

REGOLAMENTO SULLA PUBBLICITA'

(Deliberazione n. 27 del 01.04.2019)

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

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

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.

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.

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 e' consentita la collocazione dei mezzi pubblicitari.

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

ART. 4 ZONIZZAZIONE DEL TERRITORIO 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.

ART. 5 RINVII AD ALTRE FONTI NORMATIVE

1. Per gli edifici sottoposti a particolari norme di tutela definite dal Regolamento Edilizio del Comune di Firenze, si fa rimando alle prescrizioni ivi riportate così come si fa interamente rimando al rispetto delle limitazioni all'installazione di insegne, impianti pubblicitari e altri mezzi pubblicitari di cui al Regolamento Urbanistico.

2. Per gli immobili e le aree sottoposte a vincoli monumentali e paesaggistici si fa rimando agli artt. 49 e 153 del Codice dei Beni Culturali per l'acquisizione dello specifico provvedimento autorizzatorio comunque denominato, preventivo e prioritario rispetto all'acquisizione del titolo abilitativo all'installazione di insegne, impianti e altri mezzi pubblicitari.

3. Per gli impianti pubblicitari da situare in aree verdi o in prossimità di alberature è fatto obbligo di rispettare integralmente le prescrizioni di cui al Regolamento per la tutela del patrimonio arboreo e arbustivo della città ed il relativo Disciplinare.

4. Gli impianti e gli altri mezzi pubblicitari devono essere installati in conformità alla vigente normativa in materia di abbattimento delle barriere architettoniche.

5. Per quanto non espressamente disciplinato nel presente Regolamento, si rimanda alle prescrizioni di cui al Codice della Strada e Relativo Regolamento di Esecuzione ed Attuazione, fatte salve, in attuazione della facoltà di deroga ivi contenuta, le distanze di rispetto all'Allegato 3 parte integrante del presente Regolamento, misurate dalla proiezione al suolo dell'impianto o altro mezzo pubblicitario.

6. Le tipologie e le procedure relative alle pubbliche affissioni sono disciplinate dal relativo regolamento approvato con Delibera del Consiglio n. 8/23 del 12/02/2001 e successive modifiche ed integrazioni.

7. In tema di propaganda elettorale si applicano le specifiche disposizioni in materia.

8. Si rimanda altresì alle disposizioni contenute nel D.Lgs. 507/1993 "*Revisione ed armonizzazione dell'imposta comunale sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni*" e successive modificazioni ed integrazioni e nel D.Lgs. 446/1997 "*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 e successive modificazioni ed integrazioni*".

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;

ART. 7 MEZZI PUBBLICITARI NON RIENTRANTI NEL DIMENSIONAMENTO

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;

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.

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 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.

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 richiama 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.

ART. 11 DIVIETI DI PUBBLICITA'

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

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.

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

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.

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 costituivano 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 II – IMPIANTI PUBBLICITARI

ART.17 IMPIANTI PUBBLICITARI SU SUOLO PUBBLICO

1. L'individuazione del soggetto cui concedere il suolo pubblico su cui autorizzare l'installazione di impianti pubblicitari -ad eccezione delle preinsegne (autorizzate al titolare dell'attività di cui all'insegna) - è soggetta a procedura ad evidenza pubblica nei limiti del contingente di cui all'art.6 lettera a). Il numero, la tipologia, l'ubicazione, la durata, le caratteristiche degli impianti sono individuati nel relativo bando.

2. L'esposizione di pubblicità sulle pensiline di fermata di mezzi di trasporto pubblico è autorizzabile al soggetto a cui è affidata la gestione del servizio. Ciascuna pensilina può ospitare più pannelli con superficie pubblicitaria di dimensioni massime cm 120x180 ciascuno.

3. L'installazione di impianti pubblicitari su recinzioni di cantiere è autorizzabile esclusivamente nell'ambito di convenzioni urbanistiche o per la realizzazione di opere pubbliche e lavori pubblici al soggetto individuato nella relativa procedura.

4. L'esposizione di pubblicità su manufatti/strutture oggetto di concessioni di suolo pubblico può essere autorizzata se prevista nel bando preordinato alla procedura di evidenza pubblica finalizzata alla concessione stessa o in alternativa previa espressione di indirizzo da parte della Giunta.

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. Possono essere anche luminosi, illuminati e possono contenere messaggi variabili. Non sono ammessi sui tetti, lastrici solari, etc.

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 pertinenza -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. Le nuove installazioni potranno avere dimensioni massime pari al 60% della parete su cui insistono. Potranno essere quadrati o rettangolari e dovranno essere posizionati centralmente sulla parete lasciando almeno 50 cm dai margini dell'edificio. Non potendo creare pregiudizio a terzi, il richiedente dovrà 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.

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 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.

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. Ad eccezione degli impianti su parete, 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.

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 riprodotte 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 riprodotte 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 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 SCIA 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.

