



ROMA CAPITALE

Protocollo RC n. 8336/14

Deliberazione n. 50

ESTRATTO DAL VERBALE DELLE DELIBERAZIONI DELL'ASSEMBLEA CAPITOLINA

Anno 2014

VERBALE N. 54

Seduta Pubblica del 30 luglio 2014

Presidenza: CORATTI - MARINO

L'anno duemilaquattordici, il giorno di mercoledì trenta del mese di luglio, alle ore 11,05, nel Palazzo Senatorio, in Campidoglio, si è adunata l'Assemblea Capitolina in seduta pubblica, previa trasmissione degli avvisi per le ore 11 dello stesso giorno, per l'esame degli argomenti iscritti all'ordine dei lavori e indicati nei medesimi avvisi.

Partecipa alla seduta il sottoscritto Vice Segretario Generale, dott. Luigi MAGGIO.

Assume la presidenza dell'Assemblea Capitolina il Vice Presidente Franco MARINO il quale dichiara aperta la seduta.

(O M I S S I S)

Alla ripresa dei lavori – sono le ore 12,20 – il Presidente dispone che si proceda al terzo appello.

Eseguito l'appello, il Presidente comunica che sono presenti i sottoriportati n. 24 Consiglieri:

Azuni Maria Gemma, Baglio Valeria, Battaglia Erica, Caprari Massimo, Celli Svetlana, Corsetti Orlando, D'Ausilio Francesco, De Luca Athos, Di Biase Michela, Dinoi Cosimo, Giansanti Luca, Magi Riccardo, Marino Franco, Nanni Dario, Onorato Alessandro, Panecaldo Fabrizio, Paris Giovanni, Peciola Gianluca, Piccolo Ilaria, Policastro Maurizio, Proietti Cesaretti Annamaria, Stampete Antonio, Tempesta Giulia e Tiburzi Daniela.

Assenti l'on. Sindaco Ignazio Roberto Maria Marino e i seguenti Consiglieri:

Alemanno Giovanni, Battaglia Immacolata, Belviso Sveva, Bordoni Davide, Cantiani Roberto, Coratti Mirko, Cozzoli Poli Ignazio, De Palo Gianluigi, De Vito Marcello, Ferrari Alfredo, Frongia Daniele, Ghera Fabrizio, Grippo Valentina, Marchini Alfio, Mennuni Lavinia, Palumbo Marco, Paris Rita, Pedetti Pierpaolo, Pomarici Marco, Quarzo Giovanni, Raggi Virginia, Rossin Dario, Stefano Enrico e Tredicine Giordano.

Il PRESIDENTE constata che il numero degli intervenuti è sufficiente per la validità della seduta agli effetti deliberativi.

Partecipano alla seduta, ai sensi dell'art. 46 del Regolamento, il Vice Sindaco Nieri Luigi e gli Assessori Improta Guido, Leonori Marta, Masini Paolo e Scozzese Silvia.

(O M I S S I S)

A questo punto il Presidente Mirko CORATTI assume la presidenza dell'Assemblea.

(O M I S S I S)

Il PRESIDENTE pone quindi in votazione, con procedimento elettronico, la 61^a proposta nel sottoriportato testo risultante dall'accoglimento, da parte della Giunta Capitolina, di richieste formulate dai Municipi, nonché dall'approvazione di emendamenti da parte dell'Assemblea Capitolina:

61^a Proposta (Dec. G.C. del 30 aprile 2014 n. 36)

Modifiche ed integrazioni alla deliberazione consiliare n. 37 del 30 marzo 2009, avente ad oggetto "Modifiche ed integrazioni alla deliberazione consiliare n. 100 del 12 aprile 2006 riguardante il Regolamento comunale recante le norme in materia di esposizione della pubblicità e di pubbliche affissioni".

Premesso che in sede di concreta applicazione di alcune norme regolamentari concernenti il settore di esposizione della pubblicità e di pubbliche affissioni, sono emerse criticità in ordine alle quali appare opportuno apportare modifiche ed integrazioni alla deliberazione consiliare n. 37 del 30 marzo 2009, come di seguito specificate della presente deliberazione;

Che le modifiche in questione sono, tra l'altro, tutte finalizzate a dare concreta applicazione ai principi di trasparenza ed efficacia dell'azione amministrativa;

Che, inoltre, con riferimento alla procedura di riordino di cui alle deliberazioni Consiglio Comunale n. 254/1995 e s.m.i. e Giunta Comunale n. 1689/1997 e s.m.i., nonché alle previsioni di cui alla deliberazione Consiglio Comunale n. 37/2009 art. 34, commi 9 e 10, occorre prendere atto del lungo tempo trascorso dall'avvio della stessa, della diversa ubicazione in cui si sono trovati moltissimi impianti rispetto alla posizione originale di cui all'istanza di riordino, dell'insistenza sul territorio di cui tali impianti hanno beneficiato nel tempo, subordinatamente al rispetto delle prescrizioni regolamentari e del Codice della Strada, della modifica dello stato dei luoghi e della viabilità nel frattempo intervenuti, nonché dei sopralluoghi dagli Uffici effettuati nel corso degli anni;

Che tutti gli elementi sono stati valutati e recepiti dall'Amministrazione all'interno del procedimento di inserimento nella Nuova Banca Dati dell'anno 2009 come descritto nelle deliberazioni di Giunta Capitolina n. 116/2013 e n. 425/2013;

Che, pertanto, non può che confermarsi che il predetto inserimento ha determinato la chiusura del procedimento di riordino in aderenza con le statuizioni di cui ai precedenti atti giuntali;

Ritenuto che, in considerazione anche delle normative statale e sovranazionale nel frattempo intervenute, le quali obbligano ad una pianificazione da attuarsi a mezzo procedure di evidenza pubblica, la riconosciuta autorizzazione all'insistenza sul territorio a partire dall'anno 2009 di tutti gli impianti alla procedura non possa essere ulteriormente protratta oltre il 31 dicembre 2014, se non per il tempo necessario ad adottare gli atti gestionali conseguenti all'approvazione degli strumenti di pianificazione previsti per legge;

Che pertanto deve ritenersi superata la necessità di adozione e rilascio dei singoli provvedimenti autorizzatori, dal momento che la previsione di cessazione degli effetti delle autorizzazioni al 31 dicembre 2014, finirebbe per aggravare inutilmente il procedimento amministrativo, essendo garantite le posizioni denunziate nel procedimento di riordino come validate dalla Nuova Banca Dati per tutto il tempo pregresso e sino all'espletamento degli atti gestionali di cui sopra;

Che, per quanto sopra considerato e previsto, deve ritenersi superata l'esigenza di esaminare tutte le ulteriori istanze presentate all'interno del procedimento di riordino e non confluite nella predetta Nuova Banca Dati, trattandosi di richieste di posizioni non solo confliggenti con il modello legislativo di pianificazione territoriale da attuarsi con procedure ad evidenza pubblica, ma ormai tanto risalenti nel tempo da essere non più riconducibili all'attuale assetto del territorio;

Visto il Decreto Legislativo n. 507/1993;

Visto il T.U.E.L.;

Visto lo Statuto di Roma Capitale ed il Regolamento sull'Ordinamento degli Uffici e dei Servizi;

Atteso che in data 17 aprile 2014 il Dirigente dalla U.O. Regolazione, monitoraggio e controllo delle affissioni e pubblicità del Dipartimento Sviluppo Economico e Attività Produttive – Formazione Lavoro ha espresso il parere che di seguito integralmente si riporta: “Ai sensi e per gli effetti dell'art. 49 del T.U. degli Enti Locali di cui al D.Lgs. n. 267 del 18 agosto 2000 si esprime parere favorevole in ordine alla regolarità tecnica della proposta di deliberazione in oggetto.

Il Dirigente

F.to: F. Paciello”;

Preso atto che, in data 28 aprile 2014, il Direttore del Dipartimento Sviluppo Economico e Attività Produttive – Formazione Lavoro, ha attestato – ai sensi dell'art. 29, c. 1, lett. h) e i), del Regolamento degli Uffici e Servizi, come da dichiarazione in atti – la coerenza della proposta di deliberazione in oggetto con i documenti di programmazione dell'Amministrazione, approvandola in ordine alle scelte di natura economico-finanziaria o di impatto sulla funzione dipartimentale che essa comporta.

p. Il Direttore

F.to: F. R. Nicastro;

Che, in data 28 luglio 2014, l'Organismo di Revisione Economico Finanziaria ha espresso, ai sensi dell'art. 239 del Decreto Legislativo 18 agosto 2000 n. 267, parere favorevole in ordine alla proposta in oggetto.

