseguentemente dell'impatto sull'ambiente o sull'arredo urbano. Per talune tipologie la dimensione non ha determinato la suddivisione in classi di superficie in considerazione della loro specificità con i criteri di cui ai successivi artt. 33 e 35 del presente Piano.

2. Le tariffe relative alle singole tipologie di pubblicità sono determinate ai sensi dell'art. 42 del D.Lgs. 267/2000 ess.mm.ii., con provvedimento della Giunta Comunale.

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

#### Art. 33

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

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

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

- Alla categoria “ inferiore “ si applica la tariffa di base;
- Alla categoria “ superiore “ si applica la tariffa di base aumentata del 100%;
- Alla categoria “ ulteriore “ si applica la tariffa di base aumentata del 200%;

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

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

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

#### Art. 34

### MAGGIORAZIONI DELLE TARIFFE.

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

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

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

## Art. 35

### TARIFFE DI APPLICAZIONE DEL CANONE SECONDO LE TIPOLOGIE SPECIFICATE NEL PRESENTE PIANO E NEL REGOLAMENTO PER LE INSEGNE

1. Cartello – Decorazione su parete di particolare pregio artistico – Gigantografia su parete cieca – Impianto pubblicitario speciale – Impianto su arredo urbano - Impianto di affissione diretta - Stendardo - Bandiere.

Per la pubblicità effettuata mediante cartelli, decorazione su parete di particolare pregio artistico, gigantografie su pareti cieche, impianti pubblicitari speciali, impianti su arredo urbano, impianti di affissione diretta, stendardi, bandiere, è stabilita una tariffa base per ogni mq alla quale sono applicabili le maggiorazioni di cui agli artt. 33 e 34 del presente Piano, comprese quelle per classi di superficie così determinate:

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

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

Si considera temporanea la pubblicità autorizzata per un periodo non superiore a 365 giorni.

La tariffa per la pubblicità temporanea si applica per ogni metro quadrato e per ogni periodo espresso in giorni, rispettivamente, fino a 30, oltre 30 e fino a 60, oltre 60 e fino a 90, oltre 90 e fino a 365. La tariffa per la pubblicità permanente si applica per ciascun metro quadrato e per ogni periodo dal 1° gennaio al 31 dicembre o frazione. Per la pubblicità effettuata mediante affissioni dirette di manifesti e simili su apposite strutture adibite alla esposizione di tali mezzi, la tariffa si applica in base alla superficie complessiva degli impianti per ogni periodo dal 1° gennaio al 31 dicembre o frazione, indipendentemente dall'utilizzo degli impianti medesimi.

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

2. Pubblicità su ponteggio.

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

Alle tariffe base sono applicabili le maggiorazioni di cui gli artt. 33 e 34 del presente Piano, comprese quelle per classi di superficie, con le seguenti modalità:

2.1. Gigantografia artistica;

- o maggiorazione 100% per superfici oltre 10 e fino a 30 mq;
- o maggiorazione 200% per superfici oltre 30 mq.;

Per la tipologia 2.1 la superficie minima assoggettabile a canone per ciascuna autorizzazione è pari a mq 10;

4. Fonica.

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

Non sono applicabili maggiorazioni.

#### 5. Aeromobile.

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

Non sono applicabili maggiorazioni.

#### 6. Pallone frenato.

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

7. Veicolo in genere, veicolo adibito a trasporto di linea – servizio taxi – bus-navetta – veicoli di cortesia, veicoli di proprietà o nella disponibilità dell'Amministrazione Comunale destinati al trasporto di persone svantaggiate.

##### a. Veicolo in genere.

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

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

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

##### d. veicoli utilizzati per servizio di cortesia

##### e. veicoli di proprietà o nella disponibilità dell'Amministrazione Comunale destinati al trasporto di persone svantaggiate.

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

Per la tipologia di cui alle lettere b., c. e d. è ammessa la pubblicità temporanea per singole campagne pubblicitarie di durata fino a 90 giorni. In tal caso si applica una tariffa pari ai 3/10 di quella annua.

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

## 8. Locandine.

Per la pubblicità effettuata mediante affissione autorizzata dal Servizio competente della Direzione Risorse Finanziarie, di locandine, cartoncini, manifesti e simili, è stabilita una tariffa per ogni metro quadrato o frazione per ogni periodo di esposizione di 30 giorni o frazione. Non sono applicabili maggiorazioni.

Tale forma pubblicitaria è autorizzata mediante apposizione del timbro dell'ufficio recante la data di scadenza, previa dichiarazione da compilare da parte del richiedente su apposito stampato fornito dal competente ufficio. Quando l'affissione diretta ha carattere ricorrente e comporta aggiornamenti con più edizioni nel corso dei 30 giorni di validità, l'utente dovrà presentare anticipatamente apposita dichiarazione con allegato l'elenco dettagliato dei locali all'interno dei quali detti mezzi pubblicitari saranno collocati. In questa ipotesi si prescinde dalla timbratura sopraindicata a condizione che l'utente esponga le locandine esclusivamente nelle posizioni ricomprese nell'elenco allegato alla dichiarazione e consegni copia della locandina medesima al servizio affissioni ad ogni aggiornamento.

Per le locandine di superficie inferiore a 300 cmq non si applica il canone e non necessita né la dichiarazione, né il timbro di autorizzazione; in tale caso si applicano le disposizioni di cui al comma 7, dell'art. 36 del presente Piano.

## 9. Volantinaggio - persona circolante.

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

Non sono applicabili maggiorazioni.

## 10. Proiezione.

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

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

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

Per la pubblicità effettuata mediante insegne, targhe, vetrofanie e simili è stabilita una tariffa base alla quale sono applicabili le maggiorazioni di cui agli art. 33 e 34 del presente Piano, comprese quelle per classi di superficie, così determinate:

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

Si considera temporanea la pubblicità autorizzata per un periodo non superiore a 365 giorni. La tariffa per la pubblicità temporanea si applica per ogni metro quadrato e per ogni periodo espresso in giorni, rispettivamente, fino a 30, oltre 30 e fino a 60, oltre 60 e fino a 90, oltre 90 e fino a 365.

La tariffa per la pubblicità permanente si applica per ogni metro quadrato e per ogni periodo dal 1° gennaio al 31 dicembre o frazione.

b. Pubblicità su veicoli di proprietà dell'Impresa.

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

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

Non sono applicabili maggiorazioni.

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

#### ART. 36 APPLICAZIONE DEL CANONE

1. Il canone è commisurato, in rapporto alla tariffa, alla superficie della minima figura piana geometrica in cui è circoscritto il mezzo pubblicitario indipendentemente dal numero dei messaggi in esso contenuti, anche nel caso di impianti con messaggi variabili.
2. Le superfici inferiori ad un metro quadrato si arrotondano per eccesso al metro quadrato, e le frazioni di esso, oltre il primo, a mezzo metro quadrato.
3. In caso di più installazioni, anche aventi la medesima natura, concesse con separati atti amministrativi, il canone si applica avendo riguardo ad ogni singola installazione.
4. Per i mezzi polifacciali, il canone è calcolato in base alla superficie complessiva adibita alla pubblicità.
5. Per i mezzi bifacciali a facciate contrapposte, che non comportano sommatoria di efficacia pubblicitaria, non si applica il disposto del comma precedente quando la somma delle due facciate comporta il passaggio ad una classe di superficie più elevata. Ai fini del calcolo di superfici esenti o non assoggettabili al canone si fa comunque riferimento alla superficie complessiva del mezzo.
6. Per i mezzi pubblicitari aventi dimensioni volumetriche, il canone è calcolato in base alla superficie complessiva risultante dallo sviluppo del minimo solido geometrico in cui può essere circoscritto il mezzo stesso.
7. I festoni di bandierine e simili, nonché i mezzi di identico contenuto ovvero riferibili al medesimo soggetto obbligato, collocati in connessione tra loro, si considerano, agli effetti del calcolo della superficie assoggettabile a canone, come unico mezzo pubblicitario.
8. Non è assoggettabile al canone l'installazione di mezzi pubblicitari di superficie inferiore a 300 centimetri quadrati.

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

10. Per ragioni di economicità non si procederà:

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

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

#### Art. 37 ESCLUSIONI

1. È esclusa dal canone:

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

b. la pubblicità effettuata su veicoli ferroviari.

#### Art. 38 ESENZIONI

1. Sono esenti dal canone:

a. i mezzi pubblicitari realizzati per il conseguimento di propri fini istituzionali e relativi ad iniziative organizzate direttamente ed esclusivamente dal Comune di Firenze, dallo Stato, dalla Regione Toscana, dalla Provincia di Firenze, nonché per quelle effettuate da enti religiosi ammessi dallo Stato per l'esercizio del culto, a condizione che non compaiano sul mezzo pubblicitario riferimenti a soggetti diversi da quelli istituzionali sopraindicati per i quali è prevista l'esenzione. La presenza di eventuali sponsor o altre diciture o logotipi a carattere commerciale, all'interno del mezzo pubblicitario, mantiene l'esenzione a condizione che la superficie utilizzata a tale scopo sia inferiore al 10% del totale con un limite massimo di 1 mq, ovvero inferiore al 20% del totale per i soli impianti di segnalazione di sponsorizzazione delle aree verdi pubbliche. La Direzione Risorse Finanziarie concederà l'esenzione per quanto riguarda: lo Stato, la Regione Toscana e la Provincia di Firenze previa formale richiesta da parte degli Enti in questione, da presentare almeno tre giorni prima del rilascio dell'autorizzazione, ove si attesti altresì la sussistenza dei presupposti alla esenzione;

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

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

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

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

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

- g. i mezzi pubblicitari comunque realizzati all'interno, sulle facciate esterne o sulle recinzioni dei locali di pubblico spettacolo qualora si riferiscano alle rappresentazioni in programmazione nel locale medesimo;
- h. i mezzi pubblicitari, escluse le insegne, relativi ai giornali ed alle pubblicazioni periodiche, se esposti sulle sole facciate esterne delle edicole o nelle vetrine o sulle porte di ingresso dei negozi ove si effettua la vendita;
- i. i mezzi pubblicitari esposti all'interno delle stazioni dei servizi di trasporto pubblico di ogni genere inerenti l'attività esercitata dall'impresa di trasporto, nonché le tabelle esposte all'esterno delle stazioni stesse o lungo l'itinerario di viaggio, per la parte in cui contengono informazioni relative alle modalità di effettuazione del servizio;
- j. le insegne, le targhe e simili apposte per l'individuazione delle sedi di comitati, associazioni, fondazioni, onlus, ed ogni altro ente che non persegua scopo di lucro, limitatamente ad un mezzo pubblicitario per ogni sede. Quando i mezzi sono più di uno l'esenzione è concessa per quello che comporta il pagamento del canone più basso;
- k. le insegne, le targhe e simili la cui esposizione sia obbligatoria per disposizioni di legge o di regolamento, sempre che la superficie del mezzo usato, qualora non espressamente stabilita, non superi il mezzo metro quadrato di superficie;
- l. l'indicazione del marchio, della ragione sociale e dell'indirizzo e del numero telefonico dell'impresa sui veicoli di sua proprietà o adibiti ai trasporti per suo conto, purché sia apposta non più di due volte e ciascuna iscrizione non sia superiore a mezzo metro quadrato;
- m. l'indicazione della ragione sociale e del marchio sui veicoli adibiti al trasporto pubblico di linea.
- n. la pubblicità inerente la donazione del sangue.
- o. la pubblicità effettuata da Associazioni o società sportive dilettantistiche senza fine di lucro, all'interno degli impianti dalle stesse utilizzati per manifestazioni sportive dilettantistiche con capienza inferiore ai 3.000 posti. L'esenzione compete esclusivamente per le forme pubblicitarie interne che non siano percepibili esternamente. La Direzione Risorse Finanziarie concederà il beneficio in questione previa formale richiesta da parte delle Associazioni o Società interessate, da presentare almeno tre giorni prima del rilascio dell'autorizzazione, ove si attesti altresì la sussistenza dei requisiti soggettivi ed oggettivi per l'ottenimento della esenzione.
- p. le iniziative pubblicitarie di cui sia prevista, in sede di convenzione tra il Comune di Firenze ed altri soggetti, la sostituzione del presente Canone con vantaggi di altra natura per l'Ente.