TITOLO TERZO – INSEGNE e PREINSEGNE

ART. 22 INSEGNE –Definizioni e limitazioni

1. Per insegna di esercizio si intende l'iscrizione in caratteri alfanumerici, completata eventualmente da simboli o da marchi, installata nella sede dell'attività a cui si riferisce o nelle pertinenze accessorie della stessa. Può essere luminosa per luce propria o per luce indiretta. L'insegna di esercizio non può essere variabile nel suo contenuto. Hanno diritto ad installare insegne di esercizio solo i soggetti in regola con i presupposti di legge all'esercizio della propria attività.
2. L'insegna di esercizio non può essere utilizzata per messaggi pubblicitari ad eccezione di quanto previsto al successivo comma 3.
3. Su ciascuna insegna ad eccezione delle insegne verticali a bandiera, può essere destinata una superficie non superiore al cinquanta per cento per la pubblicizzazione di uno o più marchi commercializzati nell'esercizio purché in possesso del consenso del titolare del marchio. Le limitazioni all'utilizzo dello spazio per l'inserimento di "denominazioni o marchi" diversi da quelli del titolare non si applicano nel caso in cui esista tra il richiedente e la Casa produttrice un contratto di concessione, franchising, agenzia, rappresentanza esclusiva autorizzata o nei casi in cui tratti di una Filiale di un'Azienda.
4. E' vietata l'installazione di insegne semoventi o basculanti; è vietata l'installazione di insegne sui tetti e sui terrazzi e sulle mazzette laterali degli sporti. Le insegne sui chioschi, sulle pensiline e strutture simili devono essere comprese entro la sagoma del manufatto senza alcuna sporgenza dal perimetro strutturale.
5. E' vietato utilizzare lo stemma del Comune di Firenze nella realizzazione di insegne e mezzi pubblicitari.
6. Le attività che sono svolte ai piani superiori potranno usufruire di targhe a lato dell'ingresso, di vetrofanie o insegne interne ai vetri delle finestre.
7. Nelle insegne sono ammesse scritte in lingua straniera, purché affiancate dalla traduzione in italiano. Fanno eccezione i vocaboli stranieri di uso corrente. Le dimensioni del testo straniero non dovranno essere più grandi della traduzione italiana.

8. Il sistema di illuminazione delle insegne deve rientrare nel perimetro delle stesse e deve rispettare le disposizioni previste dalla normativa di settore, dal Codice della Strada e dal relativo Regolamento di Attuazione nonché le norme e le prescrizioni relative all'inquinamento luminoso.

E' vietata l'illuminazione ad intermittenza, a variazione di colore, a fascio luminoso proiettato sul marciapiede o su altre superfici.

E' vietato installare monitor, schermi o altri apparecchi simili di dimensioni superiori ad un metro quadrato per ciascuna vetrina e fatto comunque salvo il rispetto dell'intervallo minimo fra una immagine e la successiva di cui al Codice della Strada.

ART. 23 INSEGNE – Installazione

1. L'installazione di insegne di esercizio deve essere preceduta da presentazione di apposita Segnalazione Certificata di Inizio Attività (SCIA) sulla specifica modulistica predisposta dal SUAP. Ogni SCIA dovrà riferirsi ad una singola sede ma potrà comprendere anche più insegne per numero o tipologia. Si rimanda interamente a quanto previsto dall'art. 19 della L.241/90 e successive modifiche ed integrazioni nonché alle disposizioni degli artt. 483, 495 e 496 del Codice Penale.

2. Alla cessazione dell'attività presupposta all'installazione dell'insegna di esercizio deve seguire la rimozione dell'insegna relativa nonché la comunicazione di cessazione (anche ai fini del pagamento del Canone CIMP).

