

Seduta n. 14

COMUNE DI FIRENZE  
SEDUTA DEL CONSIGLIO COMUNALE DEL 01/04/19  
CONVOCAZIONE ORDINARIA

L'anno 2019, il giorno 1 del mese di aprile alle ore 14.40 nella Sala de' Dugento in Palazzo Vecchio, il Presidente del Consiglio Andrea Ceccarelli ha avviato, ai sensi di quanto stabilito dall'art. 41 del Regolamento del Consiglio comunale, il question time dedicato alla trattazione delle domande a risposta immediata presentate dai consiglieri al Sindaco, riportato nello specifico elenco dell'ordine dei lavori.

Presenti in aula alle ore 14,15 ( ora di convocazione):

Alberici Adriana - Bassi Angelo - Colangelo Marco - Giorgetti Fabio - Milani Luca - Ricci Fabrizio - Verdi Donella

14.20: Entra in aula Pugliese Andrea

14.23: Entra in aula Collesei Stefania

14.28: Entra in aula Fratini Massimo

14.31: Entra in aula Ceccarelli Andrea

14.33: Entrano in aula Giorgetti Stefano, Giani Cristina, Della Felice Susanna

14.38: Entra in aula Lauria Antonio

14.39: Entrano in aula Paolieri Francesca, Albanese Benedetta, Armentano Nicola

Ora:14.40

Verbale: 405

QUESTION TIME N.: 2019/00510

OGGETTO: La leggenda del treno metropolitano

Proponente: Grassi Tommaso

Relatore: Giorgetti Stefano

**14.39: Interviene Ceccarelli Andrea**

14.40: Entra in aula Perini Serena

14.40: Entrano in aula Rossi Alessio,Falomi Niccolo',Vannucci Andrea

**14.40: Interviene Alberici Adriana** svolge il question time al posto del consigliere Grassi

14.41: Entrano in aula Collesei Stefania,Funaro Sara

14.40: Esce dall'aula Collesei Stefania

**14.42: Interviene Ceccarelli Andrea**

14.43: Entra in aula Giachi Cristina

**14.42: Interviene Giorgetti Stefano**

14.45: Entra in aula Bettarini Giovanni

**14.45: Interviene Giorgetti Stefano**

**14.46: Interviene Ceccarelli Andrea**

**14.46: Interviene Alberici Adriana**

ALLEGATO N.1: Question Time n.: 2019/00510

QUESTION TIME

Proponenti: Tommaso Grassi

**Oggetto: la leggenda del treno metropolitano**

COMUNE DI FIRENZE
28.03.19
Interrogazione N. QT 510
Interpellanza N. _____
Mozione / O.D.G./RIS. N. _____

Il sottoscritto consigliere comunale,

**Considerata** la singolare circostanza per cui il sindaco Nardella oggi pretenda, avviando la propria campagna elettorale, di riprendere le proposte dei comitati che il PD non ha mai voluto ascoltare in dieci anni, invocando la creazione di un servizio suburbano di treni sul nodo ferroviario, quale fosse una grande scoperta delle ultime settimane;

**Dato altresì atto** che tale progetto risale invece alla fine del secolo scorso, per poi essere ripreso nel 2007/2009 da alcune associazioni, in collaborazione con l'Università di Firenze, e sostenuto da "altri" esponenti e forze politiche, ma l'A.C. non l'abbia mai preso in considerazione;

**Ritenendo** pertanto come ci si trovi di fronte soltanto a spot elettorali e non a serie piattaforme di confronto e pianificazione condivisa, per arrivare ad un serio piano della mobilità dell'area vasta

**Dato atto** di alcune evidenze fattuali macroscopiche, come ad esempio la circostanza che alcune tratte delle linee tranviarie siano nate quasi in sovrapposizione ai percorsi del treno suburbano (o metrotreno), quali, per esempio, la linea per Careggi o la linea per l'aeroporto, davanti alla quale passa da decenni una linea ferroviaria inutilizzata;

**Rilevato** pertanto come si siano realizzati dei "doppioni" mentre si sarebbero potute realizzare le tranvie per servire altre zone della città e fare un servizio davvero integrato e capillare, realmente integrato e competitivo con altra mobilità;

**Evidenziato infine** come - anche - gli interventi sulla mobilità siano stati fatti a spot e seguendo pedissequamente gli interessi del costruttore e del gestore, invece di fare una seria pianificazione, realizzando binari in aree già servite e lasciandone sguarnite altre;

INTERROGA IL SINDACO E L'AMMINISTRAZIONE PER SAPERE



Perché nessuna tratta dismessa della Rete ferroviaria italiana sia stata integrata in un qualunque progetto di trasporto urbano su ferro, preferendo realizzare ex novo binari in aree dove già ne esistevano di dismessi;

Se intenda rivedere l'accordo del 5 agosto 2011 con Ferrovie e Regione, che ha azzerato e monetizzato i fondi per la realizzazione delle stazioni ferroviarie;

Quanti sono i fondi erogati al Comune da RFI per l'accordo del 5 agosto 2011 e quale ne sia stata la destinazione.

**Il Consigliere comunale**  
**Tommaso Grassi**

Ora:14.47

Verbale: 406

QUESTION TIME N.: 2019/00511

OGGETTO: Centro Ippico 2 Case: è stata trovata una soluzione?"

Proponente: Collesei Stefania

Relatore: Gianassi Federico RISPONDE L'ASSESSORE FRATINI

**14.47: Interviene Ceccarelli Andrea**

**14.47: Interviene Collesei Stefania** Assiste la Presidenza la Vice Segretario Vicario Patrizia De Rosa

**14.49: Interviene Ceccarelli Andrea**

**14.49: Interviene Fratini Massimo**

**14.50: Interviene Collesei Stefania**

**ALLEGATO N.1:** Question Time n.: 2019/00511

Firenze, 28 marzo 2019

Tipo Atto : Question time

Oggetto: "Centro Ippico 2 Case: è stata trovata una soluzione?"

Proponente: Stefania Collesi

Con riferimento all'art. 41 del Regolamento del Consiglio comunale,

②

COMUNE DI FIRENZE
28.03.19
Interrogazione N. <u>QT 511</u>
Interpellanza N. _____
Mozione / O.D.G./RIS. N. _____

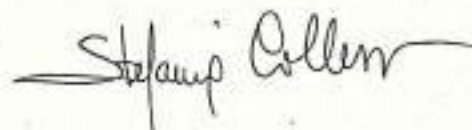
Vista l'attività del Centro Ippico 2 Case, cui è riconosciuta una funzione di interesse sociale;

Vista la sentenza del 21/12/2018 con la quale si indica al Comune di Firenze di individuare ed assegnare al suscitato Centro Ippico un'area idonea a soddisfare le esigenze della specifica attività svolta dal centro medesimo entro il 31/03/2019;

Vista l'urgenza di individuare tale area considerato che il centro ha uno sfratto dalla proprietà previsto a far data dal 30/06/2019

Si chiede

- Se vi siano stati incontri tra l'Amministrazione e il Centro Ippico al fine di rappresentare le condizioni di disponibilità di aree del patrimonio comunale
- Se si quali siano state le proposte effettuate
- Se le proposte effettuate consentano lo spostamento del Centro nei tempi previsti dallo sfratto.



Ora:14.52

Verbale: 407

QUESTION TIME N.: 2019/00519

OGGETTO: Ma quale mensa alla Duca d Aosta?

Proponente: Grassi Tommaso

Relatore: Giachi Cristina

**14.51: Interviene Ceccarelli Andrea**

14.52: Esce dall'aula Collese Stefania

**14.52: Interviene Verdi Donella** svolge il question time al posto del consigliere Grassi

14.52: Entra in aula Collese Stefania

**14.53: Interviene Giachi Cristina**

14.56: Entra in aula Scaletti Cristina

**14.56: Interviene Ceccarelli Andrea**

**14.56: Interviene Giachi Cristina**

14.59: Entra in aula Di Puccio Stefano

**14.59: Interviene Ceccarelli Andrea**

**14.59: Interviene Verdi Donella**

15.00: Entra in aula Di Puccio Stefano

15.00: Esce dall'aula Di Puccio Stefano

**ALLEGATO N.1:** Question Time n.: 2019/00519



# FIRENZE RIPARTE A SINISTRA



COMUNE DI  
**FIRENZE**

CON SINISTRA ITALIANA, FIRENZE A SINISTRA, COMUNE DI FIRENZE, FONDAZIONE COMUNISTA	
28.03.2019	
Interrogazione N. _____	
Interpellanza N. _____	
Mozione / O.D.G. / RIS. N. 519	

ALLEGATO N° 1  
ARGOMENTO N° 607

## QUESTION TIME

Proponenti: Tommaso Grassi

Oggetto: **Ma quale mensa alla Duca d'Aosta?**

10

Il sottoscritto consigliere comunale,

**Preso atto** delle risultanze di visite effettuate da parte della commissione mensa della Scuola Primaria Duca D'Aosta, ovvero, in particolare che:

1. che il primo piatto verificato (pasta asciutta) non aveva alcun tipo di sapore nè di sapidità, tanto che circa i tre quarti di tale portata è stato poi verificato essere stata gettata nei rifiuti;
2. che il secondo piatto (formaggio) aveva le stesse caratteristiche del primo piatto in quanto a sapore e sapidità;
3. che il contorno (verdure cotte al vapore) non aveva un sapore che risultasse affine al tipo di verdure asseritamente tali;
4. che lo scarto (cioè il cibo lasciato nei piatti) in percentuale è stato anche maggiore di quello del primo piatto;

**Appreso**, secondo quanto riferito dai bambini stessi, che spesso non ci sia possibilità di un secondo ripasso per i piatti invece più graditi;

**Preso atto** che gli Uffici del Comune di Firenze dichiarano di attenersi scrupolosamente sia alle indicazioni del Ministero della Salute (Prevenzione sull'uso del sale, Linee Guida antisoffocamento etc.) che alle Linee guida della Giunta Regionale Toscana (Delibera 898/2016) inerenti la refezione scolastica;

**Rilevato** come ciò possa però concretizzarsi in prescrizioni di capitolato, ma non necessariamente nell'attuazione in concreto, sempre che ciò non sia verificato con analisi su campioni secondo metodi attendibili;

**Preso altresì atto** che proprio tali Linee Guida regionali stabiliscano la quantità dei cibi da somministrare, l'alternatività dei piatti all'interno della settimana (carne-formaggio-uova-legumi-pesce), l'incremento delle dosi di verdura stagionale e precisino espressamente come sia "necessario evitare di dare il "bis", o meglio limitarlo alle sole verdure (...) e alla frutta";



**Considerato** come l'applicabilità di tali linee guida sia assolutamente con visibile, ma verosimilmente soltanto se ai commensali vengano sempre prima somministrati un primo piatto, una pietanza ed un contorno mangiabili

**Preso infine atto** delle ulteriori rassicurazioni in termini di qualità tracciabilità, biologicità, salubrità, fatte dal Servizio preposto della Direzione Istruzione, nonché dell'asserita disponibilità a qualunque verifica del caso;

#### INTERROGA IL SINDACO E L'AMMINISTRAZIONE PER SAPERE

1. Come l'A.C. intenda procedere per porre fine allo spreco alimentare e al disservizio lamentato da un numero considerevolmente alto di utenti, tanto da poter presumere che non si possa trattare di mere coincidenze;
2. Se si intenda, nello specifico, al di là di ogni accuratezza in fase istruttoria ed organizzativa, rendere possibile una seria verifica, statisticamente e scientificamente significativa, su quanto realmente finisce nei piatti dei bambini e delle bambine.

Il Consigliere comunale

Tommaso Grassi

---

Ora:15.01

Verbale: 408

QUESTION TIME N.: 2019/00516

OGGETTO: Montedomini, l'Azienda Pubblica di Servizi alla Persona sfratta due famiglie

Proponente: Verdi Donella

Relatore: Funaro Sara

**15.01: Interviene Ceccarelli Andrea**

**15.01: Interviene Verdi Donella**

**15.01: Interviene Ceccarelli Andrea**

**15.03: Interviene Funaro Sara**

15.04: Entra in aula Razzanelli Mario

**15.06: Interviene Funaro Sara**

**15.06: Interviene Verdi Donella**

15.07: Entra in aula Guccione Cosimo

**ALLEGATO N.1: Question Time n.: 2019/00516**



COMUNE DI  
FIRENZE

ALLEGATO N° 1  
ARGOMENTO N° 608

FIRENZE RIPARTE A SINISTRA

CON SINISTRA ITALIANA, FIRENZE A SINISTRA,  
FONDAZIONE COMUNISTA

COMUNE DI FIRENZE	
28 MAR 2019	
Interrogazione N.	Q.T. - 516
Interpellanza N.	
Mozione / O.D.G./RIS. N.	