L'OREF

F.to: S. Conti

G. Gismondi;

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

Che la proposta, in data 12 maggio 2014, è stata trasmessa ai Municipi per l'espressione del parere da parte del relativo Consiglio;

Che, con deliberazioni in atti, i Consigli dei Municipi II, III, IV, V, VI, VIII, IX, X e XI hanno espresso parere favorevole;

Che i Consigli dei Municipi I, VII, XII, XIII, XIV e XV hanno espresso parere favorevole con le seguenti richieste e/o osservazioni:

Municipio I:

ART. 4 – comma 1, dopo lettera s) della nuova lettera t) cassare pellicolazione su suolo pubblico;

ART. 4 – comma 2, lettera e) “la pubblicità esposta su appositi impianti mobili o su autoveicoli a tale scopo appositamente destinati, attrezzati o comunque modificati, anche se in possesso di omologazione, anche se privi di sporgenze, nell’ambito delle ZTL.” sostituire “delle ZTL” con “dell’area all’interno delle mura aureliane”;

ART. 4 – comma 2, dopo la lettera h) inserire la nuova lettera: i) l’esposizione di locandine, cartelli e di mezzi pubblicitari, apposti sulle facciate, comprese le porte e finestre, all’esterno degli esercizi commerciali o artigianali per la pubblicità di prodotti, dei prezzi o dell’attività svolta dalle stesse;

Dopo l’art. 5 aggiungere il seguente articolo:

«ARTICOLO 5 BIS

Norme particolari in materia di pubblicità a messaggio variabile

1. In riferimento alla lettera m) del comma 1 del precedente art. 4 si definisce impianto a messaggio variabile qualunque manufatto finalizzato alla pubblicità e/o alla propaganda sia di prodotti che di attività, caratterizzato dalla variabilità del messaggio e/o delle immagini trasmesse, con caratteristiche diverse e di dimensioni variabili. Può essere luminoso per luce diretta o per luce indiretta e deve avere dimensione di 12 mq..
2. Fuori dai centri abitati è vietata la collocazione di cartelli ed altri mezzi pubblicitari a messaggio variabile, aventi un periodo di variabilità inferiore a cinque minuti, in posizione trasversale al senso di marcia dei veicoli.
3. Entro i centri abitati gli impianti pubblicitari aventi messaggio variabile dovranno avere una variabilità non inferiore ai 10 secondi.»;

ART. 7 – aggiungere un comma 2 quinquies:

«Comma 2 quinquies – A seguito della approvazione dei Piani di Localizzazione, che dovranno stabilire il numero, la posizione esatta e le dimensioni anche di ogni impianto di proprietà privata da installare su suolo pubblico, il Comune provvede al rilascio delle autorizzazioni per gli impianti individuati dai Piani di Localizzazione approvati, previa gara pubblica per ognuno dei lotti in cui verrà suddivisa la città e di cui faranno parte, secondo le tre tipologie indicate al precedente comma 2.

Come condizione ineludibile del primo bando di gara va posta la automatica decadenza delle autorizzazioni di tutti gli impianti esistenti, che risultino ancora installati sul territorio, di proprietà delle ditte che non avranno vinto il bando di gara, con la perdita immediata del conseguente “diritto acquisito” e l’obbligo di rimozione di tali impianti a loro cura e spese.

In caso di inerzia, il Comune provvede alla rimozione forzata con la collaborazione della ditta che ha vinto il bando.

La ditta singola o associata che si aggiudica ogni specifica gara ha diritto ad installare esclusivamente il numero fisso degli impianti che sono stati individuati nei rispettivi Piani di Localizzazione e che vengono autorizzati per una durata pari a dieci anni, trascorsi i

quali il Comune provvede ad indire un nuovo bando per la gestione dello stesso identico numero di impianti.

Gli impianti già regolarmente installati a seguito della aggiudicazione del rispettivo bando di gara che dovessero essere successivamente rimossi in modo temporaneo o definitivo per cause comunque di forza maggiore hanno diritto ad essere ricollocati per lo stesso periodo temporaneo oppure definitivamente nelle posizioni individuate dai Piani di Localizzazione per impianti di pari superficie espositiva destinati CI pubblicità temporanea.»;

ART. 7 – aggiungere un comma 2 sexies:

«Comma 2 sexies – A seguito della approvazione dei Piani di Localizzazione il Comune provvede altresì al rilascio delle concessioni per gli impianti di sua proprietà (SPQR) individuati dai Piani di localizzazione approvati, previa gara pubblica per ognuno dei lotti in cui verrà suddivisa la città e di cui faranno parte, secondo le tre tipologie indicate al precedente comma 2.

La ditta singola o associata che si aggiudica ogni gara ha diritto ad una locazione degli impianti comunali che ha durata pari a dieci anni.

Al termine del decennio il Comune provvede ad indire nuovi bandi di gara ed a concedere la locazione per altri dieci anni alla ditta singola o associata che si sarà aggiudicata ogni specifico bando di gara.»;

ART. 7 – aggiungere un comma 2 septies:

«Comma 2 septies – Fra le condizioni ineludibili di ogni bando di gara per la ditta che se lo sarà aggiudicato c'è l'obbligo di collaborare con il Comune per la rimozione che si rendesse forzata in caso di inottemperanza da parte delle ditte pubblicitarie che non hanno vinto il bando a smantellare i propri impianti.

Alla ditta che vince un bando può essere demandato anche il compito di curare la repressione di tutte le forme ulteriori di abusivismo commerciale che si venissero e verificare nell'arco del decennio della gestione a lei affidata.

La ditta che vince un bando si impegna a provvedere all'immediato oscuramento di tutti gli impianti abusivi di cui si rendesse comunque necessaria la rimozione forzata della quale debbono parimenti curare ad ogni modo l'esecuzione ai costi che sono stati esplicitati per ogni tipo di rimozione nello stesso bando di gara e che il Comune deve anticipare alla medesima ditta.»;

ART. 18 – sostituire il comma 2 con il seguente:

“2. la collocazione di impianti e mezzi pubblicitari è anche vietata nella zona definita Città Storica ad eccezione di quelli di proprietà comunale per pubbliche affissioni recanti comunicazione istituzionale,

e) insegne, targhe, tende e simili;

f) scritte su vetrine;

i) mezzi collocati su ponteggi e recinzioni di cantiere;

n) locandine, manifestini e simili;”

ART. 19 – aggiungere i due seguenti commi:

“1 bis. I Piani di localizzazione vanno redatti applicando gli indici di affollamento di cui alla lettera A) del 1° comma del successivo art. 20, così come indicati dal Piano Regolatore degli Impianti Pubblicitari, al fine di individuare sul territorio il numero, la posizione esatta e le dimensioni di ogni impianto di proprietà privata da installare su suolo pubblico e da destinare anche alla pubblicità temporanea nel rispetto delle distanze

minime prescritte dal D.Lgs. n. 285/1991 e del D.P.R. n. 495/1992, nonché dei vincoli paesaggistici.

1 ter. Nella individuazione di cui al comma precedente sono compresi anche gli impianti pubblicitari a messaggio variabile che fuori dei centri abitati non possono avere una variabilità inferiore ai cinque minuti, mentre entro i centri abitati dovranno avere una variabilità non inferiore ai 10 secondi.»;

ART. 20 – fare le modifiche nel senso di quanto suddetto per l’art. 18;

ART. 31 – dopo il comma 5, aggiungere un comma 5 bis dal seguente testo:

«5 bis. I proventi delle sanzioni amministrative pecuniarie applicate agli impianti accertati come abusivi debbono essere destinati ad un fondo apposito, finalizzato a coprire tutte le spese che si dovessero anticipare in caso di rimozione forzata d’ufficio dei medesimi impianti.»;

ART. 32 – aggiungere un comma 2 dal seguente testo:

«2. Per essere in grado di intervenire tempestivamente, ai nuclei di vigilanza di cui al precedente comma, laddove costituiti nei Municipi, deve essere garantita nelle forme e nei modi che verranno definiti la piena disponibilità ed il conseguente utilizzo dell’apposito fondo di cui al comma 5 Bis del precedente articolo 31, costituito dai proventi delle sanzioni applicate esclusivamente in relazione agli impianti pubblicitari ricadenti nel territorio del rispettivo Municipio.»;

ART. 34 – eliminare il comma 5 ed il comma 5 bis;