ART. 24 INSEGNE - Tipologie

1. Sono ammesse le seguenti tipologie di insegne:

- a) INSEGNE A CASSONETTO ED A PANNELLO da collocare entro le mazzette interne agli sporti, all'interno delle vetrine o negli appositi vani portainsegna. Nelle zone e per gli edifici sottoposti a particolare disciplina urbanistica – edilizia si fa rimando al rispetto della specifica disciplina di cui all'art. 85 del Regolamento Edilizio. Nelle altre zone ed edifici si rimanda alle sporgenze di cui all'art. 71 del Regolamento Edilizio.
- b) INSEGNE VERTICALI A BANDIERA, consentite limitatamente alle generiche diciture, (hotel, bar, attività storica e simili) sono ammesse per alberghi ed esercizi di somministrazione qualora consentite dai regolamenti Edilizio ed Urbanistico o specificamente provviste di apposita deroga. Non sono ammessi completamente orizzontali di alcun genere, né la denominazione/logo dell'attività. Per l'individuazione di farmacie, parafarmacie, veterinari, generi di monopolio e parcheggi è ammessa l'installazione del cassonetto o pannello riportante il solo simbolo dell'attività.
- c) INSEGNE SUL MURO. (A pannello, lettere singole o filo neon) Sono consentite solo negli edifici con destinazione d'uso diversa dall'abitazione, purché nel rispetto della normativa urbanistico-edilizia. Negli edifici non soggetti alle norme di tutela dell'art. 73 del Regolamento Edilizio, sono ammesse solo se supportate da dettagliata relazione tecnica. Per la tipologia a pannello, il medesimo dovrà essere del medesimo colore/finitura della facciata. E' vietato installare pannelli o insegne su porzioni di fabbricato non di pertinenza dell'attività.
- d) STENDARDI privi di rigidità in aderenza al fabbricato indicanti la denominazione di musei, scuole, università, istituti culturali.
- e) VETROFANIE. Possono riportare, ragione sociale, denominazione dell'attività, loghi e immagini. Non possono riportare messaggi promozionali. Qualora siano puramente decorative e prive di qualsiasi riferimento all'attività non sono da considerarsi insegne.
- f) TARGHE. Non possono essere illuminate, né luminose. Devono avere forma quadrata o rettangolare e dimensioni massime di 1.600 cm quadrati. Non sono ammesse per le attività che già dispongono di insegne al piano strada ad eccezione delle strutture ricettive.
- g) BANDIERE Possono riportare la denominazione e/o il relativo logo di hotel e attività storiche. Sono ammesse presso la sede dell'attività o nelle pertinenze accessorie.
- h) INSEGNE e LOGHI riprodotti su maniglie, zerbini di ingresso, pavimenti.
- i) INSEGNE SU SUPPORTO PROPRIO collocate nelle pertinenze esclusive dell'attività a cui si riferiscono.
- j) INSEGNE riprodotte sulla carrozzeria dei veicoli relative alla ragione sociale ed all'attività commerciale dell'Azienda a cui gli stessi appartengono ed installate nel rispetto di quanto previsto dagli artt.23 del D.Lgs. 30.4.92 n.285, 57 del D.P.R. 16.12.92 n°495, modificato dall'art.47 del D.P.R. 16.9.97 n.610, ed ulteriori eventuali successive modificazioni ed integrazioni.
- k) SCRITTE SU TENDE ammesse solo se le insegne non sono visibili durante le ore di apertura delle tende solari, in possesso di apposita concessione di suolo pubblico. Possono riproporre esclusivamente il contenuto dell'insegna. Le iscrizioni devono essere apposte sulla parte più bassa della tenda.
- l) MENU': I menù possono essere esposti solo dagli esercizi di somministrazione all'interno delle vetrine o sulle porte dei locali. In presenza di *dehor* si fa interamente rimando alle disposizioni di cui al vigente disciplinare per la Concessione di Suolo Pubblico per Ristoro all'aperto.
- m) INSEGNE TEMPORANEE: insegne temporanee in attesa di definitiva strettamente per il periodo necessario all'acquisizione dei provvedimenti presupposti (nulla Osta della Soprintendenza su edifici vincolati, Autorizzazione Paesaggistica o eventuale parere favorevole della Commissione Edilizia).

ART. 25 PREINSEGNE - Definizione

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

ART. 26 PREINSEGNE- Limitazioni

1. Può essere autorizzata l'installazione delle preinsegne di attività aventi sede nel Comune di Firenze o nei comuni confinanti di: medie e grandi strutture di vendita, attività di cui agli artt. 18 e 19 della L.R.Toscana 23/11/2018 n.62, strutture ricettive con capienza superiore a 12 posti letto, autorimesse commerciali, autoriparatori e autonoleggi senza conducente, farmacie, parafarmacie, studi medici anche veterinari, uffici postali, impianti sportivi, musei, auditorium, teatri, istituti scolastici.

2. Ciascuna attività può disporre di non oltre cinque preinsegne. La Direzione competente in materia di Nuove Infrastrutture e Mobilità può concedere deroga al numero massimo di preinsegne installabili qualora la loro installazione sia ritenuta funzionale a specifiche esigenze di mobilità.

3. Nella zona Unesco non è consentita l'installazione di preinsegne ad eccezione delle strutture sanitarie, musei, teatri, auditorium, edifici scolastici e dei Centri Commerciali Naturali.

4. Le preinsegne devono avere le seguenti dimensioni con freccia incorporata:

- nella zona Unesco: m. 1,00x0,20
- nelle altre zone: m. 1,25x0,25

5. Si rimanda al Disciplinare Tecnico per l'installazione di Preinsegne definito dalla Direzione competente in materia di Nuove Infrastrutture e Mobilità.

ART. 27 PREINSEGNE - Procedura autorizzatoria

1. L'installazione delle preinsegne può essere effettuata solo previo ottenimento di apposito provvedimento autorizzatorio da parte del titolare dell'attività cui la preinsegna si riferisce.

2. La richiesta deve essere presentata tramite l'apposita modulistica predisposta dal SUAP.

3. Il soggetto autorizzato all'installazione del primo sostegno ha l'obbligo di consentire l'installazione di ulteriori preinsegne ad altri soggetti autorizzati e tutti sono obbligati in solido alla manutenzione dello stesso.

4. Alla cessazione dell'attività presupposta all'installazione della preinsegna di esercizio deve seguire la rimozione della preinsegna relativa nonché la comunicazione di cessazione (anche ai fini del pagamento del Canone CIMP).