(7)

QUESTION TIME

Proponente: Donella Verdi

Oggetto: Montedomini, l'Azienda Pubblica di Servizi alla Persona sfratta due famiglie

La sottoscritta consigliera comunale,

CONSIDERATO che l'immobile sito in Via il Prato n. 52, è di proprietà di Montedomini, polo di riferimento in materia anziani, disabili e inclusione sociale;

RICORDATO che, in virtù delle materie di riferimento funzionale sopra esposte Montedomini, aveva locato l'immobile di cui sopra, attraverso la Rete per l'Ospitalità nel Mondo, a due famiglie rom;

PRESO ATTO che la stessa Montedomini ha richiesto lo sgombero della struttura di Via il Prato n. 52 e che le operazioni di esecuzione dello sgombero dell'edificio sono già state per tre volte rinviate a causa della presenza di minori affetti da disabilità e delle condizioni di salute delle altre persone che vi alloggiano;

CONSIDERATO che il Tribunale, Sezione III Civile, Esecuzioni Mobiliari, aveva esplicitamente richiesto al Comune di Firenze di assicurare la presenza dei servizi sociali e di un'ambulanza;

INTERROGA IL SINDACO E L'AMMINISTRAZIONE PER SAPERE

Quali siano le ragioni per cui l'Azienda Pubblica di Servizi alla Persona Montedomini ha richiesto lo sgombero con la forza pubblica dell'immobile di Via il Prato n. 52;

Quali siano le ragioni per cui nell'ultima esecuzione dello sfratto non vi sia stata la presenza né dei servizi sociali né dell'ambulanza, così come richiesto dal Tribunale;

Quali siano le soluzioni alternative che intende adottare il Comune per non mettere in mezzo alla strada le famiglie con bambini disabili e versanti in difficoltà economiche;

Se quanto sta avvenendo non sia in aperta contraddizione con le politiche di inclusione sociale previste dalla stessa azienda Montedomini e dal Comune stesso.

La consigliera comunale  
Donella Verdi



Ora:15.07

Verbale: 409

QUESTION TIME N.: 2019/00517

OGGETTO: Nuovo Conventino. Il Comune abbassa il prezzo e c'è chi ci guadagna di più

Proponente: Grassi Tommaso

Relatore: Gianassi Federico RISPONDE FRATINI

**15.07: Interviene Ceccarelli Andrea**

**15.08: Interviene Alberici Adriana** illustra il question time al posto del consigliere Grassi

**15.09: Interviene Ceccarelli Andrea**

**15.09: Interviene Fratini Massimo**

15.10: Entra in aula Nannelli Francesca

15.12: Entra in aula Giuliani Maria Federica

**15.13: Interviene Fratini Massimo**

**15.14: Interviene Ceccarelli Andrea**

**15.14: Interviene Alberici Adriana**

**ALLEGATO N.1:** Question Time n.: 2019/00517



COMUNE DI  
**FIRENZE**

ALLEGATO N°.....1.....  
ARGOMENTO N°.....609.....

# FIRENZE RIPARTE A SINISTRA

CON SINISTRA ITALIANA, FIRENZE A SINISTRA,  
FONDAZIONE COMUNISTA

COMUNE DI FIRENZE
28 MAR 2019
Interrogazione N. 2.517
Interpellanza N. ....
Mozione / O.D.G./RIS. N. ....

8

## QUESTION TIME

**Proponenti: Tommaso Grassi**

Oggetto: Nuovo Conventino. Il Comune abbassa il prezzo e c'è chi ci guadagna di più.

Il sottoscritto Consigliere comunale,

Preso atto che il complesso del Nuovo Conventino in Oltrarno è stato destinato grazie ad un piano di recupero del gennaio 2018 a una funzione residenziale

Visto che l'edificio oggetto dell'intervento, situato tra via Giano della Bella, via del Casone e via Villani, venne realizzato negli anni '80 come ampliamento del complesso artigianale e versa attualmente in uno stato di semi-abbandono

Visto che il piano prevede un intervento di demolizione e ricostruzione con una sostanziale riduzione della superficie ricostruibile (circa 2mila metri quadrati) con una destinazione d'uso al 100% residenziale, comprensiva di esercizi commerciali di vicinato e ciascun appartamento disporrà di una superficie minima di 40 mq e di un posto auto pertinenziale

Preso atto dell'annuncio di vendita del Nuovo Conventino  
all'indirizzo: <https://www.immobiliare.it/69177446-Vendita-Palazzo-Stabile-via-Giano-della-Bella-Firenze.html>

Preso atto che nell'annuncio di cui al punto precedente è riportato che "La richiesta è di Euro 5.000.000 ma a fronte di una trattativa svolta con serietà e correttezza si può addirittura alla conclusione dell'operazione con ampi margini di guadagno."

### CHIEDE AL SINDACO E ALL'AMMINISTRAZIONE COMUNALE DI SAPERE

quale sia il prezzo di aggiudicazione nella alienazione del Comune di Firenze del complesso del Nuovo Conventino di Via Giano della Bella, e quale l'importo incassato dall'amministrazione comunale

quali siano le motivazioni del differenziale economico tra le due cifre di cui al punto precedente

come sia possibile che il medesimo immobile sia sul mercato a 3,6 milioni di euro e che sia garantito un guadagno con ampi margini e se ritenga di aver tutelato l'interesse pubblico e non aver alienato l'immobile ad un prezzo inferiore al reale prezzo di mercato

come possa spiegarsi un così elevato differenziale economico tra il prezzo oggetto dalla alienazione da parte del Comune di Firenze e quello a cui viene proposta la vendita, senza che vi siano state effettuate lavorazioni o altra operazione onerosa per la nuova proprietà privata, sul sito immobiliare

Tommaso Grassi

Ora:15.14

Verbale: 410

QUESTION TIME N.: 2019/00518

OGGETTO: Lavoratori SEGI sempre in balia del padrone

Proponente: Grassi Tommaso

Relatore: Gianassi Federico RISPONDE FRATINI

**15.14: Interviene Ceccarelli Andrea**

**15.14: Interviene Verdi Donella** Illustra il question time al posto del consigliere Grassi

**15.16: Interviene Ceccarelli Andrea**

**15.16: Interviene Fratini Massimo**

15.17: Entrano in aula Torselli Francesco,Xekalos Arianna

**15.17: Interviene Ceccarelli Andrea**

**15.17: Interviene Verdi Donella**

**ALLEGATO N.1: Question Time n.: 2019/00518**





COMUNE DI  
FIRENZE

ALLEGATO N° 1  
ARGOMENTO N° 610

FIRENZE RIPARTE A SINISTRA

COMUNE DI FIRENZE

CONSIGLIO COMUNALE ITALIANA, FIRENZE A SINISTRA,  
RIFONDAZIONE COMUNISTA

28.03.2019

Interrogazione N. \_\_\_\_\_

Interpellanza N. \_\_\_\_\_

Mozione (O.D.G.) RIS. N. 518

QUESTION TIME

Proponenti: Tommaso Grassi

9

OGGETTO: Lavoratori SEGI sempre in balia del padrone

Il sottoscritto Consigliere comunale,

**Richiamata** la triste e ormai nota vicenda dei lavoratori della Segi, a cui l'impresa non corrisponde quanto dovuto ai sensi di legge, nei tempi e nei modi dovuti e a cui questa Amministrazione pare indifferente, trincerandosi dietro la piena responsabilità dell'appaltatore e mallevandosi di ogni responsabilità;

**Richiamati** gli atti e gli interventi di questo Gruppo consiliare in merito a questa vergognosa e pilatesca presa di distanza;

**Preso** pur atto del lavoro compiuto dagli Uffici dell'Ente, ma di fronte alla vaghezza dell'Amministrazione nel volere prendere una posizione anzitutto politicamente qualificante nella tutela dei lavoratori, invece che "allargare le braccia" ed esortare a "portare pazienza";

**Considerato** infine che la Giurisprudenza ci pone davanti a sentenze che statuiscono anche l'obbligo del committente, nell'uso del contratto di appalto, a selezionare imprenditori affidabili e a controllarne successivamente l'operato per tutta la durata del rapporto contrattuale, viepiù quando si tratti della Pubblica Amministrazione, che non può anteporre mere convenienze di bilancio al rispetto delle norme in generale e al rispetto di diritti dei lavoratori nello specifico;

**Ricordato** infine che, nonostante quanto sopra, i lavoratori della Se.Gi. aspettano ancora di ricevere lo stipendio, chi di febbraio, ma addirittura chi di gennaio;

**Evidenziato** pertanto come questa Amministrazione stia dalla parte del padrone e non certo dei lavoratori e delle lavoratrici;

CHIEDE AL SINDACO E ALL'AMMINISTRAZIONE COMUNALE DI SAPERE:

Quando e come intenda agire questa Amministrazione, in tempo certi e brevi, per dare una soluzione concreta alla vicenda delle maestranze della Segi, che pur hanno prestato con regolarità e senso del dovere le proprie prestazioni lavorative.

Tommaso Grassi

Ora:15.19

Verbale: 411

QUESTION TIME N.: 2019/00514

OGGETTO: Canna fumaria di Piazza Ghiberti 5r e 6r

Proponente: Grassi Tommaso

Relatore: Bettarini Giovanni

**15.18: Interviene Collesei Stefania** Assume la Presidenza

**15.19: Interviene Collesei Stefania**

**15.19: Interviene Verdi Donella** illustra il question time al posto del consigliere Grassi

**15.20: Interviene Collesei Stefania**

**15.20: Interviene Bettarini Giovanni**

**15.23: Interviene Collesei Stefania**

**15.23: Interviene Verdi Donella**

**15.23: Interviene Collesei Stefania**

**15.24: Interviene Collesei Stefania**

**15.24: Interviene Alberici Adriana**

**15.25: Interviene Collesei Stefania**

ALLEGATO N.1: Question Time n.: 2019/00514



**QUESTION TIME**

Proponenti: Tommaso Grassi

<b>COMUNE DI FIRENZE</b>
28 MAR 2018
Interrogazione N. <u>Q.T. 514</u>
Interpellanza N. _____
Mozione / O.D.G./RIS. N. _____

ALLEGATO N° <u>1</u>
DOCUMENTO N° <u>611</u>

5

Oggetto: Canna fumaria di piazza Ghiberti 5 r e 6r

Il sottoscritto Consigliere comunale,

Preso atto che da anni si è insediata in piazza Ghiberti, 5r e 6r un'attività economica che ha utilizzato una canna fumaria, e che successivamente alle segnalazioni della cittadinanza è all'intervento della Polizia Municipale la canna fumaria è stata demolita per irregolarità e il locale chiuso

Considerato che l'amministrazione ha respinto nel 2017 e 2018 la proposta progettuale di realizzazione di una nuova canna fumaria

Visto che in seguito ad una sentenza del tribunale amministrativo di Firenze è stata presentata una nuova proposta progettuale che si basa su alcune affermazioni del tribunale

Considerato che la realizzazione della nuova canna fumaria vanificherebbe l'attività di contrasto alle irregolarità della cittadinanza e creerebbe nuovi problemi di vivibilità delle abitazioni esistenti

**CHIEDE AL SINDACO E ALL'AMMINISTRAZIONE COMUNALE DI SAPERE**

se si intenda ricorrere al grado di giudizio superiore contro la sentenza del TAR per poter confutare le affermazioni dei giudici sulla base delle quali viene presentata la nuova proposta progettuale

se si ritenga accoglibile la proposta progettuale presentata recentemente dalla proprietà del fondo commerciale di piazza Ghiberti in oggetto e se non ritenga di continuare a dare parere negativo al rilascio del permesso di costruire

in quali elementi progettuali e strutturali la recente proposta progettuale differisce dalla precedente proposta progettuale diniegata dall'amministrazione comunale, e per quali motivi potrebbe modificarsi l'orientamento dell'amministrazione comunale

quali provvedimenti intenda assumere per evitare che si crei un nuovo problema di convivenza tra l'attività commerciale e la cittadinanza residente nelle vicinanze

Tommaso Grassi



Ora:15.25

Verbale:412

QUESTION TIME N.: 2019/00515

OGGETTO: Relazione di fine mandato sui "Vigili di Quartiere"

Proponente: Xekalos Arianna

Relatore: Gianassi Federico RISPONDE FRATINI

**15.25: Interviene Xekalos Arianna**

**15.26: Interviene Collesei Stefania**

**15.27: Interviene Fratini Massimo**

**15.27: Interviene Collesei Stefania**

**15.27: Interviene Xekalos Arianna**

**ALLEGATO N.1: Question Time n.: 2019/00515**

QUESTION TIME

6

Oggetto: Relazione di fine mandato sui "Vigili di quartiere"  
Soggetto proponente: Arianna Xekalos  
Data: 28 marzo 2019

LA SOTTOSCRITTA CONSIGLIERA COMUNALE

**CONSIDERATO** che il 7 ottobre 2017 c'è stato il debutto degli "Agenti di quartiere", ovvero 45 agenti, oltre a altri 50 che ogni giorno dovrebbero aggiungersi a rotazione da altri reparti

**APPRESO** che dopo venti giorni erano stati fatti 350 presidi in 37 punti della città ed erano state fatte 700 segnalazioni:

220 sullo stato di strade e marciapiedi (con cadute di bici e pedoni)