Municipio VII:

all’art. 12 bis aggiungere dopo “alla violenza” le parole “al razzismo e comunque lesivi dell’etica”;

Municipio XII:

- ART. 4 “Mezzi pubblicitari ammessi e vietati – Norme tecniche per l’installazione”, escludere dalla “pellicolazione del suolo pubblico” comma 1 lettera t, le aree verdi, i parchi gioco per i bambini, quelle in prossimità delle scuole e limitrofe a ville storiche, parchi, palazzi, manufatti di interesse storico-archeologico nonché zone, strade e piazze con valore artistico e paesaggistico-ambientale; per l’installazione di tali impianti, acquisire in via preventiva il parere della Polizia Locale Roma Capitale relativamente al rispetto del Codice della Strada;
- ART. 8 “Procedure per l’autorizzazione all’esposizione pubblicitaria con mezzi e su beni privati ovvero non di proprietà comunale” attribuire la gestione del rilascio di tali autorizzazioni ai Municipi territorialmente competenti;

Municipio XIII:

all’art. 12 bis, che recita “è vietata l’esposizione pubblicitaria il cui contenuto presenti stereotipi di genere o che inciti al sessismo e alla violenza”, si ritiene opportuno indicare l’Ufficio preposto alla valutazione del messaggio pubblicitario;

Municipio XIV:

all’art. 4, comma 2, lettera h) aggiungere la seguente frase “se in contrasto con le norme sulla circolazione dei veicoli previste dal Codice della Strada”;

Municipio XV:

ART. 4 – Mezzi pubblicitari ammessi e vietati – Norme tecniche per l’installazione

aggiungere dopo la lettera l) del 1° comma la lettera l bis) dal seguente testo:
«l bis) impianti di pubblica utilità intesi anche come elementi di arredo urbano di pubblica utilità contenenti, in via accessoria, superficie pubblicitaria oppure come impianti pubblicitari collegati e finalizzati al finanziamento di progetti di servizi di pubblica utilità e/o di mobilità alternativa;».

ART. 5 – aggiungere l’art. 5 Bis dal seguente testo:

“ARTICOLO 5 BIS

Norme particolari in materia di pubblicità a messaggio variabile

1. In riferimento alla lettera m) del comma 1 del precedente art. 4 si definisce impianto a messaggio variabile qualunque manufatto finalizzato alla pubblicità e/o alla propaganda sia di prodotti che di attività, caratterizzato dalla variabilità del messaggio e/o delle immagini trasmesse, con caratteristiche diverse e di dimensioni variabili. Può essere luminoso per luce diretta o per luce indiretta e deve avere dimensione di 12 mq..
2. Fuori dai centri abitati è vietata la collocazione di cartelli ed altri mezzi pubblicitari a messaggio variabile, aventi un periodo di variabilità inferiore a cinque minuti, in posizione trasversale al senso di marcia dei veicoli.
3. Entro i centri abitati gli impianti pubblicitari aventi messaggio variabile dovranno avere una variabilità non inferiore ai 10 secondi.”;

ART. 7 – Procedure per il rilascio delle autorizzazioni per l’esposizione pubblicitaria e per la locazione degli impianti comunali – Cause di decadenza

aggiungere dopo il comma 2 bis i seguenti due commi:

«2 ter. Il parco degli impianti posti a gara deve essere riservato alle seguenti diverse tipologie nelle forme e nei modi che deciderà l’Amministrazione in sede di definizione delle diverse gare:

- servizi di pubblica utilità, finalizzati alla realizzazione di una mobilità alternativa;
- elementi di arredo urbano di pubblica utilità, contenenti in via accessoria superficie pubblicitaria o riferiti ad impianti collegati al finanziamento dei medesimi elementi di arredo urbano come servizi di pubblica utilità;
- impianti per affissione diretta, pubblicità esterna.

2. quater. E’ consentito partecipare in raggruppamento temporaneo d’imprese. Non è sottoposto a gara pubblica, da parte del Comune, il rilascio delle autorizzazioni all’esposizione pubblicitaria su: i mezzi di cui alle lettere e), f), g), h), i), n) e p) dell’art. 4, comma 1; le pensiline e le paline del servizio di trasporto pubblico urbano ed extraurbano; i contenitori di rifiuti solidi urbani, le cabine di trasformazione elettrica; le edicole di rivendita dei giornali, i banchi fissi di commercio e gli impianti che siano collocati nelle aree dei mercati rionali come previsto dall’art. 8 bis del Regolamento per le attività commerciali su aree pubbliche di cui alla deliberazione del Consiglio Comunale n. 35/2006.»;

aggiungere un comma 2 quinquies:

«Comma 2 quinquies – A seguito della approvazione dei Piani di Localizzazione, che dovranno stabilire il numero, la posizione esatta e le dimensioni anche di ogni impianto di proprietà privata da installare su suolo pubblico, il Comune provvede al rilascio delle autorizzazioni per gli impianti individuati dai Piani di Localizzazione approvati, previa gara pubblica per ognuno dei lotti in cui verrà suddivisa la città e di cui faranno parte, secondo le tre tipologie indicate al precedente comma 2. Come condizione ineludibile del primo bando di gara va posta la automatica decadenza delle autorizzazioni di tutti gli impianti esistenti, che risultino ancora installati sul territorio, di proprietà delle ditte che non avranno vinto il bando di gara, con la perdita immediata del conseguente “diritto acquisito” e l’obbligo di rimozione di tali impianti a loro cura e spese. In caso di inerzia, il Comune provvede alla rimozione forzata con la collaborazione della ditta che ha vinto il bando. La ditta singola o associata che si aggiudica ogni specifica gara ha diritto ad installare esclusivamente il numero fisso degli impianti che sono stati individuati nei rispettivi Piani di Localizzazione e che vengono autorizzati per una durata pari a dieci anni, trascorsi i quali il Comune provvede ad indire un nuovo bando per la gestione dello stesso identico numero di impianti. Gli impianti già regolarmente installati a seguito della aggiudicazione del rispettivo bando di gara che dovessero essere successivamente rimossi in modo temporaneo o definitivo per cause comunque di forza maggiore hanno diritto ad essere ricollocati per lo stesso periodo temporaneo oppure definitivamente nelle posizioni individuate dai Piani di Localizzazione per impianti di pari superficie espositiva destinati a pubblicità temporanea.»;

aggiungere un comma sexies:

«Comma 2 sexies – A seguito della approvazione dei Piani di Localizzazione il Comune provvede altresì al rilascio delle concessioni per gli impianti di sua proprietà (SPQR) individuati dai Piani di Localizzazione approvati, previa gara pubblica per ognuno dei lotti in cui verrà suddivisa la città e di cui faranno parte, secondo le tre tipologie indicate al precedente comma 2.

La ditta singola o associata che si aggiudica ogni gara ha diritto ad una locazione degli impianti comunali che ha durata pari a dieci anni.

Al termine del decennio il Comune provvede ad indire nuovi bandi di gara ed a concedere la locazione per altri dieci anni alla ditta singola o associata che si sarà aggiudicata ogni specifico bando di gara.»;

aggiungere anche un comma septies:

«Comma 2 septies – Fra le condizioni ineludibili di ogni bando di gara per la ditta che se lo sarà aggiudicato c’è l’obbligo di collaborare con il Comune per la rimozione che si rendesse forzata in caso di inottemperanza da parte delle ditte pubblicitarie che non hanno vinto il bando a smantellare i propri impianti.

Alla ditta che vince un bando può essere demandato anche il compito di curare la repressione di tutte le forme ulteriori di abusivismo commerciale che si venissero e verificare nell’arco del decennio della gestione a lei affidata.

La ditta che vince un bando si impegna a provvedere all’immediato oscuramento di tutti gli impianti abusivi di cui si rendesse comunque necessaria la rimozione forzata della quale debbono parimenti curare ad ogni modo l’esecuzione ai costi che sono stati esplicitati per ogni tipo di rimozione nello stesso bando di gara e che il Comune deve anticipare alla medesima ditta.»;

ART. 19 – Piano Regolatore e Piani di Localizzazione degli impianti e dei mezzi pubblicitari

aggiungere dopo il 1° comma i due seguenti commi:

«1 bis. I Piani di Localizzazione vanno redatti applicando gli indici di affollamento di cui alla lettera A) del 1° comma del successivo art. 20, così come indicati dal Piano Regolatore degli Impianti Pubblicitari, al fine di individuare sul territorio il numero, la posizione esatta e le dimensioni di ogni impianto di proprietà privata da installare su suolo pubblico e da destinare anche alla pubblicità temporanea nel rispetto delle distanze minime prescritte dal D.Lgs. n. 285/1991 e del D.P.R. n. 495/1992, nonché dei vincoli paesaggistici.