#### Art. 39 RIDUZIONI

1. Le riduzioni del canone, a qualunque titolo previste, non sono cumulabili e si applicano alla tariffa finale di ciascuna tipologia pubblicitaria.
2. Qualora più di una delle riduzioni previste nel presente articolo siano riconducibili alla stessa fattispecie, si applica quella di maggiore entità.
3. La tariffa finale dei mezzi pubblicitari di cui ai commi 1, 2 ed 11 a. dell'art. 35 del presente Piano è ridotta del 35% per i mezzi pubblicitari installati su beni di proprietà di soggetti diversi dal Comune di Firenze. Per le tipologie di cui al comma 2, art. 35, del presente Piano, si fa riferimento alla titolarità dell'immobile oggetto di intervento; per le tipologie pubblicitarie poste su recinzioni di cantiere si fa riferimento alla proprietà dell'opera in corso di realizzazione.
4. La tariffa finale è ridotta del 50% per la pubblicità effettuata da comitati, associazioni, fondazioni, onlus, ed ogni altro ente che non abbia scopo di lucro. Tale beneficio è concesso esclusivamente per manifestazioni o iniziative aperte al pubblico e con accesso del tutto gratuito.

5. La tariffa finale è ridotta del 50% per la pubblicità relativa a manifestazioni politiche, sindacali e di categoria, culturali, sportive, filantropiche e religiose, da chiunque realizzate, con il patrocinio o la partecipazione del Comune di Firenze.
6. La tariffa finale è ridotta del 50% per la pubblicità relativa a festeggiamenti patriottici, religiosi.
7. La tariffa finale è ridotta del 10% per la pubblicità che non necessita di autorizzazione, ai sensi del comma 2 lett. "d" dell'art. 3 del presente Piano, effettuata in apposite strutture sportive permanenti, quando la relativa comunicazione si riferisce ad una durata di 365 giorni. La comunicazione dovrà essere presentata alla Direzione Risorse Finanziarie prima dell'installazione dei mezzi pubblicitari. Nella stessa comunicazione l'interessato dovrà indicare il numero dei mezzi pubblicitari e le relative dimensioni e caratteristiche. Il canone dovrà essere versato per intero entro la data di installazione dei mezzi pubblicitari stessi.
8. La presenza di eventuali sponsor o altre diciture o logotipi a carattere commerciale, relative alle fattispecie previste nei commi 4, 5 del presente articolo all'interno del mezzo pubblicitario, mantiene la riduzione a condizione che la superficie utilizzata a tale scopo sia inferiore al 10% del totale con un limite massimo di 1 mq.
9. La tariffa finale è ridotta del 50% per le pubblicità di cui al punto 2 dell'art 35 del presente Piano (Gigantografie su ponteggi ) per i cantieri per la realizzazione di opere pubbliche dell'Amministrazione Comunale quando compaia il solo nome e/o logotipo dello sponsor.
10. Il beneficio di cui ai commi 4,5,6 è concesso dalla Direzione Risorse Finanziarie previa formale richiesta prodotta alla medesima, almeno tre giorni prima del rilascio dell'autorizzazione, da parte degli interessati e nella quale si attesti la sussistenza dei presupposti alla riduzione.

#### Art. 40 AGEVOLAZIONI

1. I titolari di esercizi commerciali o artigianali ubicati in piazze, strade, od altre aree di circolazione, nonché in aree mercatali anche coperte che insistono su suolo pubblico, precluse al traffico veicolare o pedonale a causa dell'esecuzione di lavori pubblici di durata superiore a sei mesi, possono beneficiare di una agevolazione sul canone annuale dovuto per l'installazione dei mezzi pubblicitari.
2. L'agevolazione consiste in una riduzione pari al 50% dell'importo del canone annuale dovuto per pubblicità permanente.
3. Nell'eventualità che il periodo di interruzione interessi due distinte annualità l'anno da considerare per l'agevolazione sarà quello nel quale l'interruzione avrà temporalmente la durata maggiore.
4. L'agevolazione è applicabile limitatamente ai luoghi ove i lavori sono stati effettivamente eseguiti.
5. I titolari interessati potranno avvalersi dell'agevolazione di cui al presente articolo previa presentazione di apposita domanda alla Direzione Risorse Finanziarie volta ad ottenere il beneficio con una delle seguenti modalità:

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

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

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

#### Art. 41

#### MODALITÀ E TERMINI DI PAGAMENTO DEL CANONE PER MEZZI PUBBLICITARI PERMANENTI

1. Le installazioni dei mezzi pubblicitari effettuate a seguito di autorizzazioni, con durata superiore a 365 giorni, sono assoggettate al canone e costituiscono una obbligazione autonoma riferita ad ogni periodo dal 1° gennaio al 31 dicembre.
2. Per l'anno iniziale si applicano le disposizioni del comma 3 dell'art. 42 del presente Piano.
3. Il pagamento del canone relativo alla prima annualità deve essere eseguito in unica soluzione anticipata rispetto alla data di inizio dell'installazione della pubblicità, nel rispetto degli adempimenti di cui all'art. 22 del presente Piano.
4. In caso di sostituzione di mezzi pubblicitari preesistenti si procederà al conguaglio fra il canone dovuto in seguito alla nuova autorizzazione e quello già corrisposto per lo stesso periodo.
5. Per le annualità successive a quella del rilascio dell'autorizzazione il pagamento del canone deve essere effettuato entro il 31 maggio di ciascun anno. Qualora, in corso di validità dell'autorizzazione, l'intestatario intenda rinunciare alla stessa, deve presentare apposita denuncia di cessazione all'ufficio comunale che a suo tempo ha rilasciato l'autorizzazione entro il 31 gennaio di ciascun anno di riferimento.
6. Le nuove autorizzazioni per mezzi pubblicitari già installati rilasciate a seguito di successione ereditaria o modifica della ragione sociale della stessa ditta intestataria, non danno luogo a nuovo assoggettamento a canone.
7. Non si dà luogo a rimborso per le installazioni di mezzi pubblicitari non utilizzati totalmente o parzialmente, anche nel caso di revoca dell'autorizzazione da parte del comune.
8. Si dà luogo al rimborso del canone eventualmente versato solo nel caso in cui il titolare dell'atto di autorizzazione, prima di procedere all'installazione dei mezzi pubblicitari, rinunci all'autorizzazione con apposita motivata comunicazione scritta diretta all'ufficio comunale che a suo tempo ha rilasciato il provvedimento.
9. Il pagamento del canone deve essere effettuato mediante versamento sull'apposito conto corrente postale intestato al Comune. L'importo dovuto è arrotondato per difetto o per eccesso ai cinquanta centesimi o all'unità di euro più vicina. In alternativa è ammesso il versamento diretto alla

Tesoreria Comunale o tramite bonifico bancario. I pagamenti effettuati con mezzi elettronici sono ritenuti validi purché effettuati presso sportelli abilitati a riceverli.

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

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

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

13. In deroga a quanto previsto al precedente comma 3 per i soli mezzi pubblicitari oggetto di "Segnalazione Certificata di Inizio Attività" (c.d. S. C. I. A.), di cui all'art. 49 c. 4 bis della L. 122/2010, il canone dovuto verrà richiesto a mezzo di raccomandata A.R., direttamente dalla competente Direzione Risorse Finanziarie all'interessato il quale dovrà effettuare, in ogni caso in unica soluzione, il relativo versamento entro e non oltre 30 giorni dal ricevimento della richiesta. In caso di omesso, parziale o tardivo pagamento si applicano le penalità previste dal successivo art. 43.

#### Art. 42

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

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

2. Non è ammesso il pagamento in forma rateale.

3. Le tariffe delle tipologie 1 e 11a) dell'art. 35 del presente Piano per mezzi pubblicitari autorizzati per una durata temporanea sono calcolate, ad eccezione di quanto disposto ai commi successivi del presente articolo, secondo i seguenti parametri:

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

4. La tipologia 2.1 dell'art. 35, in deroga a quanto stabilito dal comma 1 dell'art. 41, è da considerare comunque temporanea e quindi, anche quando l'autorizzazione è rilasciata per una durata superiore a 90 giorni, il pagamento va effettuato anticipatamente per periodi di 90 giorni o multipli di 90, salvo il residuo periodo finale.

5. Le tipologie "cartello" e "Impianto di affissione diretta" di cui al comma 1 dell'art. 35, quando sono collocate sulle recinzioni dei grandi cantieri, sono da considerare comunque temporanee, in deroga a quanto stabilito dal comma 1 dell'art. 41 del presente Piano.

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

7. Per la pubblicità autorizzata nel contesto ed in contemporanea con lo svolgimento di manifestazioni sportive dilettantistiche di durata non superiore a 3 giorni consecutivi, in deroga a quanto disposto dalla lettera a) del comma 3 del presente articolo nonché dal punto 1 comma 4 e dal punto 3 comma 1 dell'articolo 35 del presente Piano sono stabilite le seguenti misure tariffarie:

- a. per le tipologie di cui al comma 1 dell'art. 35 del presente Piano si applica la frazione di 1/100 della rispettiva tariffa annua;
- b. per la tipologia di cui al comma 3 dell'art. 35 del presente Piano si applica la frazione di 1/5 della rispettiva tariffa quindicinale.

8. In deroga a quanto previsto al precedente comma 1 per i soli mezzi pubblicitari oggetto di "Segnalazione Certificata di Inizio Attività" (c.d. S. C. I. A.), di cui all'art. 49 c. 4 bis della L. 122/2010, il canone dovuto verrà richiesto a mezzo di raccomandata A.R., direttamente dalla competente Direzione Risorse Finanziarie all'interessato il quale dovrà effettuare, in ogni caso in unica soluzione, il relativo versamento entro e non oltre 30 giorni dal ricevimento della richiesta. In caso di omesso, parziale o tardivo pagamento si applicano le penalità previste dal successivo art. 43.