170 circa su problemi di traffico e viabilità

80 sullo stato di salute del verde pubblico

75 su problemi di degrado

70 circa sui casi "ambientali" tra i cui rifiuti e relitti di auto, moto e bici

70 sulla sicurezza pubblica e urbana

**PRESO ATTO** che gli "Agenti di quartiere" sembrano essere nel tempo diminuiti, insieme alle segnalazioni fatte dai cittadini

INTERROGA IL SINDACO

Per sapere

1. Se sono ancora 45 i "vigili di quartiere" che operano ogni giorno e se sono ancora 50 gli agenti aggiunti a rotazione dagli altri reparti
2. Quante segnalazioni sono state fatte da quando è iniziato il servizio e di queste, quante sullo stato di strade e marciapiedi, sui problemi di traffico e viabilità, sullo stato di salute del verde pubblico, sul degrado, sui casi ambientali, sulla sicurezza pubblica e urbana, e su altro

Arianna Xekalos

COMUNE DI FIRENZE
28 MAR 2019
Interrogazione N. <u>Q.T. 515</u>
Interpellanza N. _____
Mozione / O.D.G./RIS. N. _____

Ora:15.28

Verbale: 413

QUESTION TIME N.: 2019/00513

OGGETTO: Dichiarazioni del sindaco Nardella e partecipazione dei cittadini

Proponente: Scaletti Cristina

Relatore: Gianassi Federico RISPONDE FRATINI

**15.28: Interviene Collesei Stefania**

**15.28: Interviene Scaletti Cristina**

**15.30: Interviene Fratini Massimo**

**15.33: Interviene Collesei Stefania**

**15.33: Interviene Scaletti Cristina**

**15.34: Interviene Ceccarelli Andrea** Riassume la Presidenza

ALLEGATO N.1: Question Time n.: 2019/00513



Gruppo Consiliare  
La Scaletti, la Firenze viva

④

Tipologia: Domanda a risposta immediata (Q. T) – Consiglio Comunale 25 marzo 2019

Soggetti proponenti: Cristina Scaletti

Oggetto: Dichiarazioni del sindaco Nardella e partecipazione dei cittadini

Considerate le dichiarazioni del sindaco Nardella apparse oggi 28 marzo su vari organi di stampa cittadina, in cui dichiara di voler attivare, se rieletto sindaco, nuove forme di partecipazione dei cittadini;

vista l'esperienza delle "maratone di ascolto" di questi anni di amministrazione

si interroga il sindaco

per sapere:

quante sono state e su quali temi le maratone di ascolto messe in atto dall'a.c. ;

quali ne siano stati gli esiti;

quante abbiano atteso la volontà espressa dai cittadini, quante l'abbiano disattesa e in quest'ultimo caso con quali motivazioni da parte dell'a.c

Cristina Scaletti

COMUNE DI FIRENZE
28.03.19
Interrogazione N. QT 513
Interpellanza N. _____
Mozione / O.D.G./RIS. N. _____

L'anno 2019, il giorno 1 del mese di aprile alle ore 15.36 nella Sala de' Dugento in Palazzo Vecchio, si è riunito il Consiglio Comunale per decisione del Presidente del Consiglio Andrea Ceccarelli, ai sensi della normativa vigente, per trattare gli affari iscritti all'ordine del giorno. Assume la Presidenza Andrea Ceccarelli, assistito dalla Vice Segretario Generale del Comune Patrizia De Rosa.

Eseguito l'appello nominale risultano presenti n. 27 consiglieri.

Il Presidente, constatato il numero dei presenti dichiara valida la seduta dando inizio ai lavori.

15.36: Appello, presenti: Albanese Benedetta, Alberici Adriana, Armentano Nicola, Bassi Angelo, Ceccarelli Andrea, Colangelo Marco, Collesei Stefania, Della Felice Susanna, Di Puccio Stefano, Falomi Niccolò, Giani Cristina, Giorgetti Fabio, Giuliani Maria Federica, Guccione Cosimo, Lauria Antonio, Milani Luca, Nannelli Francesca, Paolieri Francesca, Perini Serena, Pugliese Andrea, Razzanelli Mario, Ricci Fabrizio, Rossi Alessio, Scaletti Cristina, Torselli Francesco, Verdi Donella, Xekalos Arianna.

#### **15.39: Interviene Ceccarelli Andrea NOMINA SCRUTATORI: MILANI, ROSSI, TORSELLI**

Ora: 15.39

Verbale: 414

DELIBERAZIONE N.: 2019/00219

OGGETTO: Nomina del Sig. Daniele Bellucci alla carica di consigliere comunale in surroga della consigliera Amato Miriam dimissionaria

Soggetto/i proponente/i: Andrea Ceccarelli

Ufficio proponente: DIREZIONE CONSIGLIO COMUNALE

Parere Commissioni/CdQ:

#### **15.39 Il Presidente pone in votazione l'atto**

Presenti abilitati: 20

Favorevoli: 19

Contrari: 0

Astenuti: 0

Non Votanti: 1

**15.40: Esito: Approvato**

#### **Favorevoli**

Alberici Adriana, Armentano Nicola, Bassi Angelo, Ceccarelli Andrea, Colangelo Marco, Collesei Stefania, Della Felice Susanna, Giani Cristina, Giuliani Maria Federica, Guccione Cosimo, Lauria

Antonio, Milani Luca, Nannelli Francesca, Paolieri Francesca, Pugliese Andrea, Ricci Fabrizio, Rossi Alessio, Verdi Donella, Xekalos Arianna

**Non Votanti**

Torselli Francesco

15.40: Entra in aula Cellai Jacopo

**Il presidente chiede al consiglio l'immediata eseguibilità dell'atto.**

**15.40 Il Presidente pone in votazione l'immediata eseguibilità**

Presenti abilitati: 21

Favorevoli: 21

Contrari: 0

Astenuti: 0

Non Votanti: 0

**15.40: Esito: Approvato**

**Favorevoli**

Alberici Adriana, Armentano Nicola, Bassi Angelo, Ceccarelli Andrea, Cellai Jacopo, Colangelo Marco, Collesei Stefania, Della Felice Susanna, Giani Cristina, Giuliani Maria Federica, Guccione Cosimo, Lauria Antonio, Milani Luca, Nannelli Francesca, Paolieri Francesca, Pugliese Andrea, Ricci Fabrizio, Rossi Alessio, Torselli Francesco, Verdi Donella, Xekalos Arianna

**15.40: Interviene Ceccarelli Andrea**

**15.41: Interviene Ceccarelli Andrea** Invita il neo consigliere Bellucci a prendere posto augurandogli buon lavoro

15.41: Entra in aula Bellucci Daniele

**ALLEGATO N.1: Deliberazione n.: 2019/C/00026 (Prop. Delib. 2019/00219) - Approvata**





ALLEGATO N° 1  
ARGOMENTO N° 414

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

**DELIBERAZIONE N. 2019/C/00026 (PROPOSTA N. 2019/00219)**

**ARGOMENTO N.414**

**Oggetto:** Nomina del Sig. Daniele Bellucci alla carica di consigliere comunale in surroga della consigliera Amato Miriam dimissionaria

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

Presiede Il Presidente del Consiglio Comunale Andrea CECCARELLI

Assiste Il Vice Segretario Generale Vicario Patrizia DE ROSA

Fungono da scrutatori i signori Luca Milani, Alessio Rossi, Francesco Torselli

Al momento della votazione risultano presenti i consiglieri:

Andrea CECCARELLI	Domenico Antonio LAURIA
Adriana ALBERICI	Luca MILANI
Nicola ARMENTANO	Francesca NANNELLI
Angelo BASSI	Francesca PAOLIERI
Marco COLANGELO	Andrea PUGLIESE
Stefania COLLESEI	Fabrizio RICCI
Susanna DELLA FELICE	Alessio ROSSI
Cristina GIANI	Francesco TORSELLI
Maria Federica GIULIANI	Donella VERDI
Cosimo GUCCIONE	Arianna XEKALOS

risultano altresì assenti i Consiglieri:

Benedetta ALBANESE	Tommaso GRASSI
Bellucci Daniele	Silvia NOFERI
Leonardo BIEBER	Serena PERINI
Jacopo CELLAI	Cecilia PEZZA
Angelo D'AMBRISI	Mario RAZZANELLI
Stefano DI PUCCIO	Cristina SCALETTI
Niccolò FALOMI	Luca TANI
Fabio GIORGETTI	Mario TENERANI

risulta altresì assente il Sindaco Dario NARDELLA

## IL CONSIGLIO

Visto l'art. 45 comma 1 del D.Lgs. n. 267/2000 il quale prevede che *"Nei consigli comunali il seggio che durante il quinquennio rimanga vacante per qualsiasi causa, è attribuito al candidato che nella medesima lista segue immediatamente l'ultimo eletto"*;

Vista la lettera, protocollo generale nr. 0107181 del 28/03/2019 con cui la consigliera comunale Sig.ra Amato Miriam eletta nella lista n 12 – Movimento 5 stelle, ha rassegnato le proprie dimissioni dalla carica di consigliera comunale;

Ritenuto di dover procedere pertanto alla surroga della consigliera dimissionaria ai sensi dell'articolo 38, comma 8 del D. Lgs. nr. 276/2000 e nei tempi da questo stabiliti;

Verificato che il primo dei non eletti della lista n 12 – Movimento 5 stelle risulta essere la Sig.ra Mangionello Silvia con cifra individuale pari a n. 93 voti che però, così come comunicato dal Gruppo Consiliare Movimento 5 stelle con mail del 29 marzo 2019, ha declinato la nomina;

Visto che il secondo dei non eletti con cifra individuale pari a n. 82 risulta essere il Sig. Daniele Bellucci, attuale consigliere presso il Quartiere 2, che ha accettato la nomina;

Vista la lettera, protocollo generale nr.108810 del 29 marzo 2019 con cui lo stesso Sig. Daniele Bellucci eletto nella lista n 12 – Movimento 5 stelle, ha rassegnato le proprie dimissioni dalla carica di consigliere circoscrizionale al fine di rimuovere la relativa causa di incompatibilità di cui all'art.65 comma 3 del dlgs 267/2000;

Vista la dichiarazione di possesso dei requisiti per l'eleggibilità a consigliere comunale e di non sussistenza di cause di ineleggibilità e di incompatibilità presentata dal Sig. Daniele Bellucci in data 29 marzo 2019 - Prot. N.108849, redatta ai sensi del capo II del Titolo III D. Lgs. n. 267/2000 e del D. Lgs. n.39/2013;

Ricavato conseguentemente dalla suddetta dichiarazione che il Sig. Daniele Bellucci è in possesso dei requisiti necessari;

Preso atto del parere favorevole relativo alla regolarità tecnica del provvedimento ai sensi e per gli effetti dell'art. 49 del D.Lgs. n. 267/2000;

### **DELIBERA**

1. di surrogare nella carica di consigliere comunale la Sig.ra Amato Miriam dimissionaria, con il Sig. Daniele Bellucci, secondo dei non eletti nella lista n.12 – Movimento 5 stelle che presenta i necessari requisiti.

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

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

Data 29/03/2019
-----------------

Il Dirigente/Direttore Pietro Rubellini
--

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

favorevoli	19:	Andrea Ceccarelli, Adriana Alberici, Nicola Armentano, Angelo Bassi, Marco Colangelo, Stefania Collesei, Susanna Della Felice, Cristina Giani, Maria Federica Giuliani, Cosimo Guccione, Domenico Antonio Lauria, Luca Milani, Francesca Nannelli, Francesca Paolieri, Andrea Pugliese, Fabrizio Ricci, Alessio Rossi, Donella Verdi, Arianna Xekalos
contrari	0:	
astenuti	0:	
non votanti	1:	Francesco Torselli,

essendo presenti 20 consiglieri

**LA PROPOSTA E' APPROVATA.**

Consiglieri entrati prima della votazione i.e.:

Jacopo CELLA



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

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

favorevoli	21:	Andrea Ceccarelli, Adriana Alberici, Nicola Armentano, Angelo Bassi, Jacopo Cellai, Marco Colangelo, Stefania Collesei, Susanna Della Felice, Cristina Giani, Maria Federica Giuliani, Cosimo Guccione, Domenico Antonio Lauria, Luca Milani, Francesca Nannelli, Francesca Paolieri, Andrea Pugliese, Fabrizio Ricci, Alessio Rossi, Francesco Torselli, Donella Verdi, Arianna Xekalos,
contrari	0:	
astenuti	0:	
non votanti	0:	

essendo presenti 21 consiglieri

L'IMMEDIATA ESEGUIBILITA' E' APPROVATA CON 21 VOTI A FAVORE

**ALLEGATI INTEGRANTI**

- DIMISSIONI CONSIGLIERA M. AMATO
- RINUNCIA SIG. S. MANGIANIELLO
- DIMISSIONI SIG. DANIELE BELLUCCI
- DICHIARAZIONE POSSESSO REQUISITI ELEGGIBILITÀ SIG. DANIELE BELLUCCI

**IL VICE SEGRETARIO GENERALE  
VICARIO  
Patrizia De Rosa**

**IL PRESIDENTE  
Andrea Ceccarelli**

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

Ora:15.41

Verbale: 415

COMUNICAZIONE N.: 2019/00475

OGGETTO: Comunicazione del consigliere Alessio Rossi su: Un saluto al Consiglio Comunale.