ART. 28 PREINSEGNE PROVVISORIE

1. Nel caso in cui, a causa dei lavori di realizzazione di lavori pubblici, alcune strade dovessero essere temporaneamente chiuse al traffico, per il periodo di chiusura delle stesse ed al fine di individuare percorsi alternativi potranno, previa richiesta, essere autorizzate preinsegne temporanee previo nulla osta della Direzione competente in materia di Nuove Infrastrutture e Mobilità. Le spese di fornitura, posa in opera e manutenzione di tali mezzi sono interamente a carico del richiedente.

TITOLO IV - ALTRI MEZZI PUBBLICITARI

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.

ART. 30 PUBBLICITÀ 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.

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.

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.

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 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. 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 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 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 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 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.

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;
- 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.

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 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;

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

i. 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;

j. 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;

k. 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;

l. 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;

m. 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;

n. l'indicazione della ragione sociale e del marchio sui veicoli adibiti al trasporto pubblico di linea.

o. la pubblicità inerente la donazione del sangue.

p. 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 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.

q. 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 o iniziative aperte al pubblico e con accesso del tutto gratuito.
5. La tariffa finale è ridotta del 50% per la pubblicità relativa a manifestazioni politiche, sindacali e di categoria, culturali, sportive, filantropiche e religiose, da chiunque realizzate, con il patrocinio o la partecipazione del Comune di Firenze.
6. La tariffa finale è ridotta del 50% per la pubblicità relativa a festeggiamenti patriottici, religiosi.

7. La tariffa finale è ridotta del 10% per la pubblicità che non necessita di autorizzazione effettuata in apposite strutture sportive permanenti, quando la relativa comunicazione si riferisce ad una durata di 365 giorni. La comunicazione dovrà essere presentata alla Direzione competente in materia di Risorse Finanziarie prima dell'installazione dei mezzi pubblicitari. Nella stessa comunicazione l'interessato dovrà indicare il numero dei mezzi pubblicitari e le relative dimensioni e caratteristiche. Il canone dovrà essere versato per intero entro la data di installazione dei mezzi pubblicitari stessi.
8. La presenza di eventuali sponsor o altre diciture o logotipi a carattere commerciale, relative alle fattispecie previste nei commi 4, 5 del presente articolo all'interno del mezzo pubblicitario, mantiene la riduzione a condizione che la superficie utilizzata a tale scopo sia inferiore al 10% del totale con un limite massimo di 1 mq.
9. La tariffa finale è ridotta del 50% per le pubblicità di cui al comma 1 lettera "b" dell'art. 39 presente Regolamento (Gigantografie su ponteggi) per i cantieri per la realizzazione di opere pubbliche dell'Amministrazione Comunale quando compaia il solo nome e/o logotipo dello sponsor.
10. Il beneficio di cui ai commi 4,5,6 è concesso dalla Direzione competente in materia di Risorse Finanziarie previa formale richiesta prodotta alla medesima, almeno tre giorni prima del rilascio dell'autorizzazione, da parte degli interessati e nella quale si attesti la sussistenza dei presupposti alla riduzione.

ART. 44 AGEVOLAZIONI

1. I titolari di esercizi commerciali o artigianali ubicati in piazze, strade, od altre aree di circolazione, nonché in aree mercatali anche coperte che insistono su suolo pubblico, precluse al traffico veicolare o pedonale a causa dell'esecuzione di lavori pubblici di durata superiore a sei mesi, possono beneficiare di una agevolazione sul canone annuale dovuto per l'installazione dei mezzi pubblicitari.
2. L'agevolazione consiste in una riduzione pari al 50% dell'importo del canone annuale dovuto per pubblicità permanente.
3. Nell'eventualità che il periodo di interruzione interessi due distinte annualità l'anno da considerare per l'agevolazione sarà quello nel quale l'interruzione avrà temporalmente la durata maggiore.
4. L'agevolazione è applicabile limitatamente ai luoghi ove i lavori sono stati effettivamente eseguiti.
5. I titolari interessati potranno avvalersi dell'agevolazione di cui al presente articolo previa presentazione di apposita domanda alla Direzione competente in materia di Risorse Finanziarie volta ad ottenere il beneficio con una delle seguenti modalità:
 - a. rimborso, senza interessi, del canone, a condizione che sia già stato interamente versato;
 - b. riduzione del canone dovuto e non ancora versato, a condizione che il termine di pagamento non sia scaduto ed a condizione che l'annualità per la quale spetta l'agevolazione sia coincidente con quella sulla quale viene operata la riduzione.
6. La produzione della domanda è condizione indispensabile per poter fruire dell'agevolazione.
7. La Direzione competente in materia di Risorse Finanziarie consentirà l'agevolazione previa comunicazione della Direzione tecnica competente relativamente all'esatta indicazione delle strade o aree ove i lavori sono effettuati, natura pubblica degli stessi, loro effettiva o prevedibile durata nell'eventualità che gli stessi non siano ancora terminati.