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

### Art. 43

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

1. Fermo quanto stabilito nell'art. 46, per omesso o parziale versamento del canone si applica una penalità pari al 30% del canone dovuto o del maggiore canone in caso di versamento parziale, mentre per il tardivo versamento si applica una penalità pari al 20%.
2. Le penalità per omesso o parziale ovvero per tardivo versamento vengono applicate nelle misure percentuali vigenti al momento della contestazione dell'atto, qualora più favorevoli all'interessato.
3. Sull'ammontare del canone dovuto e non pagato alle regolari scadenze saranno applicati gli interessi legali da computarsi a giorno.

### Art. 44

#### PUBBLICITÀ ABUSIVA E DIFFORME: DEFINIZIONI

1. Sono considerate abusive tutte le forme di pubblicità poste in opera e/o effettuate senza la prescritta autorizzazione.
2. E' considerata, altresì, abusiva ogni variazione non autorizzata negli impianti di tipologia D Impianti pubblicitari speciali, D.1 cartello segnaletico.
3. Sono considerate difforme tutte le forme di pubblicità poste in opera e/o effettuate in modo non corrispondente alle condizioni e caratteristiche dettate nell'autorizzazione, ed, in modo particolare, per quanto riguarda la forma, il contenuto, le dimensioni, l'illuminazione, i colori, la sistemazione e l'ubicazione del mezzo pubblicitario.

4. Sono altresì considerate abusive tutte le forme di pubblicità effettuate per mezzo della sosta di mezzi attrezzati con impianti pubblicitari, come indicati all'art. 20 del presente Piano.

#### Art. 45

##### INDENNIZZO E SANZIONE PECUNIARIA PER LA PUBBLICITÀ ABUSIVA E DIFFORME

1. In presenza di installazioni o di diffusione di messaggi pubblicitari effettuati senza la prescritta autorizzazione o considerati comunque abusivi ai sensi del precedente articolo 44 comma 1 e 2, a carico dei trasgressori si applica un indennizzo ed una sanzione amministrativa pecuniaria.
2. L'indennizzo è pari al canone che si sarebbe pagato se l'installazione fosse stata autorizzata, la sanzione amministrativa pecuniaria è pari al 200% del canone.
3. Per le difformità di cui al precedente art. 44, terzo comma, si applicano un indennizzo pari al canone che si sarebbe pagato se l'installazione fosse stata conforme all'autorizzazione, nonché una sanzione amministrativa pecuniaria pari al 100% del canone dovuto per l'installazione conforme.
4. La sanzione amministrativa irrogata è ridotta ad 1/3 nel caso in cui il responsabile della violazione provveda al pagamento entro 60 giorni dalla notifica della diffida ad adempiere/ingiunzione di pagamento.
5. Resta ferma l'applicazione delle sanzioni di cui all'art. 23 del D.Lgs. n. 285/1992 ss. mm. ii. ovvero, se non comminabili, di quelle previste dall'art. 24, comma 2, del D.Lgs. n. 507/1993 ss. mm.ii.

#### Art. 46

##### ALTRE MISURE

1. Indipendentemente da quanto stabilito dai precedenti artt. 44 e 45 il Comune procede alla rimozione dei mezzi pubblicitari, secondo le modalità di seguito indicate, nei seguenti casi:
  - a. forme di pubblicità prive della prescritta autorizzazione o comunque considerate abusive ai sensi dei commi 1, 2 e 4 dell'art. 45;
  - b. forme di pubblicità poste in opera e/o effettuate in difformità dalla prescritta autorizzazione ai sensi del comma 3 del medesimo art. 45;
  - c. quando non sia stato effettuato il pagamento del relativo canone entro il 31 dicembre dell'anno di riferimento.
2. Indipendentemente dalla rimozione, è disposta ed effettuata dal Comune l'immediata copertura della pubblicità in modo che la stessa sia privata di efficacia. Delle operazioni di copertura viene redatto sommario processo verbale e le stesse vengono effettuate con modalità stabilite in apposito disciplinare, direttamente dal Comune o mediante l'ausilio di soggetto esterno assuntore del servizio.
3. Il mezzo pubblicitario resta privato d'efficacia fino a quando i responsabili della violazione non provvedono a ripristinare lo status quo ante ovvero ad adeguare la pubblicità in modo conforme all'autorizzazione posseduta o, infine, al pagamento del canone nei termini ex lett. C primo comma.
4. La copertura della pubblicità abusiva deve essere rimossa esclusivamente dal Comune anche tramite il soggetto esterno assuntore del servizio. Il contravventore potrà richiedere la rimozione della copertura attestando con autocertificazione resa sotto la propria

responsabilità dell'adempimento agli obblighi di cui al comma precedente e previo pagamento delle spese sostenute dall'Amministrazione per l'effettuazione/rimozione della stessa. L'amministrazione provvede entro 10 giorni dal ricevimento della suddetta richiesta.

5. Qualora entro 10 giorni dalla comunicazione di effettuazione della copertura, non si sia provveduto agli adempimenti di cui al comma precedente, gli uffici competenti danno corso alla rimozione ed alla successiva custodia del mezzo pubblicitario previa diffida nei confronti dell'installatore e/o di colui che dispone materialmente o giuridicamente del manufatto, a procedere entro 3 giorni direttamente a proprie spese. Qualora sia accertato che l'impianto pubblicitario costituisce un pericolo per la sicurezza della circolazione stradale, gli uffici competenti provvedono immediatamente alla rimozione.

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

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

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

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

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

#### Art. 47

#### DECORRENZA DELLA PUBBLICITÀ ABUSIVA

1. La pubblicità effettuata senza la prescritta autorizzazione si presume effettuata in ogni caso con decorrenza dal primo gennaio dell'anno in cui sia stata accertata, per le tipologie previste ai commi 1, 7, 11 lett. a) e lett. b) dell'art. 35 del Piano.

2. Si presume effettuata in ogni caso con decorrenza dal primo giorno del mese in cui è stata accertata, per le tipologie previste al comma 2 - tip. 2.1 e ai commi 3, 4, 5, 6, 8, 9, 10 del medesimo art. 35.

3. Quanto previsto dai precedenti commi del presente articolo vale ai fini dell'applicazione dell'indennizzo di cui all'art. 45, fermo restando che il pagamento dello stesso e della sanzione non può essere invocato od inteso in alcun caso quale sanatoria parziale o totale dell'abuso ovvero dell'illecito commesso, non correggendo lo stesso le irregolarità dell'installazione.

#### Art. 48

#### DEFINIZIONE AGEVOLATA DELLE PENALITÀ

1. La penalità per omesso o parziale o tardivo versamento del Canone può essere ridotta, sempre che non sia già stata contestata e comunque non siano iniziati accessi, ispezioni, verifiche o altre

attività amministrative di accertamento da parte degli agenti preposti al controllo o da parte della Direzione Risorse Finanziarie e delle quali il soggetto tenuto al pagamento abbia avuto formale conoscenza.

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

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

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

#### Art. 49

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

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

2. La stessa procedura di cui al comma 1, viene seguita dalla Direzione Risorse Finanziarie per comminare l'indennizzo e le sanzioni amministrative stabiliti all'art. 45, commi da 1 a 4 per quanto riguarda le installazioni abusive o difformi di mezzi pubblicitari.

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

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

#### Art. 50

#### RIMBORSI

1. Il titolare dell'atto di autorizzazione può richiedere, con apposita istanza alla competente Direzione Risorse Finanziarie il rimborso delle somme o delle maggiori somme versate e non dovute, oltre a quanto previsto dall'art. 40 ultimo comma, del presente Piano, entro il termine perentorio di cinque anni decorrenti dalla data di pagamento.

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

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

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

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

#### Art. 51 CONTENZIOSO

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

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

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

#### Art. 52 NORMATIVA EDILIZIO-URBANISTICA. ESCLUSIONE DEGLI IMPIANTI PUBBLICITARI DALL'AMBITO DI APPLICAZIONE.

1. Ai manufatti pubblicitari non si applica la normativa edilizio-urbanistica.

2. Gli interventi abusivi ovvero realizzati in difformità dalla autorizzazione sono soggetti alle disposizioni di cui agli artt. 46 e seguenti, del presente Piano.

#### Art. 53 ADEGUAMENTI E RIMOZIONI DEGLI IMPIANTI GIA' AUTORIZZATI ED IN CONTRASTO CON LA NUOVA DISCIPLINA

1. Tutti gli impianti pubblicitari esistenti, muniti di regolare autorizzazione e realizzati in completa conformità alla stessa che non rispondono alle disposizioni del presente Piano e per i quali non ricorrano le condizioni di cui al successivo art. 54, devono essere adeguati entro e non oltre 24 mesi dalla data di entrata in vigore delle presenti disposizioni, a cura e spese del titolare dell'autorizzazione.

2. In caso di rigetto dell'istanza di adeguamento, ovvero in caso di mancata presentazione dell'istanza di adeguamento entro il termine di tre mesi dalla data di entrata in vigore delle presenti

disposizioni, gli impianti già autorizzati ed in contrasto con la nuova disciplina, devono essere rimossi a cura e spese del titolare dell'autorizzazione entro e non oltre il 30.03.2012.

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

#### Art. 54

#### DECADENZE DI AUTORIZZAZIONI SU SUOLO PUBBLICO

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

2. I suddetti impianti pertanto, se non rimossi, sono soggetti alle disposizioni di cui agli artt. 46 e seguenti del presente Piano.

3. Per le autorizzazioni di cui al primo comma riconducibili nella descrizione alla tipologia D1, indipendentemente dal formato, scadute alla data di entrata in vigore del presente Piano e/o non rinnovate, la decadenza opera al 31.12.2011.

#### Art. 55

#### NORME DI RINVIO

1. Per tutto quanto non espressamente previsto nel presente Piano si rinvia alle seguenti norme:

a. D.Lgs. 30.04.1992 n. 285 Nuovo Codice della Strada e successive modificazioni ed integrazioni.

b. D.P.R. 16.12.1992 n. 495 Regolamento di esecuzione ed attuazione del Nuovo Codice della Strada e successive modificazioni ed integrazioni.

c. D.Lgs. 15.11.1993 n. 507 Revisione ed armonizzazione dell'imposta comunale sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni e successive modificazioni ed integrazioni.

d. D.Lgs. 15.12.1997 n. 446 Istituzione dell'imposta regionale sulle attività produttive, revisione degli scaglioni, delle aliquote e delle detrazioni dell'Irpef e istituzione di una addizionale regionale a tale imposta, nonché riordino della disciplina dei tributi locali e successive modificazioni ed integrazioni.