**15.41: Interviene Rossi Alessio**

15.43: Entra in aula Bettini Alessia

Ora:15.46

Verbale: 416

COMUNICAZIONE N.: 2019/00509

OGGETTO: Comunicazione della consigliera Susanna Della Felice su: Il Congresso Mondiale delle Famiglie di Verona e l'inesatto utilizzo della lingua italiana.

**15.44: Interviene Ceccarelli Andrea**

**15.46: Interviene Collesei Stefania**

**15.46: Interviene Della Felice Susanna**

15.47: Entra in aula Del Re Cecilia

**15.48: Interviene Ceccarelli Andrea**

15.48: Esce dall'aula Della Felice Susanna



Ora:15.48

Verbale: 417

COMUNICAZIONE N.: 2019/00528

OGGETTO: Comunicazione del consigliere Nicola Armentano su: Tanti giovani medici a difesa di una popolazione che invecchia

**15.48: Interviene Armentano Nicola**

15.49: Entra in aula Della Felice Susanna

**15.51: Interviene Ceccarelli Andrea**

15.51: Entra in aula Gianassi Federico

Ora:15.51

Verbale: 418

COMUNICAZIONE N.: 2019/00529

OGGETTO: Comunicazione del consigliere Luca Milani Sul carcere di Sollicciano.

**15.51: Interviene Ceccarelli Andrea**

**15.52: Interviene Milani Luca**

15.54: Entra in aula Tenerani Mario

Ora:15.55

Verbale: 419

COMUNICAZIONE N.: 2019/00530

OGGETTO: Comunicazione della consigliera Adriana Alberici su: Un gettone per la disobbedienza civile.

**15.55: Interviene Ceccarelli Andrea**

**15.55: Interviene Alberici Adriana**

Ora:15.58

Verbale: 420

COMUNICAZIONE N.: 2019/00531

OGGETTO: Comunicazione del neo consigliere Daniele Bellucci per salutare il Consiglio

**15.58: Interviene Ceccarelli Andrea**

**15.58: Interviene Bellucci Daniele**

**15.59: Interviene Ceccarelli Andrea**

Ora:15.59

Verbale: 421

COMUNICAZIONE N.: 2019/00523

OGGETTO: Comunicazione del Sindaco in merito alle dimissioni dell'Assessore Lorenzo Perra - art. 31 dello Statuto del Comune di Firenze

16.00: Entra in aula Nardella Dario

**16.00: Interviene Nardella Dario** Comunica che le deleghe dell'Assessore Perra non saranno date a nessun altro

16.00: Entra in aula Bieber Leonardo

**16.02: Interviene Ceccarelli Andrea**

**16.05: Interviene Ceccarelli Andrea**

**16.05: Interviene Milani Luca**

16.07: Entrano in aula Bettarini Giovanni,Perra Lorenzo

16.07: Esce dall'aula Bettarini Giovanni

**16.09: Interviene Ceccarelli Andrea**

**16.09: Interviene Verdi Donella**

**16.14: Interviene Ceccarelli Andrea**

**16.14: Interviene Rossi Alessio**

**16.16: Interviene Ceccarelli Andrea**

**16.16: Interviene Ceccarelli Andrea**

**16.16: Interviene Armentano Nicola**

16.16: Esce dall'aula Scaletti Cristina

**16.20: Interviene Ceccarelli Andrea**

**16.20: Interviene Perra Lorenzo** ringrazia

**16.21: Interviene Ceccarelli Andrea**

Ora:16.22

Verbale: 422

DELIBERAZIONE N.: 2019/00125

OGGETTO: Regolamento sulla Pubblicità

Soggetto/i proponente/i: Cecilia Del Re

Ufficio proponente: DIREZIONE ATTIVITÀ ECONOMICHE E TURISMO

Parere Commissioni/CdQ: Comm. 2 - Favorevole - 26/03/2019

**16.22: Interviene Ceccarelli Andrea**

**16.22: Interviene Del Re Cecilia** illustra la delibera e l'emendamento di Giunta

**16.28: Interviene Collesei Stefania** assume la presidenza

**16.29: Interviene Collesei Stefania**

**16.29: Interviene Alberici Adriana** chiede qualche minuto per esaminare l'emendamento di Giunta



**16.29: Interviene Collese Stefania** sospende il consiglio per 5 minuti per dar modo di leggere l'emendamento di Giunta

**16.35: Interviene Collese Stefania** si riprende la seduta

**16.35: Interviene Giorgetti Fabio**

**16.41: Interviene Giuliani Maria Federica**

**16.42: Interviene Ceccarelli Andrea** riassume la presidenza

**16.42: Interviene Alberici Adriana**

**16.45 Il Presidente pone in votazione l'atto**

**16.44: Interviene Ceccarelli Andrea** sostituisce il consigliere Torselli con il consigliere Tenerani in qualità di scrutatore

Presenti abilitati: 23

Favorevoli: 18

Contrari: 0

Astenuti: 0

Non Votanti: 5

**16.45: Esito: Approvato emendato**

#### **Favorevoli**

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

#### **Non Votanti**

Alberici Adriana, Bellucci Daniele, Collese Stefania, Rossi Alessio, Verdi Donella

**16.45 Il Presidente pone in votazione l'immediata eseguibilità dell'atto**

Presenti abilitati: 22

Favorevoli: 20

Contrari: 0

Astenuti: 0

Non Votanti: 2

**16.45: Esito: Approvato**

**Favorevoli**

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

**Non Votanti**

Alberici Adriana,Verdi Donella

**ALLEGATO N.1:** Proposta di Delibera 2019/00125 – I stesura

**ALLEGATO N.2:** Emendamento Giunta

**ALLEGATO N.3:** Deliberazione n.: 2019/C/00027 ( Prop. Delib. 2019/00125) – **Approvata  
emendata**



ALLEGATO N°.....  
ARGOMENTO N°.....422.....

**Proposta di Deliberazione per il Consiglio**

**Servizio Commercio aree pubbliche,  
Occupazione suolo pubblico e Taxi**

**Livello Superiore:** Direzione Attività Economiche e Turismo

**Responsabile:** Maria Francesca Lastrucci  
**Data Richiesta:** 28/02/2019  
**Numero:** 2019/00125  
**Proponente:** Cecilia Del Re  
**Altri Proponenti:**

**Estensore:** Sandra Banchi  
**Pareri Istruttori:** Servizio Entrate

**Responsabile Istruttoria:**

**Importo Totale:**

**Entrata**

Esercizio	Capitolo	Articolo	Accertamento	Sub Accert.	Importo

**Spesa**

Esercizio	Capitolo	Articolo	Impegno	Sub Impegno	Importo

**OGGETTO:** Regolamento sulla Pubblicità



## IL CONSIGLIO

### Richiamati:

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

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

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

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

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

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

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

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

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



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

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

Tenuto conto che nella definizione e individuazione di nuovi progetti da includere nel monitoraggio e nella revisione del Piano di Gestione, è stata fondamentale la Missione Consultiva UNESCO/ICOMOS, tenutasi a Firenze dal 22 al 25 maggio 2017 e che la stessa ha incluso tra le tematiche da analizzare la "*Mercificazione del patrimonio storico e culturale (pubblicità e eventi temporanei)*" cfr. punto 8 del capitolo 2.6. "*Nuove sfide per la gestione del Centro Storico di Firenze*";

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

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

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

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

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

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

## **DELIBERA**

Per i motivi esposti in narrativa:

- 1) di approvare il Regolamento sulla Pubblicità allegato al presente atto costituente parte integrante, composto dal testo regolamentare e relativi allegati parte integrante;

- 2) di abrogare il Regolamento della Pubblicità approvato con Deliberazione del Consiglio Comunale n. 55 dell'8/10/2012 come modificato, da ultimo, con Deliberazione del Consiglio Comunale n. 17/2015 e n. 5/2017;
- 3) di abrogare il Regolamento per l'installazione delle Insegne approvato con Delibera Consiglio Comunale 41/55 del 1998 e successive modifiche in ultimo approvate con Delibera Consiglio Comunale 26 del 23/05/2011;



**PRECEDENTE TESTO**

**NUOVO TESTO**

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

*(Delibera C.C. n. 20 del 27.03.2001, modificata con Delibera C.C. n.83 del 25.02.2002, Delibera C.C. n.178 del 24.03.2003, Delibera C.C. n.226 del 31.03.2003, Delibera C.C. n.6 del 9.02.2004, Delibera C.C. n.30 del 30.03.2004, Delibera C.C. n.40 del 13.04.2004, Delibera C.C. n.26 del 30.03.2005, Delibera C.C. n.11 del 6.03.2006, Delibera C.C. n.70 del 24.07.2008, Delibera C.C. n.31 del 30.03.2009, Delibera C.C. n.93 del 23.11.2009, Delibera C.C. n.26 del 23.05.2011, Delibera C.C. n.55 del 8.10.2012, Delibera C.C. n.46 del 28.07.2014, Delibera C.C. n.17 del 23.03.2015 modificata da deliberazione n. 5 del 30.01.2017)*

**INDICE**

**TITOLO PRIMO - PRINCIPI GENERALI**

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

**TITOLO SECONDO - ATTUAZIONE DEL REGOLAMENTO**

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

**REGOLAMENTO SULLA PUBBLICITA'**

**TITOLO PRIMO - PRINCIPI E DISPOSIZIONI GENERALI**

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

**TITOLO SECONDO - IMPIANTI PUBBLICITARI**

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

FERROVIARIE

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

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

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

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

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

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

**TITOLO TERZO - INSEGNE E PREINSEGNE**

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

**TITOLO QUARTO - ALTRI MEZZI PUBBLICITARI**

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

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

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



PUBBLICITARI PERMANENTI  
ART. 46 MODALITA' E TERMINI DI  
PAGAMENTO PER MEZZI PUBBLICITARI  
TEMPORANEI

**TITOLO SESTO - PENALITA' E SANZIONI**

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

ART. 48 PUBBLICITA' ABUSIVA E  
DIFFORME. DEFINIZIONI

ART. 49 INDENNIZZO E SANZIONI PER LA  
PUBBLICITA' ABUSIVA E DIFFORME

ART. 50 ALTRE MISURE

ART. 51 DECORRENZA DELLA PUBBLICITA'  
ABUSIVA

ART. 52 DEFINIZIONE AGEVOLATA DELLE  
PENALITA' ("RAVVEDIMENTO OPEROSO")

ART. 53 DIFFIDA AD ADEMPIERE  
/INGIUNZIONE DI PAGAMENTO ED

ATTIVITA' DI CONTROLLO E  
ACCERTAMENTO

ART. 54 RIMBORSI

ART. 55 CONTENZIOSO

**TITOLO SETTIMO - NORME TRANSITORIE  
E FINALI**

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

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

ART. 58 NORME DI RINVIO

ART. 59 DISCIPLINA TRANSITORIA E  
MISURE DI SALVAGUARDIA

**TITOLO PRIMO  
PRINCIPI GENERALI**

**ART. 1 OGGETTO E FINALITA'**

1. Il presente Regolamento ottempera alle  
disposizioni di cui all'art. 3 del D.Lgs. 15  
novembre 1993, n. 507 e ss.mm.ii., e  
segnatamente determina la tipologia e la  
quantità

degli impianti pubblicitari, nonché le modalità  
di rilascio del provvedimento per la loro  
installazione. Stabilisce altresì la ripartizione  
della superficie degli impianti pubblici da  
destinare alle affissioni di natura istituzionale,  
sociale o comunque prive di rilevanza  
economica, nonché la superficie degli  
impianti da attribuire a soggetti privati, per  
l'effettuazione di affissioni dirette.

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

**TITOLO SESTO - PENALITA' E SANZIONI**

ART. 47 Penalità per omesso o parziale e tardivo pagamento  
del canone

ART. 48 Pubblicità abusiva e difforme. definizioni

ART. 49 Indennizzo e sanzioni per la pubblicità abusiva e  
difforme

ART. 50 Altre misure

ART. 51 Decorrenza della pubblicità abusiva

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

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

ART. 54 Rimborsi

**TITOLO SETTIMO - NORME TRANSITORIE E FINALI**

ART. 55 Disciplina transitoria e misure di salvaguardia

**TITOLO PRIMO -PRINCIPI E DISPOSIZIONI  
GENERALI**

**ART. 1 OGGETTO**

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

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



modalità di effettuazione della pubblicità, di disciplinare i criteri e le modalità di installazione dei nuovi impianti, di rendere possibili gli interventi di sponsorizzazione o di sostegno economico per finalità di interesse per la città.

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

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

- pubblica affissione di natura istituzionale, sociale o comunque priva di rilevanza economica;
- pubblicità commerciale su aree ed impianti di proprietà del Comune di Firenze.
- pubblicità esterna dei privati.