ART. 45 MODALITÀ E TERMINI DI PAGAMENTO DEL CANONE PER MEZZI PUBBLICITARI DI DURATA SUPERIORE A 365 GIORNI c.d. PERMANENTI

1. Le installazioni dei mezzi pubblicitari con durata superiore a 365 giorni, sono assoggettate al canone e costituiscono una obbligazione autonoma riferita ad ogni periodo dal 1° gennaio al 31 dicembre.
2. Per l'anno iniziale si applicano le disposizioni del comma 3 dell'art. 46 del presente Regolamento.
3. Il pagamento del canone relativo alla prima annualità deve essere eseguito in unica soluzione.
4. In caso di sostituzione di mezzi pubblicitari preesistenti si procederà al conguaglio fra il canone dovuto in seguito alla nuova autorizzazione e quello già corrisposto per lo stesso periodo.
5. Per le annualità successive a quella del rilascio dell'autorizzazione il pagamento del canone deve essere effettuato entro il 31 maggio di ciascun anno. Qualora, in corso di validità dell'autorizzazione, l'intestatario intenda rinunciare alla stessa, deve presentare comunicazione di cessazione al SUAP entro il 31 gennaio di ciascun anno di riferimento.
6. Le autorizzazioni/SCIA per mezzi pubblicitari già installati rilasciate a seguito di successione ereditaria o modifica della ragione sociale della stessa ditta intestataria, non danno luogo a nuovo assoggettamento a canone.
7. Non si dà luogo a rimborso per le installazioni di mezzi pubblicitari non utilizzati totalmente o parzialmente, anche nel caso di revoca dell'autorizzazione da parte del comune.
8. Si dà luogo al rimborso del canone eventualmente versato solo nel caso in cui il titolare dell'atto di autorizzazione/SCIA, prima di procedere all'installazione dei mezzi pubblicitari, rinuncia all'autorizzazione con apposita motivata comunicazione scritta diretta all'ufficio comunale che a suo tempo ha rilasciato il provvedimento.
9. Il pagamento del canone deve essere effettuato mediante versamento sull'apposito conto corrente postale intestato al Comune. L'importo dovuto è arrotondato per difetto o per eccesso ai cinquanta centesimi o all'unità di euro più vicina. In alternativa è ammesso il versamento diretto alla Tesoreria Comunale o tramite bonifico bancario. I pagamenti effettuati con mezzi elettronici sono ritenuti validi purché effettuati presso sportelli abilitati a riceverli.

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

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

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

13. Per i soli mezzi pubblicitari oggetto di "Segnalazione Certificata di Inizio Attività" (c.d. S. C. I. A.), di cui all'art. 19 della legge n. 241/1990, il canone dovuto verrà richiesto tramite posta elettronica certificata, o in subordine a mezzo di raccomandata A.R., direttamente dalla competente Direzione competente in materia di Risorse Finanziarie all'interessato il quale dovrà effettuare, in ogni caso in unica soluzione, il relativo versamento entro e non oltre 30 giorni dal ricevimento della richiesta. In caso di omesso, parziale o tardivo pagamento si applicano le penalità previste dal successivo art. 47.

ART. 46 MODALITÀ E TERMINI DI PAGAMENTO PER MEZZI PUBBLICITARI DI DURATA NON SUPERIORE A 365 GIORNI c.d. TEMPORANEI

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

2. Non è ammesso il pagamento in forma rateale.

3. Le tariffe delle tipologie di cui al comma 1 lettere "a", "l" dell'art. 39 del presente Regolamento per mezzi pubblicitari autorizzati per una durata temporanea sono calcolate, ad eccezione di quanto disposto ai commi successivi del presente articolo, secondo i seguenti parametri:

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

4. La tipologia "b" dell'art. 39 comma 1, in deroga a quanto stabilito dal comma 1 dell'art. 45, è da considerare comunque temporanea e quindi, anche quando l'autorizzazione è rilasciata per una durata superiore a 90 giorni, il pagamento va effettuato in unica soluzione per periodi di 90 giorni o multipli di 90, salvo il residuo periodo finale.

5. Le tipologie "cartello" e "Impianto di affissione diretta" di cui alla lettera "a" dell'art. 39 comma 1, quando sono collocate sulle recinzioni dei grandi cantieri, sono da considerare comunque temporanee, in deroga a quanto stabilito dal comma 1 dell'art. 45 del presente Regolamento.

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

7. Per la pubblicità autorizzata nel contesto ed in contemporanea con lo svolgimento di manifestazioni sportive dilettantistiche di durata non superiore a 3 giorni consecutivi, in deroga a quanto disposto dalla lettera a) del comma 3 del presente articolo nonché dal comma 1 lettera "a", "c" dell'articolo 39 del presente Regolamento sono stabilite le seguenti misure tariffarie:

- a. per le tipologie di cui al comma 1 lettera "a" dell'art. 39 del presente Regolamento si applica la frazione di 1/100 della rispettiva tariffa annua;
- b. per la tipologia di cui alla lettera "n" dell'art. 39 comma 1 del presente Regolamento si applica la frazione di 1/5 della rispettiva tariffa quindicinale.

8. Per i soli mezzi pubblicitari oggetto di "Segnalazione Certificata di Inizio Attività" (c.d. S. C. I. A.), di cui all'art. 19 della legge n. 241/1990, il canone dovuto verrà richiesto tramite posta elettronica certificata, o in subordine a mezzo di raccomandata A.R, direttamente dalla competente Direzione che si occupa di Risorse Finanziarie all'interessato il quale dovrà effettuare, in ogni caso in unica soluzione, il relativo versamento entro e non oltre 30 giorni dal ricevimento della richiesta. In caso di omesso, parziale o tardivo pagamento si applicano le penalità previste dal successivo art. 47.