1 ter. Nella individuazione di cui al precedente comma sono compresi anche gli impianti pubblicitari a messaggio variabile che fuori dei centri abitati non possono avere una variabilità inferiore ai cinque minuti, mentre entro i centri abitati dovranno avere una variabilità non inferiore ai 10 secondi.»;

ART. 31 – Sanzioni

aggiungere, dopo il comma 5, un comma 5 bis dal seguente testo:

«5 bis. I proventi delle sanzioni amministrative pecuniarie applicate agli impianti accertati come abusivi debbono essere destinati ad un fondo apposito, finalizzato a coprire tutte le spese che si dovessero anticipare in caso di rimozione forzata d'ufficio dei medesimi impianti.»;

ART. 32 – Misure di contrasto all'abusivismo

aggiungere un comma 2 dal seguente testo

«2. Per essere in grado di intervenire tempestivamente, ai nuclei di vigilanza di cui al precedente comma, laddove costituiti nei Municipi, deve essere garantita nelle forme e nei modi che verranno definiti la piena disponibilità ed il conseguente utilizzo dell'apposito fondo di cui al comma 5 Bis del precedente articolo 31, costituito dai proventi delle sanzioni applicate esclusivamente in relazione agli impianti pubblicitari ricadenti nel territorio del rispettivo Municipio.»;

ART. 34 – Norme transitorie: eliminare il comma 5 e il comma 5 bis;

Che la Giunta Capitolina, nella seduta del 25 giugno 2014, in merito alle richieste e/o osservazioni formulate dai Municipi, ha rappresentato quanto segue:

Municipio I:

ART. 4 comma 1 lett. t):

la richiesta non viene accolta in quanto il preventivo parere obbligatorio per le aree vincolate garantisce la loro tutela di fronte a qualsiasi forma di pubblicità;

ART. 4 comma 2 lett. e): la richiesta viene accolta;

ART. 4 comma 2 lett. i): la richiesta viene accolta;

ART. 5 bis: la richiesta viene accolta;

ART. 7

Le richieste non vengono accolte in quanto la gara pubblica in lotti è prescrizione già prevista nel Regolamento di Pubblicità. Per quanto riguarda la durata degli impianti già

installati sul territorio è previsto specifico emendamento. Per quanto riguarda la quantità di impianti da installare a cura del vincitore della gara è ovviamente compreso nel limite massimo del Piano di Localizzazione. La durata degli impianti dell'aggiudicatario è prevista espressamente dal Regolamento di Pubblicità. Analoghe considerazioni valgono per gli impianti SPQR.

Il contenuto delle prescrizioni da imporre all'aggiudicatario sono materia del bando di gara.

La partecipazione in raggruppamento d'impresе è specificatamente disciplinata dal Codice dei Contratti pubblici. L'esclusione delle procedure di gara è illegittima ogni qual volta bisogna attribuire un vantaggio economico al privato, come nel caso di specie lo sfruttamento pubblicitario;

ART. 18

La richiesta non viene accolta in quanto la collocazione di complementi e complementi di arredo urbano può essere utile a fornire servizi ai cittadini. La tutela di particolari zone della città è assicurata dall'approvazione di specifici progetti. A tal fine esiste specifico emendamento al Regolamento di Pubblicità;

ART. 19

La richiesta non viene accolta in quanto la previsione dell'inserimento della pubblicità temporanea all'interno dei piani di localizzazione rischia di cristallizzare ubicazioni che poi si possono rivelare non idonee a soddisfare le esigenze di comunicazione relative a questo tipo di pubblicità che, pertanto, richiede una più opportuna valutazione caso per caso. Per quanto riguarda il messaggio variabile questo costituisce solo una modalità tecnica della forma di pubblicità senza avere alcun rilievo sulla ubicazione dell'impianto;

ART. 20 – Non suscettibile di valutazione mancando una espressa proposta di modifica;

ART. 31 –

La richiesta non viene accolta in quanto illegittima perché in contrasto con il principio di unità del bilancio previsto dal Testo Unico degli Enti Locali;

ART. 32 – la richiesta non viene accolta per gli stessi motivi di cui all'art. 31;

ART. 34 – la richiesta viene accolta;

Municipio VII: la richiesta viene accolta;

Municipio XII:

ART. 4 – la richiesta viene accolta;

ART. 8

La richiesta non viene accolta in quanto si ritiene che l'impianto dell'attuale Regolamento della Pubblicità prevede la competenza municipale solo per la pubblicità di carattere temporaneo mentre quella a carattere permanente è gestita a livello centrale allo scopo di assicurarne l'uniformità sul territorio;

Municipio XIII:

ART. 12

la richiesta non viene accolta in quanto la competenza spetta al Garante della Pubblicità;

Municipio XIV:

ART. 4, comma 2, lett. h)

La richiesta non viene accolta in quanto ultronea perché se l'esposizione pubblicitaria fosse in contrasto con il Codice della Strada ovviamente non sarebbe autorizzabile;

Municipio XV:

ART. 4, comma 1, lettera 1 bis – la richiesta viene accolta;

ART. 5 BIS – la richiesta viene accolta;

ART. 7

Le richieste non vengono accolte in quanto la gara pubblica in lotti è prescrizione già prevista nel Regolamento di Pubblicità. Per quanto riguarda la durata degli impianti già installati sul territorio è previsto specifico emendamento. Per quanto riguarda la quantità di impianti da installare a cura del vincitore della gara è ovviamente compreso nel limite massimo del Piano di Localizzazione. La durata degli impianti dell'aggiudicatario è prevista espressamente dal Regolamento di Pubblicità. Analoghe considerazioni valgono per gli impianti SPQR. Il contenuto delle prescrizioni da imporre all'aggiudicatario sono materia del bando di gara. La partecipazione in raggruppamento d'impresе è specificatamente disciplinata dal Codice dei Contratti pubblici. L'esclusione delle procedure di gara è illegittima ogni qual volta bisogna attribuire un vantaggio economico al privato, come nel caso di specie lo sfruttamento pubblicitario;

ART. 19

La richiesta non viene accolta in quanto la previsione dell'inserimento della pubblicità temporanea all'interno dei Piani di Localizzazione rischia di cristallizzare ubicazioni che poi si possono rivelare non idonee a soddisfare le esigenze di comunicazione relative a questo tipo di pubblicità che, pertanto, richiede una più opportuna valutazione caso per caso.

Per quanto riguarda il messaggio variabile questo costituisce solo una modalità tecnica della forma di pubblicità senza avere alcun rilievo sulla ubicazione dell'impianto. La richiesta viene accolta;

ART. 31

La richiesta non viene accolta in quanto illegittima perché in contrasto con il principio di unità del bilancio previsto dal Testo Unico degli Enti Locali;

ART. 32

La richiesta non viene accolta per gli stessi motivi di cui all'art. 31;

ART. 34 - la richiesta viene accolta;

Atteso che le Commissioni I e IX, nella seduta congiunta del 1° luglio 2014, hanno espresso parere favorevole all'ulteriore iter della proposta;

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

L'ASSEMBLEA CAPITOLINA

per i motivi espressi in narrativa, delibera di approvare modifiche ed integrazioni alla deliberazione consiliare n. 37 del 30 marzo 2009, come di seguito riportate:

Art. 4, comma 1, dopo la lettera s) inserire la nuova lettera: t) pellicolazione su suolo pubblico.

Art. 4 alla fine del comma 1 aggiungere la seguente frase: “la parete cieca di cui alla lettera q) può presentare luci o vedute indirette”.

Art. 4, comma 2, dopo la lettera g) inserire la nuova lettera: h) la pubblicità esposta su carrelli, cicli, motocicli e simili.

Art. 4 aggiungere il comma 2 bis: “Le esposizioni pubblicitarie non espressamente ricomprese tra quelle di cui al comma 1 si intendono vietate”.

Art. 6, comma 1 sostituire le parole “contenitori dei rifiuti solidi urbani” con le parole “contenitori della raccolta differenziata” e sostituire le parole “cabine di trasformazione elettrica” con le parole “cabine e armadi per servizi di pubblica utilità”.

Art. 6, comma 1 bis dopo le parole “di cui al presente articolo”, aggiungere le parole: “nonché alle zonizzazioni dei piani di cui ai successivi artt. 19 e 20” e dopo le parole “pianificazione del territorio”, aggiungere le parole “anche distanti non oltre 100 mt. dalla postazione di noleggio bici”.