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

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

1. Per la definizione dei mezzi o impianti pubblicitari si fa riferimento all'art. 23 del D. Lgs. 30 aprile 1992, n. 285, Nuovo Codice della Strada e 47 e 77 del D.P.R. 16 dicembre 1992, n. 495, relativo Regolamento di esecuzione, le cui modifiche ed integrazioni si intendono integralmente recepite nel presente Regolamento.

2. Si definisce "insegna di esercizio" la scritta in caratteri alfanumerici, completata eventualmente da simboli e da marchi, realizzata e supportata con materiali di qualsiasi natura, installata nella sede dell'attività a cui si riferisce o nelle pertinenze accessorie alla stessa. Può essere luminosa sia per luce propria che per luce indiretta.

3. Si definisce "preinsegna" la scritta in caratteri alfanumerici, completata da freccia di orientamento, ed eventualmente da simboli e da marchi, realizzata su manufatto bifacciale e bidimensionale, utilizzabile su una sola o su entrambe le facce, supportato da una idonea struttura di sostegno, finalizzata alla pubblicizzazione direzionale della sede dove si esercita una determinata attività ed installata in modo da facilitare il

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

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

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

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

7

5. Si definisce "cartello" un manufatto bidimensionale supportato da una idonea struttura di sostegno, con una sola o entrambe le facce finalizzate alla diffusione di messaggi pubblicitari o propagandistici sia direttamente, sia tramite sovrapposizione di altri elementi, quali manifesti, adesivi, ecc. Può essere luminoso sia per luce propria che per luce indiretta.

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

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

7. Si definisce "segno orizzontale reclamistico" la riproduzione sulla superficie stradale, con pellicole adesive, di scritte in caratteri alfanumerici, di simboli e di marchi, finalizzata alla diffusione di messaggi pubblicitari o propagandistici.

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



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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

permanente degli impianti pubblicitari siano essi pubblici o privati.

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

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

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



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

immobili, di forme di pubblicità.

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

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

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

a. Le installazioni pubblicitarie poste in opera all'interno dei locali adibiti alla vendita di beni o alla prestazione di servizi quando la pubblicità esposta si riferisca all'attività negli stessi

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

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

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

c. I manufatti adibiti a pubblicità comunque effettuata all'interno, sulle facciate esterne o sulle recinzioni dei locali di pubblico spettacolo, quando si riferisca alle rappresentazioni in programmazione purché i manufatti non eccedano le dimensioni massime di analoghe strutture consentite nella zona in cui ricadono.

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

e. I manufatti pubblicitari, relativi ai giornali

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

**VEDI ART 32. nuovo regolamento.**

#### **ART. 32 DISCIPLINA DI PARTICOLARI MEZZI PUBBLICITARI**

1. Fatto salvo il rispetto della disciplina di cui al Codice dei Beni Culturali per gli edifici o le aree sottoposte a tutela ed il rispetto delle norme dettate dal Regolamento Edilizio ivi comprese le normative di settore delle specifiche attività, non sono soggetti a titolo autorizzatorio/SCIA:

a. I mezzi pubblicitari di cui all'art. 42;

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

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

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

e. la collocazione di vetrofanie o di cartelli all'interno delle vetrine relativi attività e servizi offerti, qualora detti mezzi non contengano loghi/denominazione/ragione sociale dell'attività ed abbiano dimensioni inferiori o uguali a 0,5 mq per ogni vetrina;

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



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

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

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

dallo Stato e dagli Enti Pubblici territoriali.

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

#### **ART. 5**

##### **DIMENSIONAMENTO**

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

a) Superficie per la pubblica affissione di natura istituzionale, sociale e comunque non a rilevanza economica su impianti di proprietà dell'Amministrazione Comunale: mq. 6.600.

b) Superficie per la pubblicità commerciale su aree pubbliche e lungo le strade, su impianti e su beni di proprietà dell'Amministrazione Comunale: mq. 10.000.

In tale superficie sono compresi:

- mq 1.000= relativi ad impianti riconducibili alla Tipologia D1 "Cartello Stradale";

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

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

#### **ART. 6**

##### **MEZZI PUBBLICITARI NON RIENTRANTI NEL**

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

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

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

a) pubbliche affissioni 6.600 mq;

b) aree pubbliche, strade, impianti e beni di proprietà dell'Amministrazione Comunale (ancorché in concessione a terzi a qualsiasi titolo): 8.000 mq;

c) aree di proprietà privata 8.000 mq di cui:

- 700 mq riservati ad impianti pubblicitari da installare presso nuovi parcheggi scambiatori;
- 1.200 mq riservati ad impianti pubblicitari in aree/pertinenze ferroviarie;
- 400 mq riservati ad impianti sportivi privati ed a pertinenze -con superficie di almeno 3.000 mq- di locali di pubblico spettacolo e di medie e grandi strutture di vendita;

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

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



## **DIMENSIONAMENTO**

Non rientra nel dimensionamento:

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

## **ART. 7 CARATTERISTICHE DEGLI IMPIANTI**

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

- a) La qualità progettuale ed esecutiva degli impianti pubblicitari dovrà essere curata con particolare attenzione al fine di garantire l'integrazione di tali elementi nell'ambiente urbano e di migliorare l'immagine della città, tenendo, altresì, presente la solidità e la durevolezza nonché la facilità di pulizia e di manutenzione degli elementi stessi;
- b) gli impianti pubblicitari devono essere realizzati con materiali non deperibili e resistenti agli agenti atmosferici; devono avere sagoma regolare che non può essere quella di disco o triangolo ed in ogni caso non devono ingenerare confusione con la segnaletica stradale ed ostacolare la visibilità entro lo spazio di avvistamento;
- c) le strutture di sostegno e di fondazione devono essere calcolate per resistere alla spinta del vento e degli altri agenti atmosferici, saldamente realizzate ed ancorate sia globalmente che nei singoli elementi. Ove ci si avvalga di strutture preesistenti devono comunque essere rispettate e garantite le esigenze di sicurezza a tutela della pubblica incolumità;
- d) tutti gli impianti pubblicitari luminosi o illuminati non possono avere luce intermittente, né di colore rosso e devono essere di intensità

Non rientrano nel dimensionamento:

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

## **VEDI art. 13 Nuovo Regolamento**

## **ART. 13 CARATTERISTICHE DEI MEZZI PUBBLICITARI**

1. Tutti i mezzi pubblicitari devono rispettare le seguenti caratteristiche generali:

- a) essere realizzati con materiali non deperibili e resistenti agli agenti atmosferici;
  - b) avere sagoma regolare (che non può essere quella di disco o triangolo)
  - c) non devono ingenerare confusione con la segnaletica stradale ed ostacolare la visibilità entro lo spazio di avvistamento;
  - d) le strutture di sostegno e di fondazione devono essere calcolate per resistere alla spinta del vento e degli altri agenti atmosferici, saldamente realizzate ed ancorate sia globalmente che nei singoli elementi. Ove ci si avvalga di strutture preesistenti devono comunque essere rispettate e garantite le esigenze di sicurezza a tutela della pubblica incolumità;
  - e) gli impianti pubblicitari luminosi o illuminati non possono né avere luce intermittente, né di colore rosso e non devono procurare abbagliamento. Il sistema di illuminazione deve essere conforme a tutte le specifiche norme in materia;
  - f) L'eventuale variabilità dei messaggi degli impianti pubblicitari non dovrà essere inferiore a 10 secondi.
  - g) non devono pregiudicare la visibilità della segnaletica stradale (cartelli indicatori, impianti semaforici, ecc.), di postazioni di controllo per il rilevamento della velocità o di altre indicazioni di interesse pubblico né ridurre o impedire la corretta visibilità degli attraversamenti pedonali, semaforici e non. In particolare i manufatti non devono in alcun modo interferire con il cono ottico di avvistamento delle lanterne semaforiche, sia degli impianti sulle intersezioni che in quelli che regolano i flussi pedonali.
2. Gli impianti devono altresì rispettare i requisiti e le



tale da non procurare abbagliamento. Il sistema di illuminazione deve essere conforme a tutte le specifiche norme in materia;

10

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 Regolamento, 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 della segnaletica stradale (cartelli indicatori, impianti semaforici, ecc., di postazioni di controllo per il rilevamento della velocità o di altre indicazioni di interesse pubblico né ridurre o impedire la corretta visibilità degli attraversamenti pedonali, semaforici e non. In particolare i manufatti non devono in alcun modo interferire con il cono ottico di avvistamento delle lanterne semaforiche, sia degli impianti sulle intersezioni che in quelli che regolano i flussi pedonali.<sup>2</sup> Gli impianti devono altresì rispettare le indicazioni contenute nell'Allegato I:

- PARTE A – CARATTERISTICHE

indicazioni contenute nell'Allegato 1 parte integrante al presente Regolamento.

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

**ART. 8**

**NORME DI RISPETTO**

1. Relativamente al contenuto del messaggio pubblicitario si rimanda all'art.25 del presente Regolamento.

2. E' vietata la collocazione o l'ancoraggio di qualsiasi impianto pubblicitario su piante o sostanze arboree e per gli interventi da effettuarsi in prossimità di esse si applicano le disposizioni previste dal vigente

"Regolamento per la tutela del patrimonio arboreo e arbustivo della città e relativo Disciplinare" il cui rispetto deve essere autocertificato dal richiedente all'atto di presentazione dell'istanza come previsto dall'Allegato 3 - Elenco della documentazione necessaria alla presentazione dei progetti, costituente parte integrante e sostanziale del presente Regolamento.

In particolare, nessun impianto pubblicitario di nuova realizzazione può essere collocato a meno di tre metri dal piede di un albero. Per gli impianti di dimensioni superiori ai pannelli luminosi con dimensione massima cm 120x180, come definiti al punto G.2.2 dell'Allegato I, Parte A del presente Regolamento, la distanza minima dovrà essere di almeno 10 metri dal piede dell'albero e potrà essere derogata previo nulla-osta da parte della Direzione competente per materia. La presenza di impianti pubblicitari in prossimità di alberature di alto fusto non può costituire motivo di contenimento e potatura, né tantomeno di abbattimento e sostituzione delle stesse per motivi di visuale ed ogni intervento sulle stesse deve comunque essere sottoposto all'autorizzazione della direzione competente, secondo quanto previsto dal vigente "Regolamento per il patrimonio arboreo ed arbustivo della città e relativo disciplinare."

3. Nelle aree private soggette a vincolo espropriativo si procederà al rilascio di autorizzazioni all'installazione di impianti pubblicitari, previa sottoscrizione di un atto unilaterale d'obbligo in cui il privato si impegna alla rimozione senza oneri a carico dell'Amministrazione Comunale.

4. Gli impianti pubblicitari devono essere collocati in opera in conformità alla vigente normativa in materia di abbattimento barriere

Vedi art. 12 nuovo regolamento

**ART. 12 NORME DI RISPETTO**

1. E' vietata l'installazione di impianti pubblicitari sul muro di cinta e sugli edifici adibiti a sedi di ospedali, fatta salva la disciplina di cui agli articoli 8 e 9.

2. Gli impianti pubblicitari non debbono occultarsi reciprocamente.

3. L'installazione di impianti pubblicitari non deve procurare pregiudizio a terzi. A tal fine qualora l'installazione richiesta sia in posizione di confine con altra proprietà o possa comunque recare pregiudizio alla piena godibilità del proprio bene, è necessario il consenso del proprietario della medesima.

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



architettoniche.

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

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

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

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

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

IV) stendardi.

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

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

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

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

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

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

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



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

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

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

Palazzo della Signoria

Cattedrale di Santa Maria del Fiore

Battistero di San Giovanni

Campanile di Giotto

Ponte Vecchio

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

**ART. 10 ZONIZZAZIONE DEL TERRITORIO COMUNALE**

possono essere autorizzati a seguito di procedura ad evidenza pubblica.

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

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

Vedi art. 4 nuovo regolamento

**ART. 4 ZONIZZAZIONE DEL TERRITORIO**

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

seguenti zone:

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

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

individuati dal vigente strumento urbanistico. Essa comprende al suo interno particolari ambiti urbani, indicati come sottozona, ovvero:

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

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

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

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

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

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

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

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

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

con la vocazione di questa parte del territorio.

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

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

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

## COMUNALE

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

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

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

- **ZONA 3:** zona nord della città.

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



**ATTUAZIONE DEL REGOLAMENTO**

**ART. 11**

**REALIZZAZIONE E/O GESTIONE  
DEGLI IMPIANTI PUBBLICITARI**

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

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

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

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

**ART. 12**

**PROGETTI UNITARI**

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

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

LA PREVISIONE NON ESISTE PIU'

Vedi art. 8 nuovo regolamento

**ART. 8 PROGETTI UNITARI**

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

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



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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

**VEDI ART. 18 nuovo Regolamento  
ART. 18 IMPIANTI PUBBLICITARI SU SUOLO  
PRIVATO**

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

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



impianto/i.

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

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

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

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

**A. Cartello**

A.0 – formato fino a mq. 8;

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

**C. Opera di particolare pregio.**

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

C.1.1 Decorazione su parete.

C.1.2 Gigantografia.

C.1.3 Impianto su parete.

**C.2 Gigantografia su ponteggi**

C.2.1 Artistica.