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

#### Art. 56

#### DISCIPLINA TRANSITORIA E MISURE DI SALVAGUARDIA

1. In continuità al Piano previgente alla data del 24.07.2008 (approvato con Delibera C.C. n. 20/2001 ) vengono fatti salvi i diritti acquisiti dalle Società di cui all'art. 13 del presente Piano ed è consentita l'installazione degli impianti pubblicitari facenti parte dei procedimenti di deroga presentati prima dell'approvazione delle modifiche al presente Piano e ancora non conclusi relativi:

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

b - ai progetti particolareggiati previsti per delocalizzazioni di cui all'art. 53 già approvate dall'Amministrazione Comunale, anche su suolo pubblico;

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

d - ai progetti già presentati di delocalizzazione ai sensi dell'art. 53 di impianti già autorizzati o assentiti da sentenze passate in giudicato ai sensi dell'art. 53, esclusivamente se interessano beni di proprietà di terzi.

2. I procedimenti di cui al precedente comma dovranno concludersi entro 180 giorni dalla data di entrata in vigore delle presenti disposizioni.

3. Fino all'approvazione di apposito Regolamento per la disciplina dei manufatti per le comunicazioni/informazioni culturale, turistica ed istituzionale, promosse dall'Amministrazione Comunale, nonché dei cartelli segnalanti la realizzazione delle opere pubbliche, gli stessi verranno autorizzati nelle forme e con le modalità di cui al presente Piano, nonché assoggettati alle disposizioni di cui ai titoli V e VI dello stesso.

4. Per gli impianti di cui all'art. 23 ed all'art. 9 lettera F del Piano approvato con Delibera C.C. n. 20/2001 e ss.mm.ii., le autorizzazioni non potranno essere rinnovate o rilasciate oltre il 31.12.2011 e comunque la relativa scadenza non potrà andare oltre tale data.

5. Per i procedimenti autorizzatori presentati prima dell'entrata in vigore delle presenti disposizioni, nel caso di impianti non più conformi alla normativa sopravvenuta, il rilascio del relativo provvedimento, non potrà avere durata superiore al termine indicato all'articolo 53 comma 1. Almeno 6 mesi prima della scadenza dovrà essere presentata istanza di adeguamento.

6. In continuità con il Piano previgente, la disciplina del comma 1 si applica per le società che gestiscono gli impianti sportivi di proprietà comunale, in osservanza dello specifico Regolamento, anche con riferimento a futuri accordi contrattuali tra Comune e società stesse.

## **ALLEGATO 1 PARTE A – CARATTERISTICHE TIPOLOGICHE DEGLI IMPIANTI PUBBLICITARI**

### **A. Cartello**

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

I formati ammessi sono:

A.0 – formato fino a mq. 8;

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

### **B. Impianto per affissione**

Supporto atto ad ospitare le affissioni di natura istituzionale e sociale, e comunque non a rilevanza economica su impianti di proprietà dell'Amministrazione Comunale di cui all'art. 4.

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

Gli impianti per le affissioni sono costituiti da:

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

B.2 Stendardo porta manifesti - Manufatto mono o bifacciale supportato da una idonea struttura di sostegno e costituito da materiale rigido utilizzabile in entrambe le facciate nei seguenti formati:

B.2.1 - formato piccolo - cm 100x140, cm 140x100

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

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

B.4 Tabella a muro - Struttura monofacciale con superfici adeguatamente delimitate e predisposte per l'affissione di manifesti, apposte su muri di recinzione o di sostegno.

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

B.4.1 - formati piccoli – cm 140x100, cm 100x140

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

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

### **C. Opera di particolare pregio**

Manufatto monofacciale, contenente esclusivamente un solo messaggio pubblicitario, realizzato su telo, pannello o parete, la cui funzione sia prevalentemente decorativa più che pubblicitaria,

C.1 Impianto Pubblicitario su pareti cieche

C.1.1 Decorazione su parete

Negli interventi di recupero di facciate cieche, prive cioè di qualsiasi apertura, è possibile inserire un manufatto pubblicitario luminoso, illuminato o privo di luce. Tale intervento è ammissibile se effettuato attraverso la realizzazione di elementi decorativi o artistici congruenti e compatibili con le caratteristiche architettoniche dell'edificio. Il progetto di buona qualità formale e attento alla situazione ambientale deve integrarsi e valorizzare gli elementi architettonici caratteristici del medesimo edificio. Il manufatto pubblicitario, da installare in modo coordinato con i suddetti interventi, ha dimensioni massime di cm. 400x280 e sulla stessa facciata possono essere apposti fino ad un massimo di due manufatti allineati e sovrapposti. In tal caso la distanza tra i due impianti dovrà essere non inferiore alla metà dell'altezza dell'impianto stesso.

C.1.2 Gigantografia

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

C.1.3 Pannello su parete

Per gli edifici che presentino pareti completamente cieche parzialmente addossate ad altri edifici, lo sfruttamento a fini pubblicitari sarà possibile installando un manufatto, luminoso, illuminato o privo di luce, che dovrà avere esclusivamente la misura di ml 6,00x6,00 o ml 6,00x9,00 orizzontale o verticale, complanare alla facciata senza eccedere in alcuna parte la sagoma del fabbricato. A tal fine non si considerano rientranti nella sagoma, balconi, terrazzi, pensiline, loggiati e porticati.

C.2 Gigantografia su ponteggi

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

C.2.1 artistica

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

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

Nella zona 2 e nella zona 3 del Piano, il mezzo pubblicitario potrà avere anche dimensioni volumetriche a condizione che non sporga sulla sede stradale e senza eccedere la porzione pubblicitaria.

Anziché il messaggio pubblicitario la gigantografia può ospitare il logo dello sponsor così come definito all'art. 8 e che dovrà occupare una superficie non superiore al 40% della superficie totale della gigantografia.

Illuminato o privo di luce.

#### D. Impianto Speciale

##### D.1 Cartello segnaletico

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

##### D.2 Tabellone a led

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

#### E. Stendardo

Si definisce stendardo l'elemento bidimensionale monofacciale realizzato in materiale non rigido, finalizzato esclusivamente alla promozione pubblicitaria di manifestazioni o spettacoli di rilevante importanza, posizionato sulla sede in cui avviene la manifestazione. Dimensioni massime mq. 10. Può essere illuminato. Per le manifestazioni a carattere esclusivamente culturale le dimensioni massime sono raddoppiate.

#### G. Impianto su Arredo Urbano

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

##### G.1 Supporto informativo

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

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

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

G.1.2 - manufatto bifacciale con superficie destinata a messaggi pubblicitari compresa fra mq. 2 e mq.6;

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

##### G.2.1 Totem.

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

Può essere luminoso, illuminato o privo di luce.

##### G.2.2 Pannello luminoso

Manufatto mono o bifacciale finalizzato a supportare messaggi pubblicitari; può essere luminoso e può contenere messaggi variabili su di un lato a condizione che l'altro sia destinato a contenere messaggi di tipo istituzionale. Dimensioni nominali cm. 120x180 e superficie pubblicitaria di mq. 2,00, altezza massima del manufatto ml. 3.00, lungo le piste ciclabili ed i marciapiedi l'altezza massima del manufatto sarà contenuta entro ml. 4.50.

##### G.3 Pensilina mezzi di trasporto pubblico

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

Il messaggio pubblicitario luminoso, illuminato ovvero privo di luce, inserito in un manufatto avente dimensioni nominali cm.120x180 e superficie pubblicitaria di mq. 2,00, mono o bifacciale, interesserà esclusivamente una delle due pareti laterali della pensilina.

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

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

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

L'installazione di messaggi contenenti la sola indicazione dello sponsor potrà avvenire su entrambe le facce della palina a condizione che la superficie complessiva non ecceda i 500 cmq.

#### G.5 Bagno autopulente

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

#### G.7 Contenitore per la raccolta dei rifiuti solidi urbani

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

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

#### G.8 Segnaparcheggio

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

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

#### G.9 Mezzi elettronici a messaggio variabile

Impianto pubblicitario mono o bifacciale, monopalo, a messaggio pubblicitario fisso o variabile con un intervallo di tempo tra un messaggio e l'altro non inferiore a 10 secondi.

Dimensione massima ml. 1,20x1,80 o ml. 1,80x1,20

L'installazione dei detti impianti è subordinata alla circostanza che non sia ostacolata la visibilità dei segnali stradali e degli attraversamenti pedonali, entro lo spazio di avvistamento.

#### G.10 Parcometro

Sui parcometri installati a servizio delle aree a sosta controllata è possibile installare un telaio di supporto per contenere interamente un messaggio pubblicitario non luminoso né illuminato, della dimensione massima di cm. 30x40.

Il telaio deve essere interamente contenuto nelle dimensioni della struttura sottostante senza eccedere la sagoma della stessa.

#### G. 11 Preinsegne

Si definiscono "preinsegne" le scritte a caratteri alfanumerici, completate da freccia di orientamento ed eventualmente da simboli e marchi, realizzate su manufatto bifacciale e bidimensionale, utilizzabili su una sola o su entrambe le facce, supportate da una idonea struttura di sostegno.

Le preinsegne, essendo finalizzate alla pubblicizzazione direzionale della sede dove si esercita una determinata attività, risulteranno ammissibili nei soli casi in cui facilitino il reperimento di Aziende non ben identificabili dalla sede stradale, in zone periferiche della città, e comunque compatibili con l'ambiente circostante.

Limitatamente alle strutture turistico ricettive a carattere alberghiero, ai musei, agli auditorium e per facilitare il reperimento di sedi di attività di particolare rilevanza per la città, l'installazione delle preinsegne potrà avvenire in tutto il territorio, purché la loro collocazione risulti compatibile con il decoro e l'ambiente circostante.

Le preinsegne da installarsi fuori del perimetro dell'area Unesco dovranno avere forma regolare, con dimensioni comprese da un minimo di ml. 1,00x0,20 ad un massimo di ml. 1,50x0,30, non dovranno essere luminose, né illuminate per luce propria né per luce indiretta.

E' ammesso l'abbinamento su di una stessa struttura di un numero massimo di sei preinsegne, per ogni senso di marcia, purché le stesse abbiano uguali dimensioni e caratteristiche. All'interno dell'area Unesco le dimensioni delle preinsegne, il loro posizionamento e le caratteristiche del manufatto saranno quelle risultanti da uno specifico progetto approvato dalla Giunta Comunale.

2. Costituisce inoltre tipologia di impianto pubblicitario normata dal presente piano quella a carattere temporaneo sulle recinzioni di cantiere.

## **ALLEGATO 1 PARTE B - REQUISITI TECNICO- PRESTAZIONALI DEGLI IMPIANTI PUBBLICITARI**

Tutti gli impianti pubblicitari di nuova realizzazione dovranno garantire il rispetto delle seguenti caratteristiche tecniche e prestazionali

**AFFIDABILITA' NEL TEMPO: L'attenta progettazione, l'utilizzo di materiali nobili, la produzione dei componenti con sistemi industriali dovrà garantire un'affidabilità funzionale ed estetica anche delle superfici in vista.**

A tal fine si elencano le caratteristiche richieste:

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

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

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

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

Il manufatto pubblicitario ed ogni suo componente deve possedere l'attitudine a non sporcarsi troppo facilmente sotto l'azione di sostanze imbrattanti di uso corrente e di permettere una facile operazione di pulizia senza deterioramenti permanenti (pulibilità); deve possedere l'attitudine a consentire in modo agevole, nel caso di guasti, il ripristino dell'integrità, della funzionalità e dell'efficienza di elementi e sistemi costituenti l'impianto pubblicitario, o di parti di essi (riparabilità e integrabilità); infine deve possedere l'attitudine a consentire in modo agevole, in caso di guasto grave o di obsolescenza funzionale e/o tecnologica, la sostituzione di elementi tecnici costitutivi o di parti di essi.