Art. 6 aggiungere il comma 1 ter “Le esposizioni pubblicitarie in deroga ai limiti di cui al presente articolo, nonché alle zonizzazioni dei piani di cui ai successivi artt. 19 e 20 sono determinate mediante l’approvazione di progetti specifici da parte della Giunta Capitolina”.

Art. 6 comma 2 dopo le parole “previa apposita” eliminare le parole “di cui ai successivi artt. 19 e 20 sono determinate mediante l’approvazione di progetti specifici da parte della”.

Art. 7 alla fine del comma 1 aggiungere la seguente frase: “L’autorizzazione all’installazione dei mezzi pubblicitari su suolo pubblico avviene mediante concessione che è disciplinata dalle medesime regole previste per l’autorizzazione dal presente Regolamento. Al concessionario l’Amministrazione può assegnare, nell’ambito delle procedure di gara, poteri e compiti specifici”.

Art. 7, comma 1 bis sostituire le parole “quattro lotti territoriali” con le parole “massimo 10 lotti”.

Art. 7, comma 2 sostituire le parole “quattro lotti territoriali” con le parole “lotti”.

Art. 7 aggiungere il comma 2 bis “Non si procede al rilascio dell’autorizzazione nel caso in cui il richiedente risulti debitore nei confronti dell’Amministrazione per gli importi dovuti ai sensi del presente regolamento e nel caso in cui abbia installato impianti pubblicitari non autorizzati nell’ultimo quinquennio”.

Art. 10 eliminare le parole “pari a cinque anni rinnovabili per una sola volta per altri cinque anni; in ogni caso, non vi è obbligo, da parte del Comune, di disdetta o altra formalità alla scadenza del secondo quinquennio e dopo la parola “durata” aggiungere la parola “decennale”.

Art. 12 inserire il comma 2 bis con la seguente dicitura “Il soggetto autorizzato ha altresì l’obbligo di procedere alla rimozione degli impianti pubblicitari abusivi secondo le prescrizioni fissate dalla Giunta Capitolina o dal bando di gara”.

Dopo l'articolo 12 inserire l'articolo 12 bis con la seguente rubrica "Contenuto del messaggio pubblicitario" e il comma "è vietata l'esposizione pubblicitaria il cui contenuto presenti stereotipi di genere o che inciti al sessismo e alla violenza".

Art. 18 comma 1 lettera c) dopo le parole "parchi pubblici e ville storiche nonché le vie che delimitano il perimetro di queste" aggiungere le parole ", per tutta la sede stradale".

Art. 19 comma 3 eliminare la parola "Regolatori" e dopo la parola "specifici" aggiungere le parole "da approvare con deliberazione di Giunta Capitolina"; dopo la parola "specifici" eliminare le parole "anche in deroga alle norme del presente Regolamento".

Art. 20 comma 1:

- lett. e) punto 2) sostituire le parole "contenitori di rifiuti solidi urbani" con le parole "contenitori della raccolta differenziata";
- lett. e) punto 4 lett. b) sostituire le parole "1.00 x 1.40" con le parole "1.00 x 0.70"; eliminare interamente le lett. c), e);
- lett. f) punto 1 eliminare le lettere b), d), g);
- lett. f) punto 2 eliminare la lettera a);
- lett. f) sostituire le parole "Nel caso di istanze relative a pubblicità su ponteggi installati all'interno di piazze di particolare pregio, può essere autorizzata l'esposizione pubblicitaria contemporanea di n. 2 impianti a condizione che almeno uno degli immobili interessati dall'esposizione stessa sia proprietà della Pubblica Amministrazione" con le parole "Non è ammessa l'esposizione pubblicitaria contemporanea di n. 2 impianti su ponteggi, installati all'interno di vie o piazze di particolare pregio, reciprocamente visibile".

Art. 20 comma 1 lett. f) inserire il punto 5) con la seguente dicitura: "Impianti speciali: nei casi di progetti speciali approvati dalla Giunta Capitolina funzionali alla promozione o allo sviluppo di finalità istituzionali, l'Amministrazione può ammettere formati diversi da quelli di cui al n. 1), purché entro i medesimi limiti massimi di ingombro ed entro il limite temporale del relativo progetto e per massimo un anno".

Art. 22 sostituire il comma 2 come segue: "2. Nel caso di installazione di mezzi pubblicitari o di effettuazione di pubblicità abusiva, ai sensi dell'art. 1 comma 2, è tenuto al pagamento del canone oltre alle sanzioni previste dalle vigenti normative, il proprietario del mezzo pubblicitario o colui che dispone a qualsiasi titolo del mezzo attraverso il quale il messaggio pubblicitario viene diffuso. E' solidalmente obbligato al pagamento del canone il soggetto richiedente la pubblicità e il soggetto che produce o vende la merce o fornisce i servizi oggetto della pubblicità."

Art. 30 sostituire i commi 4, 5 e 6 come segue: "4. L'omesso pagamento totale o parziale del canone alle scadenze prescritte, comporta l'applicazione di una sanzione amministrativa pari al 30 per cento del canone non versato, oltre agli interessi nella misura fissata dal Regolamento generale delle entrate, fatta salva la risarcibilità dell'eventuale danno ulteriore. L'Ufficio competente notifica al soggetto passivo un avviso di accertamento in rettifica o d'ufficio del canone, maggiorato degli interessi e della sanzione pari al 30 per cento. In caso di definizione dell'avviso di accertamento entro 60 giorni dalla notificazione, la misura della sanzione è ridotta ad un terzo. Per tutto quanto non previsto dal presente Regolamento, si applicano le disposizioni di cui all'articolo 1, commi da 161 a 170, della legge 27 dicembre 2006, n. 296.

Per i pagamenti effettuati con un ritardo non superiore a quindici giorni, la sanzione è ridotta ad un importo pari a un quindicesimo per ciascun giorno di ritardo. Si applica

l'istituto del ravvedimento operoso di cui alla deliberazione dell'Assemblea Capitolina n. 43 del 4 luglio 2011.

5. Le somme accertate a titolo di canone, sanzioni e interessi, se non versate entro il termine di sessanta giorni dalla notificazione dell'avviso di accertamento d'ufficio o in rettifica, sono riscosse coattivamente, salvo che sia stato emesso provvedimento di sospensione; il relativo titolo esecutivo deve essere notificato al contribuente, a pena di decadenza, entro il 31 dicembre del terzo anno successivo a quello in cui l'accertamento è divenuto definitivo.

6. Il contribuente può richiedere il rimborso delle somme versate e non dovute, entro il termine di cinque anni dal giorno in cui è stato eseguito il pagamento ovvero da quello in cui è stato definitivamente accertato il diritto al rimborso. Le somme da rimborsare sono maggiorate degli interessi nella misura prevista dal Regolamento generale delle entrate”.

Art. 31 sostituire il comma 1 come segue: “1. Nei casi di installazione di mezzi non autorizzati, ai sensi dell'articolo 62, comma 2, lett. e), del Decreto Legislativo n. 446 del 1997, si applica la sanzione amministrativa pecuniaria di importo pari al doppio del canone dovuto.”.

Art. 31 comma 17, sostituire le parole “trascorso il termine di centoottanta giorni dalla rimozione” con le parole “trascorso il termine di sessanta giorni dalla rimozione”.

Art. 33 bis: eliminare tutto il comma 3.

Art. 34 comma 1: abrogare comma 1, 1bis 4, 5 e 5bis.

Art. 34 aggiungere il comma 1ter come segue: “A decorrere dal 1° gennaio 2015 i formati di dimensioni uguali o superiori a quelli di cui all'art. 4 comma 2 lettera b) sono convertiti in formati non superiori a quelli di cui all'art. 20 lett. e) punto 1)”.

Art. 34 comma 7, sostituire l'intero comma come segue “In fase di prima applicazione del presente regolamento i Piani di Localizzazione di cui all'art. 19 comma 2 sono deliberati successivamente all'approvazione del Piano Regolatore di cui al comma 1”.

sostituire il comma 9 con le seguenti parole “Gli impianti riconducibili alla procedura di riordino, già riconosciuti come validi nella Nuova Banca Dati, permangono sul territorio, nel rispetto del presente regolamento fino al 31 dicembre 2014, senza possibilità di rinnovo o rilascio di nuove autorizzazioni, e comunque non oltre l'esito delle procedure di gara conseguenti alla redazione dei piani di localizzazione”.