**D.1 Cartello Stradale.**

**E.2 Stendardo.**

**G.11 Pre-insegne.**

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

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

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

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

B. Impianto per affissioni

B.1 Vetrina

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

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

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

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

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

B.2 Standardo porta manifesti  
B.2.1 - formato piccolo - cm 100x140, cm 140x100 (2 fogli)  
B.2.2 - formato medio - cm. 140x200, cm 200x140 (4 fogli)  
B.2.3 - formato grande - cm. 280x200, cm 200x280 (8 fogli)  
B.4 Tabella a muro  
B.4.1 - formati piccoli - cm 140x100, cm 100x140 (2 fogli);  
B.4.2 - formati medi - cm 140x200, 200x140 (4 fogli), 280x200, 200x280 (8 fogli);  
B.4.3 - formati grandi - cm 400x280 (16 fogli), cm. 420x200 (12 fogli).  
2. L'Amministrazione Comunale si riserva l'utilizzo degli impianti per l'affissione istituzionale nel limite massimo del 30%.

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

1. Nell'attività di noleggio automatico di biciclette (*bike-sharing*) lo sfruttamento pubblicitario all'interno del territorio cittadino, deve avvenire sulla base di un progetto unitario che localizzi compiutamente tutti gli impianti pubblicitari. Il progetto deve essere approvato dalla Giunta Comunale in conformità alle previsioni degli atti della procedura di evidenza pubblica per l'affidamento del servizio.  
2. Sulle biciclette e sui totem elettronici che permettono lo sgancio dai punti di attacco delle biciclette vigono le seguenti limitazioni:  
- la pubblicità non potrà sporgere rispetto al telaio del veicolo  
- la pubblicità sul totem elettronico non dovrà sporgere dalla sagoma del medesimo e sarà misurata secondo la figura geometrica elementare più idonea a ricomprendere il messaggio;  
- sarà soggetta ad autorizzazione, ancorché non rientri nelle quantità di cui all'art. 5. Il numero e la tipologia degli impianti ammessi saranno definiti dallo specifico bando di gara.  
3. Per ciascuna delle stazioni ricadenti in zona 1- 1a ed 1b il numero e la tipologia degli impianti ammessi saranno definiti dallo specifico bando di gara. Un lato sarà utilizzato per fini pubblicitari mentre l'altro lato potrà essere utilizzato per fini di comunicazione istituzionale secondo le previsioni della procedura di gara.  
4. Ai fini del raggiungimento della superficie pubblicitaria individuata nella procedura di gara per l'affidamento, entro i limiti delle

**LA PREVISIONE NON ESISTE PIU'**



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

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

1. La pubblicità su cantieri e ponteggi deve inserirsi armoniosamente e con decoro nell'ambiente urbano.
  2. In caso di opere esclusivamente interne all'edificio non è in alcun modo assentibile la collocazione di impianti pubblicitari, fermo restando l'obbligo del decoro del ponteggio, da garantire, ove ritenuto necessario, anche per la particolare ubicazione dello stesso, mediante l'apposizione di telo riprodotto esclusivamente la facciata dell'edificio.
  3. E' consentita l'installazione di pubblicità su cantieri dell'Amministrazione Comunale, su decisione della stessa. In materia di sponsorizzazioni si applicano le disposizioni di cui all'art. 9 del presente Regolamento.
  4. L'installazione di pubblicità di cantieri e ponteggi di privati è autorizzata ai sensi del presente articolo. La relativa istanza deve essere corredata da un progetto che espliciti il messaggio pubblicitario in termini dimensionali e di contenuto.
  5. Nella zona 1, zona 1a e zona 1b del Regolamento, la superficie degli impianti pubblicitari di privati da apporre sulle recinzioni non può essere superiore al 20% della superficie complessiva della recinzione di cantiere calcolata moltiplicando la lunghezza effettiva della stessa per un'altezza convenzionale di ml. 3. Nelle Zone 2, 2a, e 3 del Regolamento, la superficie degli impianti pubblicitari di privati da apporre sulle recinzioni non può superare il 40% della superficie complessiva di recinzione di cantiere stessa, sempre calcolata moltiplicando la lunghezza della stessa per l'altezza convenzionale di ml. 3.
- In tutte le zone di cui sopra sono ammessi impianti pubblicitari di dimensioni massime pari a mq. 12,00. Gli impianti potranno essere privi di luce o retroilluminati.
- Il richiedente dovrà attrezzare una parte di recinzione pari al 20% della stessa, da destinare a rappresentare l'opera in costruzione ed ad informare i cittadini sulla

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

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

1. Le istanze di autorizzazione all'installazione di impianti pubblicitari temporanei su ponteggi e cesate di cantiere soggetti all'art. 49 del D.lgs. 42/2004 possono essere presentate solo se già autorizzate dalla competente Soprintendenza.
2. Per poter autorizzare impianti pubblicitari temporanei su ponteggi privati, gli stessi devono essere coperti da una gigantografia artistica riprodotto completamente il prospetto dell'edificio coperto dal ponteggio oggetto di intervento. E' ammessa una sola porzione pubblicitaria illuminata da faretti, ma non retroilluminata.
3. Nella zona 1 di cui all'art. 4, l'installazione di impianti pubblicitari su ponteggi completamente decorati con gigantografie artistiche è autorizzata previa presentazione di istanza secondo la modulistica prevista dalla Direzione competente in materia di Attività Economiche.
4. Nelle zone 2, 3 e 4 di cui all'art. 4, è consentita l'installazione di impianti pubblicitari su ponteggi completamente decorati con gigantografie artistiche previa presentazione di SCIA secondo la modulistica prevista dalla Direzione competente in materia di Attività economiche.
5. Nella zona 1 - esclusi i luoghi di cui ai successivi commi 6 e 7 -, e nelle zone 2, 3 e 4 di cui all'art. 4, la durata complessiva massima dell'esposizione pubblicitaria è di 12 mesi, non prorogabile. La superficie pubblicitaria è autorizzabile nella misura del 20% della superficie riprodotto il tratto architettonico totale della gigantografia. In caso di *art wall* su tela, che riporti il logo/ragione sociale in ragione del 5% dell'*art wall*, la porzione pubblicitaria costituita dall'*art wall* stesso può essere aumentata fino al 40%.
6. Non è consentita l'esposizione pubblicitaria su ponteggi/cantieri nelle seguenti ubicazioni: Piazza Duomo, Piazza San Giovanni e Piazza della Signoria, eccezione fatta che per i cantieri finalizzati al restauro del patrimonio di cui all'art. 10 comma 1 del Codice dei Beni Culturali. In quest'ultimo caso, l'esposizione non può comunque superare il 30% - in caso di *art wall* il 40% - della superficie frontale di una sola facciata e realizzata su una sola facciata nell'eventualità di un



realizzazione della stessa.

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

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

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

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

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

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

9. L'impianto pubblicitario deve essere realizzato in modo da non interferire con le segnalazioni di pericolo diurne e notturne, installate nelle strutture di cantiere, né costituire pericolo per la circolazione stradale.

10. In tutte le zone, in caso di opere esclusivamente interne all'edificio, non è autorizzabile la collocazione di impianti pubblicitari sui ponteggi ad eccezione dei cartelli vendesi/affitarsi o delle insegne autorizzate degli esercizi sottostanti.

11. In tutte le zone, in caso di opere esterne, la durata della esposizione pubblicitaria deve essere congrua alla entità delle opere da eseguire, asseverata con relazione tecnica dal Direttore dei lavori e da sottoporre a verifica della competente direzione Servizi Tecnici.

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



immobile.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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



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

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

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

### **TITOLO III**

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

##### **ART. 19**

##### **PUBBLICITÀ FONICA**

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

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

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

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

##### **ART. 20**

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

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

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

3. È vietata qualsiasi forma di pubblicità sui natanti.

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

**VEDI Art. 29 nuovo regolamento**

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

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

2. La pubblicità effettuata a mezzo aeromobili o a mezzo palloni frenati è ammissibile esclusivamente in occasione di manifestazioni sportive o di particolare rilevanza cittadina per la durata strettamente legata alla manifestazione. Tali mezzi potranno stazionare nei luoghi ove avviene la manifestazione previa concessione di suolo pubblico o, se in volo, solo se regolarmente autorizzati dagli organi preposti. A tal fine è necessario presentare apposita SCIA sulla modulistica predisposta dalla Direzione competente in materia di Attività Economiche per pubblicità in manifestazione.

3. È vietata qualsiasi forma di pubblicità sui natanti.

**VEDI SOPRA**

**ART. 21 PUBBLICITA' SUI VEICOLI**

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

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

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

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

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

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

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

**VEDI art. 30 nuovo Regolamento****ART. 30 PUBBLICITA' SUI VEICOLI**

1. Per la pubblicità sui veicoli si rimanda integralmente al vigente Codice della Strada ed alle disposizioni di cui all'art. 57 del Regolamento di esecuzione al Codice della Strada (D.P.R. 495/1992 e ss.ii.mm.).

2. Tale forma di pubblicità è ammessa previa presentazione di apposita SCIA corredata da tutte le dichiarazioni ed allegati secondo la modulistica predisposta dalla Direzione competente in materia di Attività Economiche.

3. È vietata la pubblicità effettuata mediante la sosta, in strade e piazze pubbliche o in vista di esse, di veicoli di cui all'art. 52, 53, comma 1, lett. g) e h), all'art. 54 lett. g) e all'art. 56 del D.Lgs. 30/04/1992 n. 285 e di cui all'art. 200, comma 2, lett. e) e all'art. 203 comma 2 lettera q) del D.P.R. 16/12/1992 n. 495 e ss.mm.ii.



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

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

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

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

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

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

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

3. Qualora le disposizioni di cui al comma precedente siano disattese e ferme restando le altre sanzioni vigenti in materia, il mezzo pubblicitario sarà considerato abusivo ai sensi dei successivi artt. 48 e 49 del presente Regolamento e si procede ai sensi del successivo art. 50. Le disposizioni di cui ai commi precedenti si applicano anche ai veicoli di cui all'art. 52 del D.Lgs. 30.04.1992 n. 285 nonché all'art. 56 del medesimo

**VEDI SOPRA**



decreto.

**ART. 23 PUBBLICITÀ IN LUOGHI PUBBLICI O APERTI AL PUBBLICO**

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

2. Previa autorizzazione è effettuabile la pubblicità mediante distribuzione di manifesti od altro materiale pubblicitario ovvero mediante persone circolanti con cartelli ed altri mezzi pubblicitari sul territorio comunale. Tali forme di pubblicità sono sempre vietate nella zona 1 indicata all'art. 10 del presente Regolamento e nelle altre zone individuate di volta in volta con ordinanza sindacale adottata ai sensi e per le finalità di cui all'art. 1, commi 1 e 2 del presente Regolamento. Nell'autorizzazione vengono specificati i luoghi, i giorni e il numero delle persone impiegate sulla base dei quali verrà calcolato il canone.

3. Qualunque tipo di pubblicità commerciale effettuata a mezzo di proiezioni luminose con qualsiasi tipo di apparecchio è sempre vietata ad eccezione della zona 3, sia che si tratti di proiezioni su suolo o edifici pubblici, sia che si tratti di proiezioni su edifici e spazi privati. Tale tipo di pubblicità deve comunque sempre rispettare i requisiti previsti nell'Allegato 1 del presente regolamento e la normativa specifica di riferimento.

4. I cartelli riguardanti la locazione e la compravendita di beni immobili e/o posti auto quando siano di dimensioni superiori ad un quarto di metro quadrato e/o riportino la ragione sociale o l'attività di colui che vende o affitta a condizione che siano collocati sul bene interessato e/o nelle sue pertinenze. Gli impianti pubblicitari riferiti alla vendita o alla locazione di immobili di nuova o vecchia costruzione dovranno avere la caratteristica di

**VEDI art. 31 Nuovo Regolamento**

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

1. Previa presentazione di apposita SCIA sulla modulistica predisposta dalla Direzione competente in materia di Attività Economiche è effettuabile pubblicità mediante:

a. distribuzione di volantini/gadgets o mediante persone circolanti con cartelli ed altri mezzi pubblicitari. Tali forme di pubblicità sono sempre vietate nella zona 1 indicata all'articolo 4 del presente Regolamento.

b. l'esposizione di mezzi pubblicitari di locazione e vendita di beni immobili e/o posti auto. Può avere dimensione massima pari ad un sesto di ciascuna facciata interessata. Può essere collocata sul bene o nelle sue pertinenze per la durata massima di 365 giorni. Qualora siano di dimensioni inferiori ad un quarto di metro quadrato e non rechino ragioni sociali non è richiesto alcun adempimento.

c. campagne pubblicitarie temporanee (di durata non superiore a 90 giorni) effettuabili con cartelli/vetrofanie etc. presso la sede delle attività o nei resedi esclusivi delle stesse. Qualora si tratti di bandiere/roll up possono avere superficie massima di 2,5 mq. ed il loro numero non può essere superiore a dieci. Tali mezzi sono consentiti solo nei resedi ad uso esclusivo delle attività commerciali e produttive e nelle aree di distribuzione di carburante.

d. l'installazione di mezzi pubblicitari in occasione di manifestazioni culturali, sportive e commerciali, per la durata delle stesse. Per effettuare pubblicità in occasione di manifestazioni su suolo pubblico deve essere preventivamente ottenuto apposito provvedimento concessorio da allegare alla SCIA.

e. standardi e simili con dimensioni massime di 10 mq in occasione di manifestazioni, mostre, spettacoli e iniziative commerciali a far data dai 7 giorni antecedenti l'evento e fino alle 24 ore successive. Sono consentiti esclusivamente presso la sede dell'evento. Per gli eventi a carattere culturale le dimensioni possono essere raddoppiate.



cartello pubblicitario non luminoso ed una dimensione massima di mq. 3, da collocarsi su pareti o ponteggi degli immobili stessi. Detta pubblicità, nel rispetto di quanto previsto dal D. Lgs. n. 42/04, potrà essere autorizzata in tutto il territorio cittadino; in presenza di ponteggi essa dovrà essere posizionata ad un'altezza di oltre mt. 3 da terra.