TITOLO VI PENALITÀ E SANZIONI

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

1. Fermo quanto stabilito nell'art. 50, per omesso o parziale versamento del canone si applica una penalità pari al 30% del canone dovuto o del maggiore canone in caso di versamento parziale, mentre per il tardivo versamento si applica una penalità pari al 20%.

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

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

ART. 48 PUBBLICITÀ ABUSIVA E DIFFORME - DEFINIZIONI

1. E' considerata abusiva l'installazione di impianti e altri mezzi pubblicitari comprese le insegne, poste in opera e/o effettuate senza titolo autorizzatorio/SCIA.
2. Sono altresì considerate abusive tutte le forme di pubblicità effettuate tramite la sosta di veicoli ed altri mezzi attrezzati con impianti pubblicitari, come indicati art.30 comma 3 del presente Regolamento.
3. Sono considerate difforme le installazioni di impianti e altri mezzi pubblicitari comprese le insegne, poste in opera e/o effettuate in modo non corrispondente alle condizioni e caratteristiche autorizzate compresa ubicazione, illuminazione, dimensioni e contenuto qualora previsto.

ART. 49 INDENNIZZO E SANZIONI PER LA PUBBLICITÀ ABUSIVA E DIFFORME

1. In presenza di installazioni o di diffusione di messaggi pubblicitari effettuati senza la prescritta autorizzazione o considerati comunque abusivi ai sensi del precedente articolo 48 a carico dei trasgressori si applica un indennizzo ed una sanzione amministrativa pecuniaria.
2. L'indennizzo è pari al canone che si sarebbe pagato se l'installazione fosse stata autorizzata, la sanzione amministrativa pecuniaria è pari al 200% del canone.
3. Per le difformità di cui al precedente art. 48, terzo comma, si applicano un indennizzo pari al canone che si sarebbe pagato se l'installazione fosse stata conforme all'autorizzazione, nonché una sanzione amministrativa pecuniaria pari al 100% del canone dovuto per l'installazione conforme.
4. La sanzione amministrativa irrogata è ridotta ad 1/3 nel caso in cui il responsabile della violazione provveda al pagamento entro 60 giorni dalla notifica della diffida ad adempiere/ingiunzione di pagamento.
5. Resta ferma l'applicazione delle sanzioni di cui all'art. 23 del D.Lgs. n. 285/1992 ss. mm. ii. ovvero, se non comminabili, di quelle previste dall'art. 24, comma 2, del D.Lgs. n. 507/1993 ss. mm.ii.
6. In casi di reiterata esposizione di pubblicità abusiva ai sensi del presente Regolamento, per più di tre volte nell'arco dell'anno solare, l'Amministrazione, nel rispetto del procedimento e della disciplina dettata dalla L.241/90 e ss.mm.ii, esprimerà al trasgressore diniego al rilascio di autorizzazioni ad installazioni pubblicitarie per un periodo di 12 mesi.

ART. 50 ALTRE MISURE

1. Indipendentemente da quanto stabilito dai precedenti artt. 48 e 49 il Comune procede alla rimozione dei mezzi pubblicitari, secondo le modalità di seguito indicate, nei seguenti casi:
 - a. forme di pubblicità prive della prescritta autorizzazione/SCIA o comunque considerate abusive ai sensi dei commi 1 e 2 dell'art. 48;
 - b. forme di pubblicità poste in opera e/o effettuate in difformità dalla prescritta autorizzazione/SCIA ai sensi del comma 3 del medesimo art. 48;
 - c. quando non sia stato effettuato il pagamento del relativo canone entro il 31 dicembre dell'anno di riferimento.
2. In caso di mancanza di autorizzazione/SCIA, si applica la procedura di cui all'art. 23, comma 13-bis, del vigente Codice della strada (diffida con assegnazione di un termine non superiore a 10 giorni e successiva rimozione d'ufficio).
3. Indipendentemente dalla rimozione, è disposta ed effettuata dal Comune l'immediata copertura della pubblicità in modo che la stessa sia privata di efficacia. Delle operazioni di copertura viene redatto sommario processo verbale e le stesse vengono effettuate con modalità stabilite in apposito disciplinare, direttamente dal Comune o mediante l'ausilio di soggetto esterno assuntore del servizio, con oneri a carico del trasgressore.
4. Il mezzo pubblicitario resta privato d'efficacia fino a quando i responsabili della violazione non provvedono a ripristinare lo *status quo ante* ovvero ad adeguare la pubblicità in modo conforme all'autorizzazione/SCIA posseduta o, infine, al pagamento del canone nei termini stabiliti dal primo comma, lett. c) del presente articolo.
5. La copertura della pubblicità abusiva o considerata abusiva deve essere rimossa esclusivamente dal Comune anche tramite il soggetto esterno assuntore del servizio. Il contravventore potrà richiedere la rimozione della copertura presentando dichiarazione sostitutiva di atto di notorietà avente ad oggetto l'adempimento agli obblighi di cui al comma precedente e previo pagamento delle spese sostenute dall'Amministrazione per l'effettuazione/rimozione della stessa. L'amministrazione provvede entro 10 giorni dal ricevimento della suddetta richiesta.
6. Qualora entro 10 giorni dalla comunicazione di effettuazione della copertura, non si sia provveduto agli adempimenti di cui al comma precedente, gli uffici competenti danno corso alla rimozione ed alla successiva custodia del mezzo pubblicitario a spese del trasgressore, previa diffida nei confronti dell'installatore e/o di colui che dispone materialmente o giuridicamente del manufatto, a procedere entro 3 giorni direttamente a proprie spese.
7. Nel caso in cui l'installazione dei cartelli, delle insegne di esercizio o di altri mezzi pubblicitari sia realizzata su suolo demaniale ovvero rientrante nel patrimonio degli Enti proprietari delle strade, o nel caso in cui la loro ubicazione lungo le strade e le fasce di pertinenza costituisca pericolo per la circolazione, in quanto in contrasto con le disposizioni contenute nel regolamento, l'Ente proprietario esegue senza indugio la rimozione del mezzo pubblicitario. Successivamente alla stessa l'Ente proprietario trasmette la nota delle spese sostenute al Prefetto, che emette ordinanza-ingiunzione di pagamento. Tale ordinanza costituisce titolo esecutivo ai sensi di legge.