Art. 34 alla fine del comma 9 aggiungere la seguente frase: “Non si procede al rilascio dei singoli atti autorizzatori relativamente agli impianti predetti.”.

Art. 34: eliminare il comma 10.

Art. 34 inserire alla fine il seguente comma: “L'inserimento nella Nuova Banca Dati degli impianti di tipo “SPQR”, “R”; “ES”; “E” nonché di quelli di cui all'articolo 33 bis del Regolamento di Pubblicità e di quelli di tipo “CONV”, di cui all'art. 34, comma 4 bis del Regolamento, ha determinato la chiusura del procedimento di riordino ad essi relativo, condizionatamente al rispetto delle prescrizioni del Codice della Strada, come derogato dalla deliberazione del Commissario Straordinario n. 45/2008, nonché delle vigenti disposizioni regolamentari, ivi compresa la relativa posizione contabile a partire dal titolo sottostante”.

Aggiungere l'articolo 37 rubricato "Disposizioni di coordinamento"

"In caso di contrasto fra le disposizioni del presente Regolamento e quelle dei Piani di cui all'art. 19 prevalgono le disposizioni del Regolamento."

ALLEGATO**Regolamento comunale in materia di esposizione della pubblicità e di pubbliche affissioni****CAPO 1****Disposizioni generali****ART. 1****Oggetto**

1. Il presente regolamento disciplina le iniziative pubblicitarie svolte con qualunque mezzo nel territorio del Comune di Roma.
2. In considerazione dell'incidenza di tali iniziative sull'arredo e tessuto urbano e sull'ambiente, esse sono sottoposte ad autorizzazione e assoggettate al pagamento di un canone a tariffa, a norma dell'art. 62 del Decreto Legislativo 15 dicembre 1997 n. 446. Le iniziative pubblicitarie svolte con qualunque mezzo nel territorio del Comune di Roma in difetto o in violazione della prescritta autorizzazione, ovvero comunque non contemplate nel presente Regolamento, o non autorizzate da altri Enti ai sensi dell'art. 23 comma 4 del Codice della strada, sono da considerarsi abusive a tutti gli effetti.
3. Il presente regolamento disciplina altresì il servizio delle pubbliche affissioni, a norma del Decreto Legislativo 15 novembre 1993 n. 507.

ART. 2**Definizioni**

1. Per mezzo pubblicitario si intende ogni impianto, manufatto o altro supporto anche non stabilmente e convenzionalmente a ciò destinato, utilizzato per la diffusione di un messaggio pubblicitario.
2. Per messaggio pubblicitario si intende qualsiasi figura, fregio, guarnizione, logo, cifra, rappresentazione visiva o grafica, anche se privi di scritta, che abbiano lo scopo di promuovere l'acquisto di un bene o di un servizio ovvero promuovere o migliorare l'immagine, nonché i segni distintivi ed il marchio del soggetto pubblicizzato.

ART. 3**Ambito di applicazione**

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

CAPO II**Norme per il rilascio delle autorizzazioni all'esposizione pubblicitaria****ART. 4****Mezzi pubblicitari ammessi e vietati – Norme tecniche per l'installazione**

1. E' ammesso, alle condizioni, caratteristiche e modalità stabilite dal presente regolamento e dalle norme da esso non abrogate, l'uso dei seguenti impianti, che costituiscono mezzi pubblicitari:

- a) impianti per affissioni di manifesti o pittorici su suolo o pareti;
 - b) impianti luminosi o illuminati;
 - c) plance luminose;
 - d) paline luminose e non luminose;
 - e) insegne, targhe, tende e simili;
 - f) scritte su vetrine;
 - g) palloni frenati;
 - h) mezzi collocati su e all'interno di veicoli, tranne quanto disposto dal successivo comma 2, lett. a) ed e), o i veicoli stessi anche attraverso verniciatura o l'uso di pellicole;
 - i) mezzi collocati su ponteggi e recinzioni di cantiere;
 - l) componenti e complementi di arredo urbano;
- l bis)* Impianti di pubblica utilità intesi anche come elementi di arredo urbano di pubblica utilità contenenti, in via accessoria, superficie pubblicitaria oppure come impianti pubblicitari collegati e finalizzati al finanziamento di progetti di servizi di pubblica utilità e/o di mobilità alternativa;
- m) mezzi elettronici e meccanici a messaggio variabile;
 - n) locandine, manifestini e simili;
 - o) proiezioni su pareti e pannelli;
 - p) cartelli o altri mezzi recati da persone;
 - q) impianti su terrazzi e pareti cieche ove consentite;
 - r) impianti digitali di tipologia lcd, plasma, led o organic led ed impianti a proiezione;
 - s) le insegne di esercizi che riportino espressioni in lingua straniera, non di uso corrente, con traduzione;
 - t) pellicolazione su suolo pubblico;

Sono considerati mezzi pubblicitari anche le combinazioni e i mezzi pubblicitari di cui alle precedenti lettere.

La parete cieca di cui alla lettera q) può presentare luci o vedute indirette.

L'uso della pellicolazione su suolo pubblico di cui alla lettera t) non può essere effettuata nelle aree verdi, nei parchi gioco per bambini, nelle aree in prossimità di scuole, limitrofe a ville storiche, parchi, manufatti di interesse storico-archeologico nonché zone, strade e piazze con valore artistico e paesaggistico-ambientale.

Per l'installazione di tali impianti è necessario acquisire in via preventiva il parere della Polizia di Roma Capitale relativamente al rispetto del Codice della Strada.

2. Sono vietati:

a) i mezzi pubblicitari il cui divieto sia disposto dal Decreto Legislativo 30 aprile 1992 n. 285, d'ora in avanti indicato come "codice della strada", o da altre norme di legge;

b) gli impianti e i mezzi la cui superficie espositiva facciale superi i 12 metri quadrati, salvo quanto disposto dall'art. 20, comma 1, lett. f) in materia di impianti non soggetti ai limiti di formato;

c) la pubblicità eseguita con aeromobili;

d) la pubblicità eseguita mediante il lancio di qualsivoglia oggetto ovvero mediante l'uso di apparecchi amplificatori installati su veicoli;

e) la pubblicità esposta su appositi impianti mobili o su autoveicoli a tale scopo appositamente destinati, attrezzati o comunque modificati, anche se in possesso di omologazione, anche se privi di sporgenze, nell'ambito dell'area all'interno delle mura aureliane. Tramite tali mezzi è comunque vietata l'esposizione pubblicitaria durante le soste e le fermate non obbligatorie. All'infuori dell'area all'interno delle mura aureliane, la circolazione dei predetti mezzi è consentita nel limite numerico di cui all'art. 34 c. 6 e purché adeguati al più recente standard europeo;

f) i segnali di indicazione della localizzazione di imprese, ivi compresi gli esercizi commerciali, ove non rispondenti ad accertate esigenze di ausilio alla segnaletica stradale;

g) impianti e installazioni pubblicitarie che possono danneggiare o deturpare il patrimonio ambientale delle coste del litorale romano;

h) la pubblicità esposta su carrelli, cicli, motocicli e simili;

i) l'esposizione di locandine, cartelli e di mezzi pubblicitari, apposti sulle facciate, comprese le porte e finestre, all'esterno degli esercizi commerciali o artigianali per la pubblicità di prodotti, dei prezzi o dell'attività svolta dalle stesse;

2 bis. Le esposizioni pubblicitarie non espressamente ricomprese tra quelle di cui al comma 1 si intendono vietate.

3. Le norme tecniche per l'installazione degli impianti e la collocazione dei mezzi sono stabilite dalla deliberazione della Giunta Comunale di cui all'art. 19, comma 2.

Qualora l'autorizzazione all'installazione degli impianti o alla collocazione dei mezzi sia vigente alla data di entrata in vigore dei Piani di cui all'art. 19, comma 1, l'adeguamento alle norme tecniche deve essere eseguito entro e non oltre 120 giorni dall'entrata in vigore del Piano o delle sue eventuali modifiche

successive. Fino all'entrata in vigore del Piano continuano ad applicarsi le norme tecniche vigenti alla data di entrata in vigore del presente regolamento;

4. Fermi restando i divieti stabiliti dall'art. 51, comma 3, del Decreto del Presidente della Repubblica 16 dicembre 1992 n. 495, recante il Regolamento di esecuzione e attuazione del codice della strada, così come modificato dal Decreto del Presidente della Repubblica 16 settembre 1996 n. 610, e da altre norme di legge o regolamentari, si dispone, ai sensi dell'art. 51, comma 4, del citato Regolamento, di avvalersi, in deroga a quanto previsto dal richiamato art. 51, comma 3, lett. a), della facoltà di autorizzare gli impianti pubblicitari sulle pertinenze di esercizio con larghezze superiori a metri 4, comprese fra carreggiate contigue. In tali situazioni, gli impianti andranno collocati in posizione parallela all'asse stradale con distanza dal limite della carreggiata non inferiore a metri 1,80. Nel caso in cui le dimensioni dello spartitraffico lo consentano, l'impianto potrà essere collocato anche perpendicolarmente all'asse stradale, nel rispetto comunque della distanza sopra indicata dal limite della carreggiata.