**RICICLABILITA'**: E' l'attitudine dei materiali e degli elementi tecnici, in seguito alla loro rimozione o demolizione, di poter essere convenientemente riutilizzati o riciclati, anche con finalità di salvaguardia ecologica e di risparmio energetico (sostituibilità e recuperabilità).

**SICUREZZA: L'impianto deve essere progettato, sia nella fondazione che nel dimensionamento delle singole parti, per resistere alle sollecitazioni ambientali previste dalla normativa in materia di sicurezza. Anche l'attività di sostituzione del messaggio pubblicitario rientra tra gli elementi della sicurezza sia per gli operatori che i frequentatori degli spazi urbani.**

A tal fine si elencano le caratteristiche richieste:

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

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

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

Rispetto delle prescrizioni tecniche e procedurali vigenti in materia.

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

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

Impianti elettrici conformi alle norme CEI per la sicurezza elettrica ed equipotenziale. Conformità alle disposizioni del D.M. 22.01.2008 n. 37 e successive modifiche e integrazioni, per la realizzazione degli impianti e l'impiego dei materiali secondo la regola dell'arte.

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

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

Materiali ed elementi devono conservare inalterate le proprie caratteristiche sotto l'azione degli agenti fisici normalmente operanti e prevedibili nell'ambiente in cui si trovano. Particolare attenzione va riservata alla prestazione di non gelività dei materiali. Per i singoli materiali le prestazioni richieste sono conformi alle norme: UNI EN 771-1:2005; UNI 8942/2; UNI EN 771-1:2005; UNI EN 771-1:2005; 10545-12:2000. Il requisito deve essere soddisfatto sotto l'azione degli agenti chimici e biologici presenti normalmente nell'ambiente (aria, acqua, ecc.), nonché sotto l'azione degli usuali prodotti per la pulizia delle superfici. Gli elementi non devono presentare porosità o cavità superficiali che non siano facilmente pulibili o ispezionabili evitando il ristagno di acqua e l'accumulo di sporco o di residui di vario genere.

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

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

**IMPIANTI LUMINOSI: tutti gli impianti luminosi, al fine di garantire il più basso assorbimento di energia devono adottare gli opportuni provvedimenti in modo da contribuire al risparmio energetico e ridurre gli interventi di manutenzione.**

A tal fine si elencano le caratteristiche richieste:

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

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

## **ALLEGATO 2 - - ELENCO DELLE AREE DI CIRCOLAZIONE**

### **CATEGORIA ULTERIORE**

ACCIAIUOLI LUNGARNO DEGLI  
ADUA PIAZZA  
ALAMANNI L. VIA  
ALINARI FRATELLI LARGO  
AMENDOLA G. VIALE  
ANTINORI PIAZZA DEGLI  
ARCHIBUSIERI LUNGARNO DEGLI  
BAMBINE E BAMBINI DI BESLAN PIAZZALE  
BARACCA F. VIA  
BARTALI GINO PIAZZA  
BECCARIA C. PIAZZA  
BELFIORE VIALE  
CALIMALA VIA  
CALZAIUOLI VIA DEI  
CASTELLANI VIA DEI  
CERRETANI VIA DE'  
CORSINI LUNGARNO  
CORSO VIA DEL  
D'AZEGLIO M. PIAZZA  
DUOMO PIAZZA DEL  
EUROPA VIALE  
GIANNOTTI D. VIALE  
GIOVINE ITALIA VIALE  
GONDI VIA DEI  
GRAMSCI A. VIALE  
GRANO PIAZZA DEL  
GRECI BORGO DEI  
GUICCIARDINI LUNGARNO  
GUICCIARDINI VIA DEI  
GUICCIARDINI VOLTA  
GUIDONI A. VIALE  
INDIPENDENZA PIAZZA DELL'  
LAVAGNINI S. VIALE  
LEONI VIA DEI  
LIBERTÀ PIAZZA DELLA  
MAGGIO VIA  
MARTELLI VIA DEI  
MATTEOTTI G. VIALE  
MERCATO NUOVO PIAZZA DEL  
MICHELANGELO PIAZZALE  
MICHELANGELO VIALE  
NAZIONALE VIA  
NINNA VIA DELLA  
NOVOLI VIA DI  
PANZANI VIA  
PECORI VIA DEI  
PIETRO LEOPOLDO PIAZZA  
PITTI PIAZZA DEI  
PONTE VECCHIO  
POR S. MARIA VIA  
PROCONSOLO VIA DEL  
REPUBBLICA PIAZZA DELLA  
ROMA VIA  
ROSSELLI FRATELLI VIALE  
RUCELLAI PIAZZA DE'  
SANZIO R. VIALE  
SIGNORIA PIAZZA DELLA

SPEZIALI VIA DEGLI  
STAZIONE PIAZZA DELLA  
STROZZI PIAZZA DEGLI  
STROZZI VIA DEGLI  
STROZZI F. VIALE  
SS. ANNUNZIATA PIAZZA  
S. CATERINA D'ALESSANDRIA VIA  
S. CATERINA DA SIENA VIA DI  
S. CROCE PIAZZA DI  
S. FIRENZE PIAZZA  
S. GIOVANNI PIAZZA  
S. IACOPO BORGO  
S. LORENZO BORGO  
S. LORENZO PIAZZA  
S. MARCO PIAZZA  
S. MARIA NOVELLA PIAZZA DI  
S. TRINITÀ PIAZZA DI  
TALENTI VIALE  
TORNABUONI VIA DEI  
UFFIZI PIAZZALE DEGLI  
UNITÀ ITALIANA PIAZZA DELL'  
VACCHERECCIA VIA  
VIGNA NUOVA VIA DELLA

#### **CATEGORIA SUPERIORE**

AGLI VIA DEGLI  
AGNOLO VIA DELL'  
ALBERO VIA DELL'  
ALBERTI L. B. PIAZZA  
ALBIZI BORGO DEGLI  
ALDEROTTI T. VIA  
ALEARDI A. VIALE  
ALFANI VIA DEGLI  
ALFIERI V. VIA  
ALLORI A. VIA  
AMMIRATO S. VIA  
ANDREA DEL VERROCCHIO VIA  
ANGIOLIERI PIAZZETTA DEGLI  
ANGUILLARA VIA DELL'  
ANNIGONI PIETRO PIAZZA  
ANSELMI VIA DEGLI  
ANTINORI VIA DEGLI  
ANTONELLI G. PIAZZA  
ANTONIO DEL POLLAIOLO VIA  
ARAZZIERI VIA DEGLI  
ARETINA VIA  
ARGIN GROSSO VIA DELL'  
ARIENTO VIA DELL'  
ARIOSTO L. VIALE  
ARMAGNATI CHIASSO DEGLI  
ARNOLFO VIA  
ARTE DELLA LANA VIA DELL'  
ARTISTI VIA DEGLI  
ARTUSI PELLEGRINO PIAZZA  
AVELLI VIA DEGLI  
BACCIO DA MONTELUPO VIA  
BANCHI VIA DEI  
BARBADORI VIA DEI  
BARBADORI VOLTA DEI  
BARBANO VIA DI  
BARDI VIA DEI

BARGELLINI P. LARGO  
BARONCELLI PIAZZA DE'  
BARTOLOMMEI F. VIA  
BASSI VIA DEI  
BATONI P. PIAZZA  
BATTISTI C. VIA  
BELLARIVA VIA DELLA  
BELLE ARTI PIAZZA DELLE  
BELLE DONNE VIA DELLE  
BENCI VIA DEI  
BENEDETTO MARCELLO (VEDI: MARCELLO B.)  
BOCCHERINI L. VIA  
BRACCIOLINI P. VIA  
BRONZINO VIA  
BRUNELLESCHI VIA DE'  
BRUNELLESCHI F. PIAZZA  
BUFALINI M. VIA  
CADUTI NEI LAGER PIAZZALE  
CALAMANDREI P. PIAZZETTA  
CALATAFIMI VIALE  
CALDAIE VIA DELLE  
CALIMARUZZA VIA  
CALZA PIAZZA DELLA  
CAMPIDOGGIO VIA DEL  
CAMPO D'ARRIGO VIA DEL  
CAMPOFIORE VIA DEL  
CAMPOREGGI VIA DI  
CANOVA A. VIA  
CANTO ALLA QUARCONIA VIA DEL  
CANTO DEI NELLI VIA DEL  
CAPACCIO VIA DI  
CAPITOLO PIAZZA DEL  
CAPO DI MONDO VIA  
CAPPONI G. VIA  
CARDUCCI G. VIA  
CARRA VIA DELLE  
CARRAIA VIA DI  
CASACCIA VIA DELLA  
CASCINE VIA DELLE  
CASTELLACCIO VIA DEL  
CAVALIERI VIA DEI  
CAVALLEGGERI PIAZZA DEI  
CAVOUR C. VIA  
CELLINI B. LUNGARNO  
CENNINI B. VIA  
CENTO STELLE VIA DELLE  
CERCHI PIAZZA DEI  
CERCHI VIA DEI  
CERCHI VICOLO  
CHERUBINI L. S. VIA  
CHIARA VIA  
CIALDINI VIALE  
CIECHI VOLTA DEI  
CIMATORI PIAZZA DEI  
CIMATORI VIA DEI  
CIOMPI PIAZZA DEI  
CIRCONDARIA VIA  
COLOMBO C. LUNGARNO  
COLONNA VIA DELLA  
CONDOTTA VIA DELLA  
CONTI VIA DEI  
CORRIDONI F. VIA