8. Sia in caso di copertura del messaggio che di rimozione di mezzi pubblicitari effettuate d'ufficio, le spese sostenute dal Comune vengono poste a carico dei soggetti responsabili della violazione, procedendo alla notifica di apposito avviso per il recupero delle predette somme, comprese quelle di deposito del mezzo pubblicitario rimosso sia in caso di deposito presso terzi, sia in caso di custodia presso i locali dell'Amministrazione. Quanto sopra ferma restando l'applicazione della procedura di cui al vigente Codice della Strada, per i casi in cui ne sussistano gli estremi.
9. L'impianto pubblicitario rimosso in deposito può essere riconsegnato solo previo pagamento dell'intero debito.
10. Trascorso il termine di 180 (centottanta) giorni dalla rimozione senza che vi sia richiesta di restituzione e pagamento dell'intero debito, il Comune procede alla distruzione dell'impianto.
11. Le spese per la distruzione sono a totale ed esclusivo carico dei responsabili.
12. Nei casi di pubblicità abusivamente effettuata mediante distribuzione di manifestini o altro materiale pubblicitario ovvero mediante persone circolanti con cartelli e altri mezzi pubblicitari, si applica la sanzione pecuniaria di cui all'art. 24 D.lgs. 507/93 e ss.mm.ii.

ART. 51 DECORRENZA DELLA PUBBLICITÀ ABUSIVA

1. In caso di accertata installazione pubblicitaria senza titolo, senza che sia stata verificata la data di inizio della relativa installazione, essa si presume in essere dal primo gennaio dell'anno in cui sia stata accertata la violazione, per le tipologie previste al comma 1 lettere "a", "f", "l", "m" dell'art.39 del Regolamento.
2. Si presume effettuata in ogni caso con decorrenza dal primo giorno del mese in cui è stata accertata, per le tipologie previste al comma 1 lettere "b", "c", "d", "g", "h", "i" del medesimo art. 39.
3. Quanto previsto dai precedenti commi del presente articolo vale ai fini dell'applicazione dell'indennizzo di cui all'art. 49, fermo restando che il pagamento dello stesso e della sanzione non può essere invocato od inteso in alcun caso quale sanatoria parziale o totale dell'abuso ovvero dell'illecito commesso, non correggendo lo stesso le irregolarità dell'installazione.

ART. 52 DEFINIZIONE AGEVOLATA DELLE PENALITÀ ('RAVVEDIMENTO OPEROSO')

1. La penalità per omesso o parziale o tardivo versamento del Canone può essere ridotta, sempre che non sia già stata contestata e comunque non siano iniziati accessi, ispezioni, verifiche o altre attività amministrative di accertamento da parte degli agenti preposti al controllo o da parte della Direzione competente in materia di Risorse Finanziarie e delle quali il soggetto tenuto al pagamento abbia avuto formale conoscenza.
 - a. al 4% (comprensivo di interessi) nei casi di omesso, parziale, tardivo versamento del Canone o di una parte di esso, se il versamento viene eseguito entro 30 giorni dalla data di scadenza prevista;
 - b. all'8% (comprensivo di interessi) nei casi di omesso, parziale, tardivo versamento del Canone o di una parte di esso, se il versamento viene eseguito oltre 30 giorni, e comunque non oltre un anno, dalla data di scadenza.
2. La definizione agevolata della penalità può essere effettuata anche successivamente al versamento del canone. Se il canone viene versato entro 30 giorni dalla scadenza ma la penalità ridotta viene corrisposta entro i termini di cui alla lettera b del primo comma del presente articolo, la percentuale da applicare sarà pari all'8%.