5. A norma dell'art. 23, comma 6, del Decreto Legislativo 30 aprile 1992 n. 285, si dispone che le distanze minime per il posizionamento dei cartelli e degli altri mezzi pubblicitari, entro il centro abitato, limitatamente alle strade di tipo E), strade urbane di quartiere, ed F), strade locali, per i cartelli di dimensione non superiore a metri 1,20x1,80 sono così derogate:

- distanza minima dai segnali di pericolo, prescrizione ed indicazione, dagli impianti semaforici e dalle intersezioni:

strade urbane di quartiere: metri 25 prima dei segnali stradali, degli impianti semaforici e delle intersezioni, e metri 15 dopo i segnali stradali, gli impianti semaforici e le intersezioni; strade locali: metri 15 prima dei segnali stradali, degli impianti semaforici e delle

intersezioni, e metri 10 dopo i segnali stradali, gli impianti semaforici e le intersezioni;

- distanza minima dagli attraversamenti pedonali: strade urbane di quartiere: metri 15; strade locali: metri 10;

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

6. L'applicazione delle distanze sopra indicate è subordinata alla circostanza che non sia ostacolata la visibilità dei segnali stradali entro lo spazio di avvistamento.

7. Ai sensi dell'art. 51, comma 6 del Regolamento di attuazione del codice della strada, le distanze ivi indicate, ad eccezione di quelle relative alle intersezioni, non sono rispettate per i cartelli e gli altri mezzi pubblicitari collocati in posizione parallela all'asse stradale e posti in aderenza per tutta la loro superficie ai fabbricati.

8. Le suddette distanze non si applicano agli impianti ed ai mezzi di cui al comma 1 lett. i) e q) del presente articolo.

ART. 5**Norme particolari in materia di pubblicità tramite manifestini e simili**

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

ART. 5 bis**Norme particolari in materia di pubblicità a messaggio variabile**

1. In riferimento alla lettera m) del comma 1 del precedente art. 4 si definisce impianto a messaggio variabile qualunque manufatto finalizzato alla pubblicità e/o alla propaganda sia di prodotti che di attività, caratterizzato dalla variabilità del messaggio e/o dalle immagini trasmesse, con caratteristiche diverse e di dimensioni variabili. Può essere luminoso per luce diretta o per luce indiretta nel rispetto dei formati di cui al Piano Regolatore degli Impianti Pubblicitari.
2. Fuori dai centri abitati è vietata la collocazione di cartelli ed altri mezzi pubblicitari a messaggio variabile, aventi un periodo di variabilità inferiore a cinque minuti, in posizione trasversale al senso di marcia dei veicoli.
3. Entro i centri abitati gli impianti pubblicitari aventi messaggio variabile dovranno avere una variabilità non inferiore a 10 secondi.

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

1. La superficie espositiva complessiva massima dei mezzi pubblicitari, ad eccezione dei mezzi di cui alle lettere e), f), g), h), i), l), limitatamente alle paline e pensiline del servizio di trasporto pubblico locale urbano ed extraurbano, n), e p) dell'art. 4, comma 1, nonché sulle cabine e armadi per pubblica utilità, è determinata dall'applicazione dei criteri stabiliti dall'art. 20 per la redazione del Piano Regolatore degli impianti e dei mezzi pubblicitari.

1bis. Nei casi di manifestazioni ed eventi organizzati dall'Amministrazione Comunale o da Società, Aziende, Istituzioni e Fondazioni cui il Comune partecipi, è autorizzata l'installazione temporanea di manufatti pubblicitari, limitatamente alla durata dell'iniziativa, ferma restando la necessità dell'apposito parere previsto dal successivo art. 20 comma 1 lett. C) n. 1. Il pagamento del canone dovrà essere compreso nel budget dell'iniziativa.

1ter. Le esposizioni pubblicitarie in deroga ai limiti di cui al presente articolo nonché alle zonizzazioni dei piani di cui ai successivi artt. 19 e 20 sono determinate mediante l'approvazione di progetti specifici da parte della Giunta Capitolina.

1quater. I progetti di impianti relativi a sistemi di comunicazione ed informazione turistico-culturale per la migliore fruizione e valorizzazione del patrimonio culturale di Roma Capitale, recanti uno spazio riservato alle imprese per l'indicazione della sponsorizzazione a titolo di partecipazione alla valorizzazione del patrimonio culturale, ovvero i progetti di impiantistica pubblicitaria connotati da caratteristiche innovative, in grado di produrre benefici sia per il territorio che per la collettività, potranno derogare ai limiti di cui al presente articolo e alle zonizzazioni dei piani di cui ai successivi artt. 19 e 20. Tali progetti dovranno essere sottoposti all'approvazione della Giunta Capitolina sentito il parere della Commissione Capitolina competente.

2. La superficie espositiva dei mezzi pubblicitari che siano visibili da vie o piazze o altri luoghi pubblici ed insistano su beni di proprietà privata o di proprietà pubblica non comunale, sulle edicole delle rivendite di giornali e sui banchi fissi di commercio è determinata in una misura pari al 20 per cento della superficie di cui al precedente comma 1; del suddetto 20 per cento, la metà è riservata alle edicole e ai chioschi all'interno dei mercati rionali ed agli impianti che siano collocati all'interno ovvero sul perimetro anche esterno dei mercati rionali, previa apposita convenzione con il Comune, che ne determina i casi e le modalità tecniche. E' altresì determinata da apposita convenzione con il Comune, che ne determina le quantità e le modalità tecniche, l'esposizione pubblicitaria sulle paline e pensiline del servizio di trasporto pubblico locale urbano ed extraurbano, sui contenitori dei rifiuti solidi urbani, sulle cabine di trasformazione elettrica, e all'interno delle stazioni della metropolitana.

3. L'80 per cento della superficie, di cui al precedente comma 1, è così ripartita:

- a) 78 per cento da attribuire a privati, compresa la quota esposta su impianti di proprietà comunale;
- b) 16 per cento da destinare alle pubbliche affissioni;
- c) 6 per cento da riservare al Comune per la pubblicità sia istituzionale che commerciale su impianti di pubblica utilità;

4. La superficie espositiva complessiva degli impianti pubblicitari visibili dall'esterno, collocati all'interno delle aree destinate a stazioni di servizio per rifornimento di carburante e a parcheggi non ricavati nella sede stradale, non può superare il 5 per cento della percentuale di cui al precedente comma 2, con esclusione dei messaggi attinenti ai servizi prestati. I criteri per la progettazione e le caratteristiche tipologiche di detti impianti sono indicati nel Piano Regolatore degli impianti e dei mezzi pubblicitari, di cui all'art. 19, comma 1.

5. In deroga ai limiti di cui al presente articolo, è consentita l'installazione di impianti pubblicitari, su area pubblica o privata, funzionali a progetti di Sicurezza Urbana o di monitoraggio della viabilità, specificatamente approvati della Giunta Capitolina sentito il parere della Commissione Capitolina competente. E' consentita, ai medesimi fini, anche la trasformazione di impianti già esistenti.

ART. 7

Procedure per il rilascio delle autorizzazioni per l'esposizione pubblicitaria e per la locazione degli impianti comunali - Cause di decadenza

1. Le iniziative pubblicitarie sono soggette ad autorizzazione comunale, fermo restando quanto previsto dall'art. 23, comma 4, del codice della strada.

L'autorizzazione all'installazione dei mezzi pubblicitari su suolo pubblico avviene mediante concessione che è disciplinata dalle medesime regole previste per l'autorizzazione dal presente Regolamento. Al concessionario l'Amministrazione può assegnare, nell'ambito delle procedure di gara, poteri e compiti specifici.

1bis. Il territorio capitolino viene suddiviso in massimo in dieci lotti che ricomprendono impianti ricadenti proporzionalmente in tutti i municipi, a garanzia di un'omogeneità economica complessiva.