CORSI VIA DEI  
CORSICA VIALE  
CROCE BORGO LA  
CROCIFISSO PIAZZA DEL  
CURE PIAZZA DELLE  
CURTATONE VIA  
DALLA CHIESA (GENERALE) LUNGARNO  
DALMAZIA PIAZZA  
D'ANNUNZIO G. VIA  
DATINI F. VIA  
DAVANZATI PIAZZA DE'  
DE AMICIS E. VIALE  
DE GASPERI A. LARGO  
DE NICOLA E. VIA  
DEL BENE PIAZZETTA DEI  
DEL LUNGO I. PIAZZA  
DEL POLLAIUOLO (VEDI: ANTONIO D.P.)  
DE SANCTIS F. VIA  
DIACCETO I.DA (VEDI: IACOPO DA DIACCETO)  
DIAZ GENERALE (VEDI: GENERALE DIAZ)  
DOGANA VIA DELLA  
DOLFI G. VIA  
DONATELLO PIAZZALE  
DONI A. F. VIA  
DRESDA PIAZZA  
DUCA D'AOSTA VIA  
DUSE E. VIALE  
EINAUDI L. VIA  
ERBOSA VIA  
ETRURIA VIALE  
FAENZA VIA  
FANTI. M. VIALE  
FARINE VIA DELLE  
FARINI L. C. VIA  
FERRUCCI F. LUNGARNO  
FERRUCCI F. PIAZZA  
FIESOLANA VIA  
FINIGUERRA M. VIA  
FIUME VIA  
FOGGINI G. B. VIA  
FORLANINI E. VIA  
FORTEZZA VIA DELLA  
FOSSI VIA DEI  
GADDI T. PIAZZA  
GALILEO PIAZZALE  
GALILEO VIALE  
GALLIANO G. VIA  
GARIBALDI G. VIA  
GASPERI E. VIA  
GAVINANA PIAZZA  
GELSOMINO VIA DEL  
GENERALE DIAZ LUNGARNO  
GHIBELLINA VIA  
GHIBERTI L. PIAZZA  
GIANNI F. VIA  
GIGLIO VIA DEL  
GIGNORO VIA DEL  
GINORI VIA DE'  
GIOBERTI V. VIA  
GIORDANI P. VIA  
GIOVANNI ANGELICO FRA' VIA  
GIOVANNI DA VERRAZZANO VIA

GIOVANNI D. BANDE NERE VIA  
GIRALDI VIA DEI  
GIROLAMI VIA DEI  
GIROLAMI VOLTA DEI  
GIUDICI PIAZZA DEI  
GIULIANI R. VIA  
GIUSTI G. VIA  
GOLDONI C. PIAZZA  
GORI VIA DEI  
GORI L. VIALE  
GRAN BRETAGNA VIA  
GRAZIE LUNGARNO DELLE  
GUALFREDOTTO DA MILANO PIAZZA  
GUASTI C. VIA  
GUELFA VIA  
IACOPO DA DIACCETO VIA  
IL PRATO VIA  
ITALIA CORSO  
KASSEL VIA  
LAMARMORA A. VIA  
LAMBERTESCA VIA  
LAMBERTI VIA DEI  
LANZA G. VIA  
LAURA VIA  
LEOPARDI G. VIA  
LIMBO PIAZZA DEL  
LORENZO IL MAGNIFICO VIA  
LULLI G. B. VIA  
LUNGO L'AFFRICO VIA  
LUPI B. VIA  
MACHIAVELLI N. VIALE  
MADONNA DEGLI ALDOBRANDINI PIAZZA  
MADONNONE VIA DEL  
MAFALDA DI SAVOIA VIA  
MAFFIA VIA  
MAGALOTTI VIA DEI  
MAGAZZINI VIA DEI  
MAGENTA VIA  
MAGLIABECHI A. VIA  
MAGNIFICO (VEDI VIA LORENZO IL MAGNIFICO)  
MALENCHINI V. VIA  
MALTA VIALE  
MAMIANI T. VIALE  
MANNI D. M. VIA  
MANTELLATE VIA DELLE  
MANZONI A. VIA  
MARAGLIANO VIA  
MARCELLO BENEDETTO VIA  
MARCONI G. VIA  
MARITI G. F. VIA  
MARTIRI DELLE FOIBE LARGO  
MARTIRI DEL POPOLO VIA  
MARZIO VICOLO  
MASACCIO VIA  
MATTONAIA VIA DELLA  
MAZZINI G. VIALE  
MEDICI VIA DE'  
MEDICI (DE') A.M.L. LUNGARNO  
MELARANCIO VIA DEL  
MELEGNANO VIA DI  
MENTANA PIAZZA  
MERCANTI VOLTA DEI

MERCATO CENTRALE PIAZZA DEL  
MICHELI P. A. VIA  
MILLE VIALE DEI  
MILTON G. VIALE  
MINGHETTI M. VIA  
MINZONI DON G. VIALE  
MODENA G. VIA  
MONACO G. VIA  
MONTANELLI G. VIA  
MONTEBELLO VIA  
MONTELUONGO PIAZZALE  
MORGAGNI G. B. VIALE  
MORO VIA DEL  
MORO A. LUNGARNO  
MURAGLIONE VIA DEL  
MURATORI L. A. PIAZZA  
NENNI P. VIALE  
NERI VIA DEI  
NICCOLINI G. B. VIA  
NOBILI PIAZZA  
NOVELLI A. VIA  
OCHE VIA DELL'  
OGNISSANTI BORGO  
OGNISSANTI PIAZZA D'  
OJETTI U. VIALE  
OLANDA VIA  
OLIO PIAZZA DELL'  
OLIVUZZO VIA DELL'  
ORIUOLO VIA DELL'  
ORSANMICHELE VIA  
ORSINI G. VIA  
ORTI ORICELLARI VIA DEGLI  
OTTAVIANI PIAZZA DEGLI  
PACINOTTI A. VIA  
PAGANINI N. VIA  
PAISIELLO G. VIA  
PALAZZUOLO VIA  
PALESTRINA (VEDI: PIER LUIGI DA)  
PALESTRO VIA  
PALMIERI M. VIA  
PANCHE VIA DELLE  
PANCIATICHI VIA  
PANDOLFINI VIA DE'  
PANICALE VIA  
PAOLI VIALE  
PAOLIERI F. VIA  
PAOLO UCCELLO PIAZZA  
PARIONE VIA  
PARTE GUELFA PIAZZA DELLA  
PAVONE VIA DEL  
PECORI GIRALDI G. LUNGARNO  
PELLICCERIA VIA  
PELLICO S. VIA  
PERFETTI RICASOLI VIA DEI  
PERGOLA VIA DELLA  
PESCE PIAZZA DEL  
PESCIONI VIA DEI  
PETRARCA F. VIALE  
PIAGENTINA VIA  
PIAVE PIAZZA  
PIER DELLA FRANCESCA PIAZZA  
PIER LUIGI DA PALESTRINA VIA

PIETRAPIANA VIA  
PILASTRI VIA DEI  
PILATI G. VIA  
PINTI BORGO  
PIOMBINO VIALE  
PISANA VIA  
PISTOIESE VIA  
POGGI E. VIA  
POGGI G. PIAZZA  
POGGIO IMPERIALE PIAZZALE DEL  
POGGIO IMPERIALE VIALE DEL  
PONTE ALLE MOSSE VIA  
PONTE ALL'ASSE VIA DEL  
PONTE ROSSO VIA DEL  
PONTE SOSPESO VIA DEL  
PORTA AL PRATO PIAZZALE DI  
PORTA ROMANA PIAZZALE DELLA  
PORTA ROSSA VIA  
PORTE NUOVE VIA DELLE  
PORTINARI F. VIA  
PORTOGALLO VIA  
PRATELLINO VIA DEL  
PRATELLO ORSINI VIA DEL  
PRATESE VIA  
PRATOLINI V. VIALE  
PUCCI VIA DEI  
PUCCINI G. PIAZZA  
RATTAZZI U. VIA  
RAVENNA PIAZZA  
REDI F. VIALE  
RICASOLI VIA  
RIDOLFI C. VIA  
RIGHI A. VIALE  
ROCCA TEDALDA VIA  
ROMANA VIA  
ROMITO VIA DEL  
RONDINELLA VIA DELLA  
RONDINELLI VIA DEI  
ROSADI G. PIAZZA  
ROSINA VIA  
RUCELLAI B. VIA  
RUOTE VIA DELLE  
RUSTICI VIA DEI  
SALTARELLI PIAZZA DEI  
SALUTATI C. VIA  
SALVAGNOLI V. VIA  
SALVEMINI G. PIAZZA  
SALVESTRINA VIA  
SALVI CRISTIANI VIA  
SANSOVINO VIA DEL  
SASSETTI VIA DEI  
SAURO N. PIAZZA  
SCALA VIA DELLA  
SCANDICCI VIA DI  
SCARLATTI PIAZZA DEGLI  
SEGNI B. VIALE  
SELLA Q. VIA  
SENESE VIA  
SERRAGLI VIA DEI  
SERRISTORI LUNGARNO  
SERVI VIA DEI  
SESTESE VIA

SETA VICOLO DELLA  
SODERINI LUNGARNO  
SOFFIANO VIA DI  
SOLE VIA DEL  
SOLFERINO VIA  
SONNINO S. VIA  
SPADA VIA DELLA  
SPADOLINI GUIDO VIA  
STARNINA G. VIA  
STATUTO VIA DELLO  
STUDIO VIA DELLO  
S. AMBROGIO PIAZZA  
S. ANNA VIA  
S. ANTONINO VIA  
SS. APOSTOLI BORGO  
S. BENDETTO PIAZZA DI  
S. CATERINA D'ALESSANDRIA PIAZZA  
S. CECILIA PIAZZA DI  
S. EGIDIO VIA  
S. ELISABETTA PIAZZA  
S. ELISABETTA VIA  
S. FELICE PIAZZA  
S. FREDIANO BORGO  
S. GALLO VIA  
S. GERVASIO VIA  
SS. GERVASIO E PROTASIO PIAZZA DEI  
S. GIUSEPPE VIA  
S. IACOPINO PIAZZA DI  
S. LUCIA VIA DI  
S. MARIA IN CAMPO PIAZZA DI  
S. MARIA MAGGIORE PIAZZA DI  
S. MARIA SOPRARNO PIAZZA DI  
S. MARIA NUOVA PIAZZA DI  
S. MARTINO PIAZZA DI  
S. MICHELE VISDOMINI PIAZZA DI  
S. MINIATO FRA LE TORRI VIA  
S. NICCOLO' VIA DI  
S. PANCRAZIO PIAZZA  
S. PAOLINO PIAZZA DI  
S. PIER MAGGIORE PIAZZA  
S. PIER MAGGIORE VIA DI  
S. REMIGIO PIAZZA DI  
S. REPARATA VIA  
S. ROSA LUNGARNO DI  
S. SIMONE PIAZZA  
S. SPIRITO PIAZZA  
S. SPIRITO VIA  
S. STEFANO PIAZZA DI  
S. STEFANO VICOLO DI  
S. STEFANO IN PANE VIA DI  
S. VERDIANA VIA  
S. ZANOBI VIA  
TANUCCI B. PIAZZA  
TAVANTI A. VIA  
TAVOLINI VIA DEI  
TEATINA VIA  
TEMPIO LUNGARNO DEL  
TERME VIA DELLE  
THOUAR P. VIA  
TINTORI CORSO DEI  
TORRICELLI VIALE  
TORRIGIANI LUNGARNO

TOSELLI P. VIA  
TOSINGHI VIA DE'  
TREBBIO VIA DEL  
TRIPOLI VIA  
UNDICI AGOSTO VIALE  
VAL DI LAMONA VIA  
VALFONDA VIA  
VANNI VIA DE'  
VASARI G. PIAZZA  
VECCHIETTI VIA DEI  
VENEZIA VIA  
VENTI SETTEMBRE VIA  
VERDI G. VIA  
VERGA G. VIALE  
VERROCCHIO (VEDI: ANDREA DEL)  
VESPUCCI A. LUNGARNO  
VETTORI PIER PIAZZA  
VIEUSSEUX G. PIAZZA  
VILLAMAGNA VIA DI  
VITTORIO EMANUELE II VIA  
VITTORIO VENETO PIAZZA  
XXVII APRILE VIA  
VOLTA A. VIALE  
ZANNETTI F. VIA  
ZANNONI G. B. VIA  
ZARA VIA  
ZECCA VECCHIA LUNGARNO DELLA

#### **CATEGORIA INFERIORE**

APPARTENGONO ALLA CATEGORIA INFERIORE, IN VIA RESIDUALE, TUTTE LE AREE DI CIRCOLAZIONE CHE NON SIANO COMPRESI NE' FRA QUELLE DI CATEGORIA SUPERIORE NE' FRA QUELLE DI CATEGORIA ULTERIORE.