ART. 53 DIFFIDA AD ADEMPIERE/INGIUNZIONE DI PAGAMENTO ED ATTIVITÀ DI CONTROLLO E ACCERTAMENTO

1. La Direzione competente in materia di Risorse Finanziarie effettua le opportune verifiche sui versamenti e nel caso di omesso, tardivo o parziale pagamento del canone, notifica al titolare del provvedimento oppure trasmette a mezzo di raccomandata con ricevuta di ritorno, apposita diffida ad adempiere, assegnando il termine di 60 giorni per provvedere al versamento di quanto dovuto a titolo di canone, penalità ed interessi.
2. La stessa procedura di cui al comma 1, viene seguita dalla Direzione competente in materia di Risorse Finanziarie per comminare l'indennizzo e le sanzioni amministrative stabiliti all'art. 49, commi da 1 a 4 per quanto riguarda le installazioni abusive o difformi di mezzi pubblicitari.
3. Ai sensi dell'art. 2948, comma 1, n. 4) del Codice Civile il termine di prescrizione per gli adempimenti di cui ai commi 1 e 2 è fissato in cinque anni.
4. Per le installazioni abusive o difformi, il verbale di contestazione redatto dal pubblico ufficiale di cui all'art. 12 del D.Lgs. 285/92 e ss.mm.ii. e/o le segnalazioni comunque pervenute all'ufficio costituiscono titolo per i provvedimenti di cui al comma 2.

ART. 54 RIMBORSI

1. Il titolare dell'atto di autorizzazione può richiedere, con apposita istanza alla competente Direzione competente in materia di Risorse Finanziarie il rimborso delle somme o delle maggiori somme versate e non dovute, oltre a quanto previsto dall'art. 44 ultimo comma, del presente Regolamento, entro il termine perentorio di cinque anni decorrenti dalla data di pagamento.
 2. L'istanza di cui al comma 1 dovrà contenere, oltre alle generalità complete del titolare del provvedimento ed agli estremi del provvedimento medesimo, le motivazioni della richiesta.
- L'istanza dovrà essere corredata della/e ricevuta/e di pagamento, in fotocopia, relativa/e a quanto richiesto a rimborso.

3. La Direzione competente in materia di Risorse Finanziarie provvederà al rimborso di cui al comma 1, o all'emissione dell'atto di diniego appositamente motivato, entro il termine previsto dal "Regolamento in materia di termine e responsabilità del procedimento amministrativo". Sulle somme rimborsate spettano gli interessi legali, da computarsi a giorno, a decorrere dalla data della domanda, (art. 2033 C.C.). Non spettano gli interessi legali nei casi di rimborso dovuto a rinuncia dell'autorizzazione effettuata prima dell'inizio dell'installazione stessa.
4. Qualora la Direzione competente in materia di Risorse Finanziarie vanti per il canone per l'installazione di impianti pubblicitari, un credito nei confronti del richiedente il rimborso, anche se lo stesso figura in qualità di obbligato in solido, il versamento indebito sarà d'ufficio posto a copertura del debito e delle eventuali penalità ed interessi. Si procederà quindi al rimborso della sola parte eventualmente residua a credito. Di tale procedura compensativa verrà data formale comunicazione all'interessato ed agli eventuali coobbligati in solido.
5. Non si procederà al rimborso di somme pari od inferiori ad euro 15,00 (quindici).

TITOLO VII - NORME FINALI

ART. 55 DISCIPLINA TRANSITORIA E MISURE DI SALVAGUARDIA

1. Ancorché non rispondano alle disposizioni del presente Regolamento sono fatti salvi fino alla scadenza del titolo autorizzatorio/SCIA tutti gli impianti e altri mezzi pubblicitari installati in completa conformità alla stessa.
2. Le disposizioni del precedente comma si applicano anche agli impianti e altri mezzi pubblicitari assentiti da sentenza passata in giudicato, o da contenziosi incardinati per i quali siano intercorse comunicazioni inerenti alle risoluzioni in via bonaria e transattiva.
3. Sono fatti salvi altresì i titoli di tutti gli impianti e altri mezzi pubblicitari in costanza di autorizzazione da più cinquanta anni ancorché difformi dalle norme contenute nel presente Regolamento, purché in perfetto stato di manutenzione ed in regola con il pagamento del canone.
4. Esclusivamente fino alla naturale scadenza dell'autorizzazione/concessione sono fatti salvi tutti i cartelli stradali (ex tipologia D1) regolarmente autorizzati su suolo pubblico ai sensi della previgente disciplina regolamentare, posti ai bordi delle strade con la funzione di segnalare un percorso di avvicinamento ad un'azienda o la sua sede nell'ambito del territorio comunale o di un comune vicino con formato orizzontale di dimensione ml. 2 x 1,50 con unico supporto di sostegno e privi di illuminazione, monofacciali o bifacciali.
4. Alla scadenza del titolo, gli impianti ed i mezzi pubblicitari devono essere rimossi ripristinando lo stato dei luoghi a cura e spese del titolare dell'autorizzazione.
5. L'installazione di impianti su suolo pubblico può altresì essere autorizzata a seguito di contratti o impegni già assunti dell'Amministrazione alla data di entrata in vigore del presente regolamento.