**5. Le Bandiere:**

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

- pubblicitarie poste nei resedi ad uso esclusivo delle attività commerciali e produttive, nelle aree di distribuzione di carburante, come specificatamente indicate negli strumenti urbanistici comunali, sono autorizzabili se pubblicizzano il proprio marchio o quello di prodotti commercializzati nei suddetti spazi o se riferibili a campagne pubblicitarie svolte dall'azienda che ha sede nel luogo, a condizione che abbiano una superficie massima di 2,5 mq. e che il loro numero non sia superiore a dieci per ciascun insediamento.

6. Potranno essere autorizzati, mezzi pubblicitari in forma provvisoria per manifestazioni culturali, sportive, commerciali.

**TITOLO IV**

**AUTORIZZAZIONE PER  
L'INSTALLAZIONE DI IMPLANTI  
PUBBLICITARI**

**ART. 24 MODALITA' DI RILASCIO  
DELL' AUTORIZZAZIONE**

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

Vedi art. 19 nuovo regolamento

**ART. 19 AUTORIZZAZIONE  
ALL'INSTALLAZIONE**

1. L'installazione degli impianti pubblicitari sia su suolo pubblico che in aree private, è soggetta ad autorizzazione. L'istanza deve essere presentata allo Sportello Unico Attività Produttive (SUAP) con la specifica modulistica predisposta e deve essere corredata dalla documentazione ivi prevista dal soggetto che ha titolo per richiedere l'autorizzazione.

2. L'elenco degli elaborati necessari alla presentazione delle istanze è definito nella specifica modulistica predisposta dalla Direzione competente in materia di Attività Economiche.

3. L'istanza per la richiesta di autorizzazione

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

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

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

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

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

7. In ogni caso il rilascio del titolo autorizzatorio agli affidatari di pubblici servizi, che utilizzino gli impianti o strutture, ricadenti in aree pubbliche, finalizzate allo svolgimento dei servizi medesimi, per l'installazione dei manufatti pubblicitari, può essere condizionato ad utilità pubbliche, anche in termini di servizi per la città e l'utenza.

8. Qualora pervengano istanze relative a proposte di installazione di impianti

all'installazione di impianti pubblicitari deve essere riferita ad un solo impianto ad eccezione delle istanze che si riferiscono a più impianti insistenti sulla medesima area.

4. Il rilascio dell'autorizzazione avverrà nei limiti dei contingenti di cui all'articolo 6.

5. Per l'installazione di impianti pubblicitari di cui al presente Titolo, non trova applicazione l'istituto del silenzio-assenso. La durata del procedimento dalla presentazione dell'istanza completa di tutta la documentazione - in considerazione della complessità dell'istruttoria - è di 90 giorni.



pubblicitari nella medesima area la priorità è determinata dalla data di presentazione della richiesta.

**ART. 25 CONTENUTO DEL MESSAGGIO PUBBLICITARIO**

1. Sugli edifici e nelle aree tutelati come beni culturali e paesaggistici la collocazione di impianti pubblicitari è ammessa nelle forme, dimensioni, modalità di installazione e posizionamento e materiali consentiti dalla vigente normativa di settore (D.Lgs.42/2004 e ss.mm.ii. e conformemente al presente Regolamento).

2. Il messaggio pubblicitario di qualsiasi natura, sia essa istituzionale, culturale, sociale o commerciale, deve garantire il rispetto della dignità umana e dell'integrità della persona; non deve comportare discriminazioni dirette o indirette, né contenere alcun incitamento all'odio basato su sesso, razza o origine etnica, religione o convinzioni personali, disabilità, età o orientamento sessuale; non deve contenere elementi che, valutati nel loro contesto, approvino, esaltino o inducano alla violenza contro le donne o richiamino la mercificazione del corpo, ovvero veicolino messaggi ed immagini allusive o che facciano esplicito riferimento ad attività di spettacoli a sfondo erotico.

3. A tal fine è necessaria, all'atto della presentazione della richiesta di autorizzazione all'installazione del mezzo pubblicitario, apposita dichiarazione in tal senso da parte del richiedente, come previsto all'Allegato 3 – Elenco della documentazione necessaria alla presentazione dei progetti, costituente parte integrante e sostanziale del presente Regolamento.

4. Qualora il richiedente abbia accettato i codici di autodisciplina della Comunicazione Commerciale ovvero abbia inserito nei propri contratti una speciale clausola di accettazione dei summenzionati codici, o aderisca ad associazione che abbia fatto propri tali codici, deve redigere, sotto la propria responsabilità, apposita comunicazione da presentare insieme alla richiesta di autorizzazione.

5. In caso di riscontrata mancata conformità ai criteri di cui sopra l'autorizzazione non verrà rilasciata ovvero ne sarà sospesa la validità fino alla riproposizione di un nuovo messaggio pubblicitario, conforme ai principi medesimi.

**ART. 26 DIVIETI DI PROPAGANDA PUBBLICITARIA E RESPONSABILITÀ**

Vedi Art. 10 nuovo regolamento

**ART. 10 CONTENUTO DEL MESSAGGIO PUBBLICITARIO**

1. Il messaggio pubblicitario deve garantire il rispetto della dignità umana e dell'integrità della persona; non può veicolare discriminazioni dirette o indirette su razza o origine etnica, religione o convinzioni personali, disabilità, età o orientamento sessuale, né contenere alcun incitamento all'odio; non può veicolare messaggi che approvino, esaltino o inducano alla violenza, che richiamino la mercificazione del corpo, che veicolino messaggi o immagini allusive o che facciano esplicito riferimento ad attività di spettacoli a sfondo erotico.

2. Nella Zona Unesco, i bozzetti pubblicitari devono garantire sobrietà ed essere rispettosi del contesto storico e architettonico circostante. A tal fine ogni variazione del messaggio pubblicitario deve sempre ottenere apposito provvedimento autorizzatorio previa presentazione di specifica istanza.

**VEDI ART. 11 NUOVO REGOLAMENTO  
ART. 11 DIVIETI DI PUBBLICITÀ**

## **DEL COMUNE**

1. In tutto il territorio comunale è vietata la pubblicità di qualsiasi tipo di gioco d'azzardo, intendendosi per tale ogni gioco, lotteria, scommessa o concorso pronostico che consiste nell'effettuare una puntata, scommessa o impiego di denaro o di altri beni al fine di ottenere una vincita al verificarsi di un evento futuro, sia in caso di gioco d'azzardo sia tramite operatori fissi, sia tramite operatori *on line*, anche se in possesso di regolare concessione amministrativa rilasciata all'Amministrazione autonoma dei monopoli di Stato (AAMS). Sono esclusi dal divieto: i concorsi a premi, indetti ai sensi di quanto disposto dal regolamento di cui al decreto del Presidente della Repubblica 26 ottobre 2001, n. 430; le lotterie, le tombole e le pesche o banchi di beneficenza, indetti da associazioni o fondazioni, disciplinati dagli articoli 14 e seguenti del codice civile, o dalle organizzazioni non lucrative di utilità sociale di cui all'articolo 10 del decreto legislativo 4 dicembre 1997, n. 460, e successive modificazioni; lotterie nazionali.

2. Nelle insegne o nei messaggi pubblicitari, non possono essere utilizzati il termine "casinò", in quanto riservato alle case da gioco autorizzate con Legge dello Stato, né altri termini che richiamino il concetto di "gioco di azzardo".

3. Chi trasgredisce al divieto di cui al precedente comma è soggetto alla sanzione amministrativa prevista dall'art. 7 bis del Testo Unico degli Enti Locali in caso di violazione dei regolamenti comunali.

4. I proventi di dette sanzioni amministrative sono destinati all'informazione ed educazione sanitaria, con particolare riferimento alla prevenzione della ludopatia.

5. Il Comune non assume alcuna responsabilità, sia in sede civile che penale, per eventuali infrazioni, danni o altro che, in conseguenza dei mezzi pubblicitari esposti possano derivare a persone o cose.

6. Il Comune resta sollevato da ogni responsabilità derivante dall'eventuale infrazione alle disposizioni di legge e regolamentari.

## **ART. 27 VARIAZIONI DEL MESSAGGIO PUBBLICITARIO**

1. E' consentita la variazione del messaggio sugli impianti pubblicitari, senza alcuna comunicazione all'ufficio a condizione che non sia alterata la struttura dell'impianto, né

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

## **VEDI Comma 1 art. 20 nuovo regolamento**

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



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.

2. Per la tipologia di impianto pubblicitario denominato "Gigantografia su ponteggio" la variazione del messaggio pubblicitario deve essere richiesta entro dieci giorni antecedenti la data di esposizione del messaggio pubblicitario e specificatamente autorizzata dall'Ufficio competente secondo quanto stabilito dall'Art. 17 del Regolamento.

#### **ART. 28**

##### **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" di cui all'Allegato 1 parte A è indicata nell'atto autorizzatorio.
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. 29 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,

Vedi Art. 20 nuovo regolamento

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

1. L'autorizzazione per gli impianti pubblicitari di cui all'art. 18 ha validità per 3 anni, ed è rinnovabile tramite presentazione di apposita istanza secondo la modulistica predisposta dalla Direzione competente in materia di Attività Economiche e rilascio di apposito provvedimento autorizzatorio. La variazione del messaggio pubblicitario è consentita senza alcuna comunicazione all'ufficio purché effettuata nel rispetto degli artt. 10 e 11 sia per gli impianti di cui all'articolo 17, che all'articolo 18.
2. Il rinnovo delle autorizzazioni per impianti non più conformi alla disciplina del presente Regolamento è ammesso subordinatamente al loro adeguamento.
3. Gli impianti pubblicitari che non possono essere adeguati alle disposizioni del presente Regolamento devono essere rimossi alla scadenza del titolo.

VEDI ART. 14 nuovo regolamento

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

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

- a. Effettuare manutenzione, garantendo il buono stato dell'impianto pubblicitario ed effettuando ogni intervento necessario per il mantenimento delle condizioni di sicurezza.
- b. Provvedere alla completa rimozione

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 Regolamento.

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

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

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

#### **ART. 30 ANTICIPATA RIMOZIONE**

1. Nei casi previsti dal comma 3 lettere d. ed e. del precedente articolo, spetta all'interessato provvedere a rimuovere il manufatto pubblicitario, entro la data stabilita

dell'impianto/mezzo pubblicitario/insegna ed al ripristino dello stato dei luoghi alla scadenza, rinuncia, decadenza, revoca dell'autorizzazione nei casi previsti.

c. pagare il Canone Installazione Mezzi Pubblicitari, qualora dovuto.

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

Vedi lettera b art. 14 nuovo regolamento



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.

3. Qualora l'interessato non provveda, l'esposizione pubblicitaria sarà considerata abusiva e soggetta alla disciplina prevista agli articoli 48 e 49 del presente Regolamento.

#### **ART. 31 SUBINGRESSO 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. 32 REVOCA E DECADENZA 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. 28;

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. 29 comma 2 del presente Regolamento;

f. per più di tre violazioni, accertate nell'arco dell'anno solare, all'art. 8 comma 1 primo periodo del presente Regolamento.

#### **TITOLO V**

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

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

1. Con decorrenza dal 1° gennaio 2001, a norma dell'art. 62, comma 2, del decreto legislativo 15 dicembre 1997, n. 446, è istituito il canone per l'installazione di mezzi pubblicitari che sarà applicato secondo le disposizioni del presente Regolamento.

Vedi art. 15 nuovo regolamento

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

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

VEDI ART. 16 nuovo regolamento

#### **ART. 16 REVOCA E DECADENZA DELL'AUTORIZZAZIONE**

1. L'autorizzazione può essere revocata in ogni momento per motivi di pubblico interesse. Contestualmente alla revoca, l'Amministrazione comunale, comunica al titolare dell'autorizzazione il termine entro il quale rimuovere il manufatto, provvedendo d'ufficio e con addebito delle spese in caso di inerzia o qualora l'impianto costituisca pericolo per la circolazione.