### **ALLEGATO 3 - ELENCO DELLA DOCUMENTAZIONE NECESSARIA ALLA PRESENTAZIONE DEI PROGETTI**

#### **A) Procedura di presentazione dell'istanza di AUTORIZZAZIONE**

L'istanza per il rilascio dell'autorizzazione può essere presentata sull'apposita modulistica predisposta dal Comune e in ogni caso deve contenere:

- a. Generalità, residenza o domicilio legale, e codice fiscale del richiedente;
- b. Generalità, residenza o domicilio legale, e codice fiscale del proprietario dell'area o dell'immobile dove è prevista l'installazione.
- c. In caso di società, occorre specificare anche la ragione sociale, la sede legale, il codice fiscale o Partita IVA e il numero di iscrizione alla C.C.I.A.A.;
- d. Ubicazione esatta del luogo dove si intende installare l'impianto;
- e. Dichiarazione ai sensi del D.P.R. 28.12.2000 n. 445 e successive modificazioni e integrazioni, di avere stipulato adeguata polizza assicurativa di responsabilità civile e di avere l'assenso del proprietario dell'edificio o dell'area interessata ( in caso di condominio dell'Amministratore);
- f. Nel caso di impianti pubblicitari su ponteggi (gigantografie), dichiarazione ai sensi dell'art. 47 del D.P.R. 445/2000 sottoscritta dal Direttore dei Lavori, contenente:
  - esatta ubicazione dell'immobile e/o porzione dello stesso interessato dai lavori e su cui si chiede di collocare la gigantografia;
  - estremi del permesso a costruire o D.I.A. o dichiarazione che trattasi di lavori di manutenzione ordinaria ed indicazione in dettaglio degli stessi;
  - necessità dei ponteggi per realizzare i lavori;
  - estremi della concessione di suolo pubblico;
  - estremi della Ditta incaricata di eseguire i lavori e numero di unità utilizzato;
  - data di inizio dei lavori e loro presumibile durata;
  - dichiarazione secondo la quale il Direttore dei Lavori si impegna a comunicare alla Direzione Sviluppo Economico qualsiasi sospensione dei lavori superiore a due settimane;
- g. Dichiarazione/comunicazione redatta come indicato all'art. 7 comma 1 del presente Piano.

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

- a. planimetria in scala 1:2000 con indicazione del luogo di installazione dell'impianto pubblicitario;
- b. estratto di mappa catastale o tipo di frazionamento rilasciato in data non anteriore a sei mesi;
- c. documentazione fotografica ampia e dettagliata, con planimetria schematica di riferimento ai punti di ripresa, dello stato dei luoghi ove il mezzo pubblicitario verrà collocato; le fotografie dovranno essere restituite su supporto non deperibile e dovrà essere garantita la loro riproducibilità nel tempo;
- d. relazione tecnica descrittiva del mezzo pubblicitario e del luogo di inserimento dello stesso, comprensiva delle caratteristiche di realizzazione, dei materiali impiegati, dei supporti o sistemi di ancoraggio, e della qualità della luce emessa;
- e. planimetria generale dello stato dei luoghi con riportate le indicazioni necessarie alle verifiche di cui alla tabella B – distanze.
- f. disegni particolareggiati dell'impianto pubblicitario con precisione di quote, materiali, colori e caratteri grafici, in scala non inferiore a 1:50 ed inoltre:
  - o per la collocazione su edificio, stato attuale e di progetto in scala non inferiore a 1:100 della facciata interessata;
  - o per la collocazione su sedime, stato attuale e di progetto in scala non inferiore a 1:200 della porzione di area interessata con l'esatta posizione richiesta, riferita ad elementi certi quali marciapiedi, recinzioni, alberature, elementi di arredo, edifici, ecc.

Gli elaborati grafici (piante, sezioni, prospetti) dovranno essere prodotti nello stato attuale, di progetto e sovrapposto, ove necessario.

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

In relazione all'importanza dell'opera, i disegni dovranno essere integrati da una adeguata rappresentazione del suo inserimento nel contesto, anche facendo ricorso a tecnologie avanzate.

- e. Relazione di asseveramento a firma di tecnico a ciò abilitato in cui si dichiara:
- o il rispetto delle norme contenute nel Piano Generale degli Impianti Pubblicitari.;
  - o la conformità del manufatto con i requisiti tecnico-prestazionali indicati nell'Allegato 1 al presente Piano;
  - idoneità statica attestando che il manufatto è stato calcolato, realizzato e verrà posto in opera tenendo conto della natura del terreno e della spinta del vento e delle caratteristiche del ponteggio, in modo da garantire la stabilità
  - la conformità del manufatto alle disposizioni previste dall'art. 23, comma 1 del D.Lgs. 285/1992 in materia di sicurezza della circolazione.

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

Fermo restando quanto previsto dal comma 4 dell'art. 22, entro **90** giorni dalla data di presentazione della domanda completa della documentazione allegata prevista, l'ufficio competente deve rilasciare la relativa autorizzazione o comunicare motivato diniego.

Nel caso in cui la domanda non sia corredata dalla documentazione prevista, ovvero nel caso in cui l'ufficio competente ritenga di dover acquisire ulteriore documentazione, il responsabile del procedimento ne fa richiesta entro **30** giorni dalla data di presentazione della domanda. Qualora l'ulteriore documentazione richiesta non sia prodotta dall'interessato entro 30 giorni dalla richiesta stessa, la domanda sarà archiviata.

Qualora pervengano istanze relative a proposte di installazione di impianti pubblicitari nella medesima area la priorità è determinata dalla data di presentazione della richiesta.

#### **B) Altra pubblicità effettuata su suolo pubblico e privato**

L'istanza per il rilascio dell'autorizzazione può essere presentata sull'apposita modulistica predisposta dal Comune e in ogni caso deve contenere:

- a. Generalità, residenza o domicilio legale, e codice fiscale del richiedente;
- b. Generalità, residenza o domicilio legale, e codice fiscale del proprietario dell'area o dell'immobile dove è prevista l'installazione.
- c. In caso di società, occorre specificare anche la ragione sociale, la sede legale, il codice fiscale o Partita IVA e il numero di iscrizione alla C.C.I.A.A.;
- d. Ubicazione esatta del luogo dove si intende installare la pubblicità;

All'istanza deve essere allegata la seguente documentazione:

- a. Bozzetti in triplice copia della pubblicità da esporre ovvero dell'intero manufatto se trattasi di esposizione in vetrinette, raccoglitori e simili;
- b. documentazione fotografica ampia e dettagliata, con planimetria schematica di riferimento ai punti di ripresa, dello stato dei luoghi ove il mezzo pubblicitario verrà collocato; le fotografie dovranno essere restituite su supporto non deperibile e dovrà essere garantita la loro riproducibilità nel tempo;
- c. breve relazione descrittiva del mezzo pubblicitario e del luogo di inserimento dello stesso, comprensiva delle caratteristiche di realizzazione, dei materiali impiegati, dei supporti o sistemi di ancoraggio, e della qualità della luce emessa;
- d. nel caso di impianti luminosi o illuminati, dichiarazione che gli impianti saranno installati nel rispetto delle normative vigenti in materia
- e. nel caso di impianti che interferiscano con la circolazione stradale, un'attestazione a firma di tecnico abilitato in cui si dichiara la conformità del manufatto alle disposizioni previste dall'art. 23, comma 1 del D.Lgs. 285/1992 in materia di sicurezza della circolazione .

Nel caso della pubblicità fonica di cui all'art. 17 è sufficiente breve relazione contenente l'indicazione della durata della pubblicità e il numero delle fonti di diffusione.

Fermo restando quanto previsto dal comma 4 dell'art. 22, entro 30 giorni dalla data di presentazione della domanda completa della documentazione allegata prevista, l'Ufficio competente deve rilasciare la relativa autorizzazione o comunicare motivato diniego.

Nel caso in cui la domanda non sia corredata dalla documentazione prevista, ovvero nel caso in cui l'Ufficio competente ritenga di dover acquisire ulteriore documentazione, il responsabile del procedimento ne fa richiesta entro 10 giorni dalla data di presentazione della domanda.

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

#### **Allegato 4 “SPECIFICHE TECNICHE PER LA PUBBLICITÀ SUI CANTIERI E SUI PONTEGGI”**

In attuazione di quanto previsto dall'art. 15 del Piano, la pubblicità sui cantieri previsti da tale articolo è sottoposta alle seguenti specifiche e prescrizioni:

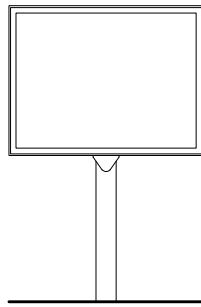
1. La superficie della pubblicità non dovrà essere superiore al 20% della superficie della recinzione di cantiere risultante dal prodotto della sua lunghezza prospiciente la strada pubblica, per la rispettiva altezza;
2. Dovrà essere realizzato un unico impianto pubblicitario che, per tipologia, non potrà eccedere la struttura della recinzione;
3. E' vietato realizzare l'impianto a figura variabile a mezzo prisma rotante.
4. Per le aree centrali di particolare pregio, Piazza della Signoria, piazzale e loggiato degli Uffizi, Piazza del Duomo, piazza San Giovanni, la Giunta determina con proprio atto le modalità, le forme ed i limiti per l'inserimento di impianti pubblicitari su ponteggi e recinzioni di cantiere tenendo conto delle caratteristiche specifiche delle opere e degli interventi edilizi che si realizzano.
5. Qualsiasi informazione o comunicazione relativa al cantiere o alle opere in esecuzione comprese denominazioni di ditte che curano l'impiantistica o altro, nonché il cartello di cantiere previsto dall'art. 76.4 del Regolamento Edilizio, dovrà essere posizionata sulla recinzione in modo da rendere l'intervento organico ed ordinato rispetto al messaggio pubblicitario.
6. Qualora si renda necessario, l'accesso al cantiere degli addetti all'impianto pubblicitario dovrà essere previsto nel Piano di Sicurezza e Coordinamento di cui all'art. 100 del D.Lgs. 81/2008 ss.mm.
7. L'impianto pubblicitario deve essere realizzato in modo tale da non interferire con le segnalazioni di pericolo diurne e notturne, etc. installate sulla recinzione di cantiere (art. 76, comma 4 del Regolamento Edilizio) né costituire pericolo per la circolazione stradale.
8. Il suddetto impianto è sottoposto al regime di cui ai Titoli V e VI del PGIP.
9. Per i cantieri di privati, la durata delle autorizzazioni non può superare quella dei lavori cui è riferito il cantiere e, in ogni caso non potrà eccedere i 3 anni, salvo proroga connessa alla non conclusione dei lavori.
10. Per ottenere l'autorizzazione per installare l'impianto pubblicitario sulla struttura provvisoria della recinzione di cantiere, il soggetto titolare della recinzione di cantiere o colui che ne ha acquisito la disponibilità, unitamente all'istanza dovrà presentare al Comune il progetto di recinzione e di collocazione dell'unico impianto pubblicitario, autocertificando il rispetto delle presenti disposizioni, unendovi una perizia sottoscritta dal coordinatore della sicurezza di cantiere e dal responsabile della sicurezza di cantiere che attestano le modalità costruttive della recinzione. Qualora la recinzione di cantiere debba essere nel tempo spostata o modificata per effetto del procedere dei lavori, l'autocertificazione dovrà essere rinnovata in base ai nuovi dati, ma non darà luogo a nuove autorizzazioni, salvo non vadano ad interessare nuove vie e/o piazze e non vengano a modificarsi i dati di cui ai punti 1 e 2.
11. Ove vi siano interventi su edifici esistenti con la presenza di ponteggi, si applicano le disposizioni previste dal P.G.I.P. in materia di gigantografie su ponteggi. La sottostante recinzione non potrà in tal caso essere utilizzata per affissione pubblicitaria.
12. Per tutti gli interventi di manutenzione che non richiedano la presentazione di una pratica edilizia, la durata massima dell'autorizzazione non potrà essere superiore a 90 giorni con una sola possibile proroga fino ad un complessivo massimo di 180 giorni per dimostrato impedimento tecnico.
13. Ove il cantiere sia relativo a interventi su edifici esistenti destinati a sedi di attività produttive e si limiti alla ristrutturazione della sola parte posta al piano terra, senza la presenza di ponteggi, potranno essere autorizzate insegne provvisorie a condizione che la recinzione sia rigida, non sia inferiore a ml. 2,50 di altezza, sia monocromatica o riproponga l'edificio retrostante e riporti per colori e ampiezza l'insegna dell'esercizio.
14. Nel caso di eventuale illuminazione dell'impianto pubblicitario, questa dovrà essere realizzata nel rispetto della normativa di cui alla deliberazione della Giunta Regionale Toscana n. 962/2004 ss.mm.ii., alla Legge Regionale toscana n. 39/2005 ss.mm.ii. ed alla disciplina da queste derivante in materia di inquinamento luminoso.

**TABELLA "C"****Quantità di pubblicità da riservare in base all'art. 13 del PGIP**

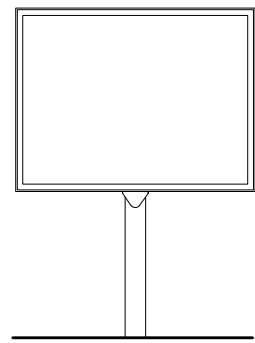
	mq.
T.P.L. SU GOMMA	1.537
TRAMVIA	500
BIKE-SHARING	600
<b>totale</b>	<b>2.637</b>

**A. CARTELLO**

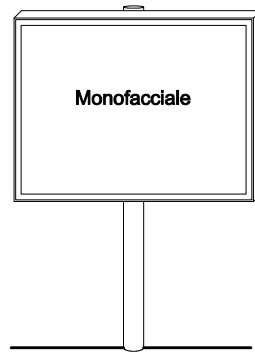
A.0 Formato fino a 8 mq



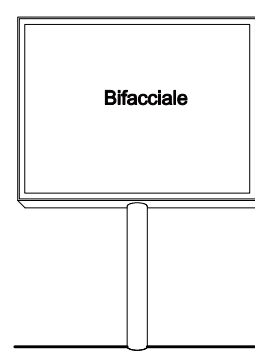
A.1 Formato tra 8 e 12 mq



Cartello Monofacciale

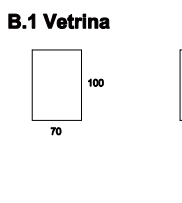


Cartello Bifacciale



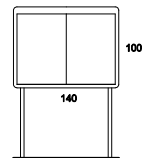
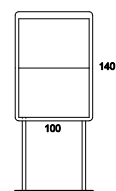
**B. IMPIANTO PER AFFISSIONI**

B.1 Vetrina

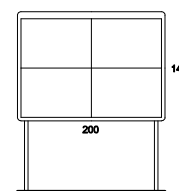
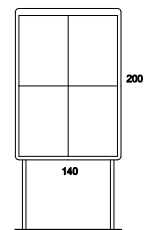


B.2 Stendardo porta manifesti

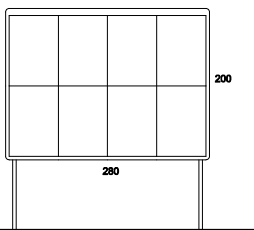
B.2.1



B.2.2

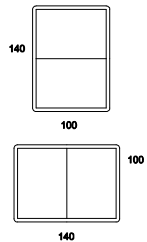


B.2.3

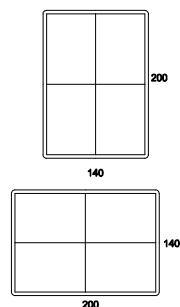


B.4 Tabella a muro

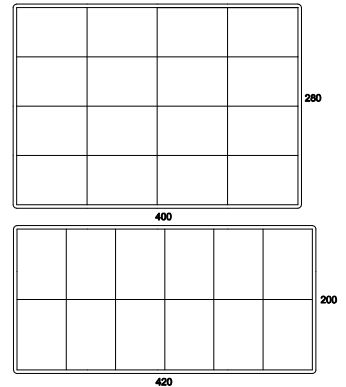
B.4.1



B.4.2



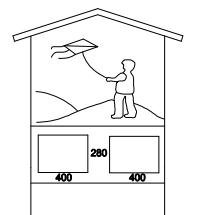
B.4.3



**C. OPERA DI PARTICOLARE PREGIO**

C.1 Impianto pubblicitario su pareti cieche

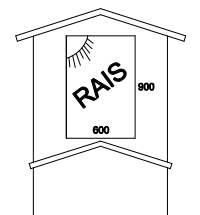
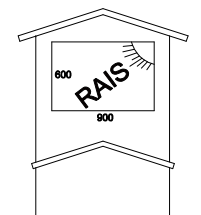
C.1.1 Decorazione su parete



C.1.2 Gigantografia

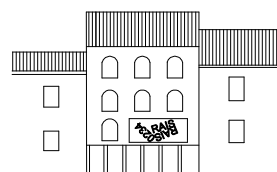


C.1.3 Impianto a parete



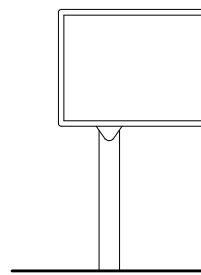
C.2 Gigantografia su ponteggi

C.2.1 Artistica

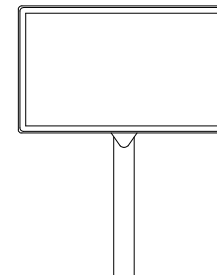


**D. IMPIANTO SPECIALE**

D.1 Cartello Segnaletico

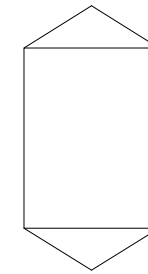


D.2 Tabellone a led



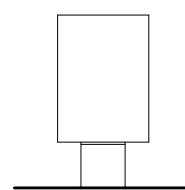
**E. STENDARDO**

E.2 Stendardo

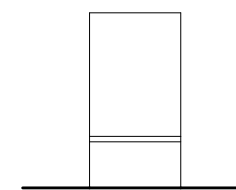


**G. IMPIANTO SU ARREDO URBANO**

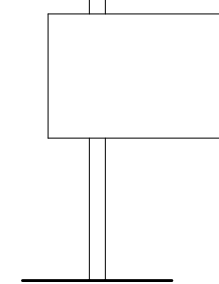
G.1 Supporto informativo



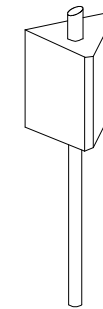
G.1.1



G.1.2

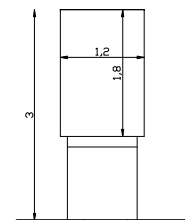
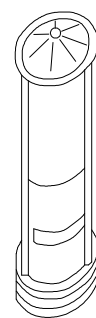


G.1.3

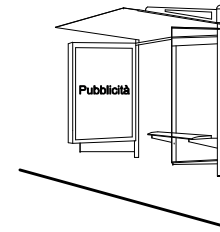


G.2.2 Pannello luminoso

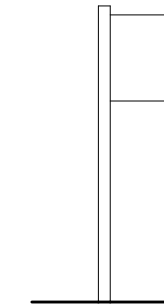
G.2.1 Totem



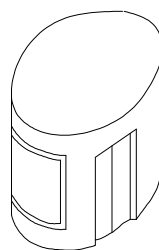
G.3 Pensilina mezzi di trasporto pubblico



G.4 Palina di fermata dei mezzi di trasporto



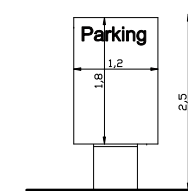
G.5 Bagno autopulente



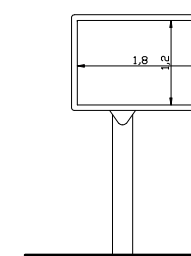
G.7 Contenitori per la raccolta dei rifiuti solidi urbani



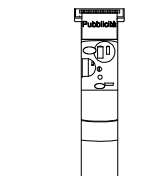
G.8 Segnaparcheggio



G.9 Mezzi Elettronici a Messaggio Variabile



G.10 Parchimetro



G.11 Preinsegna

**ALLEGATO 1  
parte C**



**DIREZIONE  
SVILUPPO  
ECONOMICO**

Publicità e Insegne

**ABACO  
DELLE  
TIPOLOGIE  
DEGLI  
IMPIANTI  
PUBBLICITARI**

# TAVOLA 1



Direzione Sviluppo Economico

Pubblicità e Insegne

*Piano Generale  
degli  
Impianti Pubblicitari  
2011*

## Zonizzazione

### LEGENDA

-  ZONA 1
-  ZONA 1A
-  ZONA 1B
-  ZONA 2
-  ZONA 2A
-  ZONA 3
-  ZONA 4

Scala 1:20000