2. L'autorizzazione decade:

a. quando vengono meno le condizioni che ne costituiscono presupposto essenziale;

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

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

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

1. Con decorrenza dal 1° gennaio 2001, a norma dell'art. 62, comma 2, del decreto legislativo 15 dicembre 1997, n. 446, è istituito il canone per l'installazione di mezzi pubblicitari che sarà applicato secondo le disposizioni del presente Regolamento.

2. Dalla stessa data nel territorio del Comune di Firenze



2. Dalla stessa data nel territorio del Comune di Firenze è esclusa l'applicazione dell'imposta comunale sulla pubblicità di cui al capo I del D.Lgs. 507/93 e ss. mm.ii.

3. E' soggetta al canone comunale sulla pubblicità la diffusione di ogni messaggio pubblicitario effettuata, in qualsiasi forma visiva o acustica - diversa da quella assoggettata al diritto sulle pubbliche affissioni - in luoghi pubblici o aperti al pubblico, o che sia percepibile da tali luoghi. La diffusione del messaggio pubblicitario effettuata senza titolo è soggetta alle disposizioni di cui ai successivi art. 48 e 49.

4. Si considerano rilevanti ai fini dell'assoggettamento al canone:

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

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

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

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

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

è esclusa l'applicazione dell'imposta comunale sulla pubblicità di cui al capo I del D.Lgs. 507/93 e ss. mm.ii.

3. E' soggetta al canone comunale sulla pubblicità la diffusione di ogni messaggio pubblicitario effettuata, in qualsiasi forma visiva o acustica - diversa da quella assoggettata al diritto sulle pubbliche affissioni - in luoghi pubblici o aperti al pubblico, o che sia percepibile da tali luoghi. La diffusione del messaggio pubblicitario effettuata senza titolo è soggetta alle disposizioni di cui ai successivi art. 48 e 49.

4. Si considerano rilevanti ai fini dell'assoggettamento al canone:

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

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

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

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

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



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

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

\_ Considerazioni generali:

- o Rilevanza internazionale della città sotto il profilo culturale, artistico, architettonico e paesaggistico;
- o Rilevanza internazionale dei flussi turistici;
- o Rilevanza dei flussi di pendolarismo che convergono sulla città dagli altri Comuni della Provincia e della Regione.

\_ Criteri generali:

- o Suddivisione delle strade, piazze ed altre aree di circolazione in tre categorie con graduazione tariffaria in conseguenza della differente classificazione secondo le specifiche indicazioni ed esclusioni riportate agli artt. 37 e 39 del presente Regolamento;
- o Differenziazione e conseguente graduazione delle tariffe del canone a seconda delle tipologie e della durata dell'autorizzazione;
- o Attribuzione di una maggiorazione di canone per i mezzi pubblicitari luminosi o illuminati rispetto a quelli privi di luce;
- o Entità della superficie di ogni singolo mezzo pubblicitario e conseguentemente dell'impatto sull'ambiente o sull'arredo urbano. Per talune tipologie la dimensione non ha determinato la suddivisione in classi di superficie in considerazione della loro specificità con i criteri di cui ai successivi artt. 37 e 39 del presente Regolamento.

2. Le tariffe relative alle singole tipologie di pubblicità sono determinate ai sensi dell'art. 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. 37****CLASSIFICAZIONE DEL TERRITORIO COMUNALE AI FINI DELL'APPLICAZIONE DEL CANONE**

1. In considerazione della loro ubicazione e della loro importanza, valutati anche in ordine al flusso turistico ed alle manifestazioni pubbliche, all'intensità demografica, agli insediamenti commerciali ed alla densità del traffico pedonale e veicolare, le aree di circolazione comunali sono classificate, ai fini

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

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

\_ Considerazioni generali:

- o Rilevanza internazionale della città sotto il profilo culturale, artistico, architettonico e paesaggistico;
- o Rilevanza internazionale dei flussi turistici;
- o Rilevanza dei flussi di pendolarismo che convergono sulla città dagli altri Comuni della Provincia e della Regione.

\_ Criteri generali:

- o Suddivisione delle strade, piazze ed altre aree di circolazione in tre categorie con graduazione tariffaria in conseguenza della differente classificazione secondo le specifiche indicazioni ed esclusioni riportate agli artt. 37 e 39 del presente Regolamento;
- o Differenziazione e conseguente graduazione delle tariffe del canone a seconda delle tipologie e della durata dell'autorizzazione;
- o Attribuzione di una maggiorazione di canone per i mezzi pubblicitari luminosi o illuminati rispetto a quelli privi di luce;
- o Entità della superficie di ogni singolo mezzo pubblicitario e conseguentemente dell'impatto sull'ambiente o sull'arredo urbano. Per talune tipologie la dimensione non ha determinato la suddivisione in classi di superficie in considerazione della loro specificità con i criteri di cui ai successivi artt. 37 e 39 del presente Regolamento.

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

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

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

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

2. Dette categorie sono individuate nei relativi elenchi



della graduazione del canone, in tre categorie, salvo che per specifiche tipologie non sia disposto altrimenti.

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

- categoria "inferiore";
- categoria "superiore";
- categoria "ulteriore".

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

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

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

#### **ART. 38**

##### **MAGGIORAZIONI DELLE TARIFFE.**

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

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

#### **ART. 39**

##### **TIPOLOGIE DEI MEZZI**

##### **PUBBLICITARI ASSOGGETTATI AL CANONE**

1. Sono assoggettati al Canone i seguenti mezzi pubblicitari:

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

Per i suddetti mezzi pubblicitari è stabilita una tariffa al mq. in ragione della luminosità o meno della categoria relativa a ciascuna area di circolazione e della superficie tenendo conto dei seguenti scaglioni: fino ad 1 mq, oltre 1 mq e fino a 5,5 mq, oltre 5,5 mq e fino ad 8,5 mq, oltre 8,5 mq. La tariffa varia in ragione della durata del mezzo pubblicitario -

che formano parte integrante del presente Regolamento come Allegato 2 – Elenco delle aree di circolazione - costituente parte integrante e sostanziale del presente atto, quali:

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

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

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

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

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

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

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

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

1. Sono assoggettati al Canone i seguenti mezzi pubblicitari:

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

Per i suddetti mezzi pubblicitari è stabilita una tariffa al mq. in ragione della luminosità o meno della categoria relativa a ciascuna area di circolazione e della superficie tenendo conto dei seguenti scaglioni: fino ad 1 mq, oltre 1 mq e fino a 5,5 mq, oltre 5,5 mq e fino ad 8,5 mq, oltre 8,5 mq. La tariffa varia in ragione della durata del mezzo pubblicitario - come stabilito dall'atto autorizzatorio - differenziandosi in pubblicità permanente o temporanea ai fini dell'applicazione del canone. Si considera temporanea la pubblicità autorizzata per un periodo non superiore a 365 giorni. La tariffa per la pubblicità temporanea si applica per ogni metro quadrato e per ogni



come stabilito dall'atto autorizzatorio – differenziandosi in 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.

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

c) Fonica.

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

d) Aeromobile.

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

e) Pallone frenato.

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

f) Veicolo in genere - Veicolo adibito a trasporto di linea - Veicolo adibito al servizio

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

b) Pubblicità su ponteggio e Gigantografie.

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

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

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

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

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

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

Per le categorie "Veicolo adibito a trasporto di linea" e "Veicolo adibito a servizio taxi" e "Bus- navetta" è istituita una tariffa al mq. Per dette categorie è ammessa la pubblicità per singole campagne pubblicitarie di durata fino a 30 giorni minimi, in tal caso si applica una tariffa pari ad 1/10 di quella annua. Per detti veicoli il Canone è dovuto nei casi in cui la licenza di esercizio sia



taxi - Bus navetta - Veicoli di cortesia - Veicoli di proprietà o nella disponibilità dell'Amministrazione Comunale destinati al trasporto di persone svantaggiate.

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

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

g) Locandine. Per la pubblicità in questione effettuata mediante affissione - autorizzata dal Servizio competente della Direzione Risorse Finanziarie - di locandine, cartoncini, manifesti e simili, è stabilita una tariffa per ogni metro quadrato o frazione per ogni periodo di esposizione di 30 giorni o frazione. Tale forma pubblicitaria è autorizzata mediante apposizione del timbro dell'ufficio recante la data di scadenza, previa dichiarazione da compilare da parte del richiedente su apposito stampato fornito dal competente ufficio. Quando l'affissione diretta ha carattere ricorrente e comporta aggiornamenti con più edizioni nel corso dei 30 giorni di validità, l'interessato dovrà presentare anticipatamente apposita dichiarazione con allegato l'elenco dettagliato dei locali all'interno dei quali detti mezzi pubblicitari saranno collocati. In questa ipotesi si prescinde dalla timbratura sopraindicata a condizione che l'utente esponga le locandine esclusivamente nelle posizioni ricomprese nell'elenco allegato alla dichiarazione e consegna copia della locandina medesima al Servizio Entrate della competente Direzione Comunale ad ogni

rilasciata dal Comune di Firenze e/o dalla Regione Toscana e riguardi la circolazione sul territorio comunale fiorentino. Per i veicoli adibiti a servizio di linea interurbana il Canone è ridotto del 50% quando il territorio comunale di Firenze costituisca inizio o fine della corsa.

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

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

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

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

l) Insegna d'esercizio - Targa - Vetrofania. Per i suddetti mezzi pubblicitari è stabilita una tariffa al mq. in ragione della luminosità o meno, della categoria relativa a ciascuna area di circolazione e della superficie tenendo conto dei seguenti scaglioni: fino ad 1 mq, oltre 1 mq e fino a 5,5 mq, oltre 5,5 mq e fino ad 8,5 mq, oltre 8,5 mq. La tariffa varia in ragione della durata del mezzo pubblicitario - come stabilito dall'atto



aggiornamento. Le locandine di superficie inferiore a 300 cmq sono esenti dal Canone e non necessitano né di dichiarazione né di timbro di autorizzazione.

Le locandine sono però soggette al Canone nell'eventualità siano apposte secondo le modalità e termini di cui al c.7 dell'art. 40 del presente Regolamento.

h) Volantinaggio - Persona circolante.

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

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

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

m) Pubblicità su veicoli di proprietà dell'Impresa.

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

- autoveicoli con portata superiore a 3.000 kg;
- autoveicoli con portata inferiore a 3.000 kg;

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

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

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

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

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



- motoveicoli e veicoli non compresi nelle due categorie precedenti;

- per i veicoli circolanti con rimorchio le tariffe di cui ai punti precedenti sono raddoppiate.

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

n) Striscione Per la pubblicità effettuate con "Striscioni" ovvero con altri mezzi simili attraverso strade o piazze è stabilita una tariffa al mq. per ogni periodo di esposizione di 15 gg o frazione.

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

#### **ART. 40**

##### **APPLICAZIONE DEL CANONE**

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

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

3. In caso di più installazioni, anche aventi la medesima natura, 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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

10. Per ragioni di economicità non si procederà:

a) ad attivare procedure di recupero per importi pari od



connessione tra loro, si considerano, agli effetti del calcolo della superficie assoggettabile a canone, come unico mezzo pubblicitario.

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

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

10. Per ragioni di economicità non si procederà:

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

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

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

1. È esclusa dal canone:

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

b. la pubblicità effettuata su veicoli ferroviari.

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

1. Sono esenti dal canone:

a. i mezzi pubblicitari realizzati per il conseguimento di propri fini istituzionali e relativi ad iniziative organizzate direttamente ed esclusivamente dal Comune di Firenze, dallo Stato, dalla Regione Toscana, dalla 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

inferiori ad euro 15,00;

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

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

1. È esclusa dal canone:

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

b. la pubblicità effettuata su veicoli ferroviari.

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

1. Sono esenti dal canone:

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

La presenza di eventuali sponsor o altre diciture o logotipi a carattere commerciale, all'interno del mezzo pubblicitario, mantiene l'esenzione a condizione che la superficie utilizzata a tale scopo sia inferiore al 10% del totale con un limite massimo di 1 mq, ovvero inferiore al 20% del totale per i soli impianti di segnalazione di sponsorizzazione delle aree verdi pubbliche. La Direzione competente in materia di Risorse Finanziarie concederà l'esenzione per quanto riguarda: lo Stato, la Regione Toscana e Città Metropolitana di Firenze previa formale richiesta da parte degli Enti in questione, da presentare almeno tre giorni prima del rilascio dell'autorizzazione, ove si attesti altresì la sussistenza dei presupposti alla esenzione;

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



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

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



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. 43**

##### **RIDUZIONI**

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

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

3. La tariffa finale dei mezzi pubblicitari di cui al comma 1 lettere "a", "b", "l" dell'art. 39

del presente Regolamento è ridotta del 33 % ( *modifica in vigore dal 01/01/2015* ) per i mezzi pubblicitari installati su beni di proprietà di soggetti diversi dal Comune di

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

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. 43 RIDUZIONI**

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

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

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

4. La tariffa finale è ridotta del 50% per la pubblicità effettuata da comitati, associazioni, fondazioni, onlus, ed ogni altro ente che non abbia scopo di lucro. Tale beneficio è concesso esclusivamente per manifestazioni