2. Salvo quanto previsto dall'art. 8, il Comune procede al rilascio delle autorizzazioni previa gara pubblica per ognuno dei lotti.

2bis. Non si procede al rilascio dell'autorizzazione nel caso in cui il richiedente risulti debitore nei confronti dell'amministrazione per gli importi dovuti ai sensi del presente regolamento e nel caso in cui abbia installato impianti pubblicitari non autorizzati nell'ultimo quinquennio.

3. Costituiscono causa di decadenza di diritto dall'autorizzazione: l'accertamento delle violazioni degli obblighi stabiliti nell'autorizzazione; la cessione non autorizzata del contratto d'azienda a norma dell'art. 11; la perdita dei requisiti previsti per la partecipazione alle procedure con gara pubblica, ovvero l'accertamento del loro mancato possesso ai fini del rilascio dell'autorizzazione; la mancata costituzione o reintegrazione della cauzione, a norma dell'art. 12 comma 1: il mancato pagamento del canone per un importo pari a due rate, anche non consecutive e non riferite alla stessa annualità; l'accertata difformità dell'impianto o del mezzo dalle norme tecniche ovvero dalle specifiche di cui agli artt. 4, comma 3, e 12, comma 3; la mancata installazione del mezzo pubblicitario entro 60 giorni dalla comunicazione dell'avvenuto rilascio del titolo, salvo giustificato motivo, la morte o sopravvenuta incapacità della persona fisica oppure l'estinzione della persona giuridica e la sentenza dichiarativa di fallimento e la liquidazione coatta amministrativa salvo i casi previsti dall'art. 1; la mancata esibizione di un titolo comprovante il legittimo possesso dell'area; il possesso non lecito accertato con sentenza esecutiva. In caso di possesso non lecito accertato con sentenza esecutiva, l'autorizzazione decade di diritto, senza possibilità alcuna di trasformazione o spostamento.

3bis. Sono causa di decadenza dell'autorizzazione dell'insegna di esercizio:

a) il mancato pagamento del canone dovuto;

b) il mancato rispetto delle prescrizioni contenute nell'atto autorizzativo come accertata difformità dell'impianto;

c) la mancata installazione del mezzo senza giustificato motivo entro 60 gg. dalla comunicazione dell'avvenuto rilascio del titolo.

4. In caso di decadenza a norma del precedente comma 3, ad eccezione di quella dichiarata per la perdita dei requisiti, il soggetto nei cui confronti viene dichiarata non è ammesso a partecipare per i cinque anni successivi a gara pubblica per esposizione pubblicitaria.

5. In caso di sopravvenute ragioni di pubblico interesse ed in qualsiasi momento, l'autorizzazione può essere modificata o sospesa, ovvero revocata con provvedimento motivato, nel rispetto delle norme previste dalla L. n. 241/1990 e successive modifiche ed integrazioni.

5 bis. In sede di prima applicazione dei Piani di Localizzazione di cui all'art. 19, gli impianti pubblicitari di proprietà di Roma Capitale sono oggetto di concessione, nel rispetto dei principi di evidenza pubblica,

prioritariamente alle imprese che hanno partecipato alla procedura di cui alle deliberazioni di Consiglio Comunale n. 254/1994 e di Giunta Comunale n. 1689/1997 con i criteri che saranno successivamente definiti dalla Giunta Capitolina. A tali impianti, ove non diversamente previsto, si applica la medesima disciplina prevista per gli impianti di proprietà privata.

ART. 8

Procedure per l'autorizzazione all'esposizione pubblicitaria con mezzi e su beni

privati ovvero non di proprietà comunale

1. Al fine del rilascio delle autorizzazioni all'esposizione pubblicitaria con mezzi e su beni privati ovvero non di proprietà comunale, la domanda è presentata al competente Ufficio dell'Amministrazione Comunale centrale, previa pubblicazione di apposito avviso contenente le quantità delle superfici autorizzabili ed eventuali prescrizioni. Le domande sono esaminate nell'ordine cronologico di presentazione.

2. L'autorizzazione di cui al precedente comma 1 è negata o rilasciata entro e non oltre 90 giorni dalla ricezione della domanda. Non trova applicazione l'istituto del silenzio assenso.

3. Ai soggetti richiedenti le autorizzazioni di cui al precedente comma 1, l'Amministrazione, valutate le esigenze specifiche, prescrive gli interventi manutentivi degli impianti e mezzi autorizzati, nonché gli interventi di recupero e sostituzione.

4. L'autorizzazione è rilasciata solo ove la richiesta risulti inoltre conforme al Piano di localizzazione. Alla presente fattispecie non si applica l'istituto del silenzio assenso di cui all'art. 20 della L. n. 241/1990 e s.m.i..

5. La domanda è presentata nei modi e con contenuti seguenti:

A) è presentata al responsabile dell'Ufficio competente, direttamente o tramite raccomandata postale con avviso di ricevimento, oppure in altra forma ammessa dalle disposizioni comunali;

B) è redatta conformemente al modello predisposto d'ufficio e in regola con le norme sull'imposta di bollo; essa contiene, in particolare, i seguenti dati:

a) generalità complete, residenza, domicilio fiscale, codice fiscale e partita I.V.A. della persona fisica o del titolare dell'impresa individuale richiedente;

b) denominazione o ragione sociale, sede legale, codice fiscale e partita I.V.A. dell'ente o della società richiedente, numero e data di iscrizione alla C.C.I.A.A., nonché generalità complete e residenza del legale rappresentante che sottoscrive la domanda;

c) ubicazione e delimitazione della parte di suolo oggetto della richiesta di esposizione pubblicitaria;

d) superficie ed estensione lineare dell'impianto o mezzo;

e) descrizione delle opere e degli impianti o mezzi;

f) impegno ad osservare le norme legislative e regolamentari vigenti in materia e le prescrizioni specifiche contenute nell'atto di autorizzazione;

g) impegno a pagare il canone determinato nel provvedimento di autorizzazione, oltre agli eventuali oneri e spese procedurali e di sopralluogo, ove previste;

- h) dichiarazione di avere preso visione del presente regolamento, in ogni sua parte;
- i) ove il richiedente consenta, l'indicazione del recapito telefonico presso cui ricevere informazioni sullo stato del procedimento;
- l) è obbligatoria l'assicurazione di responsabilità civile verso terzi;
6. E' dichiarata non ricevibile la domanda priva degli elementi indispensabili per l'individuazione del soggetto richiedente, del luogo di installazione degli impianti o mezzi o della tipologia di installazione o collocazione che si intende realizzare.
7. In allegato alla domanda deve essere prodotta la seguente documentazione:
- a) consenso del proprietario del bene, con contestuale autorizzazione all'accesso agli organi e Uffici dell'Amministrazione per qualsiasi intervento di competenza;
- b) per gli impianti luminosi o illuminati, fotocopia del certificato C.C.I.A.A. dell'impresa costruttrice dell'impianto, con indicazione dell'abilitazione di cui all'art. 2 della legge 5 marzo 1990 n. 46. Tale attestazione è esibita successivamente all'esito favorevole dell'istruttoria tecnico-amministrativa e preventivamente alla formazione della determinazione dirigenziale di autorizzazione;
- c) quattro copie dei seguenti elaborati:
- 1) cartografia in scala 1:1.000 di insieme, che consenta la localizzazione dell'impianto o mezzo;
 - 2) planimetria in scala 1:500 o 1:200, estesa ad un ambito longitudinale pari a metri 50 a monte ed a valle, comprensiva dell'intera carreggiata stradale, con l'indicazione della larghezza del marciapiede e con l'individuazione del punto di installazione o collocazione del manufatto. Nel caso in cui il manufatto ricada su area privata, la planimetria dovrà essere corredata dell'indicazione della distanza intercorrente tra l'impianto o mezzo e le recinzioni contigue e/o angoli e/o incroci semaforici, nonché l'espressa indicazione dei metri quadrati dell'area privata scoperta;
 - 3) disegni in scala 1:50 o 1:20 illustranti l'impianto pubblicitario, e relative strutture di sostegno;
 - 4) dettagliata relazione da parte di tecnico abilitato sui lavori da eseguire, con la descrizione dei materiali posti in opera, dei colori, della quantità e dell'intensità delle luci e di ogni altro particolare che serva ad illustrare l'opera per la quale si richiede l'autorizzazione. Nella relazione dovrà essere attestata altresì la conformità della collocazione alle prescrizioni dei piani di cui all'art. 19 del presente regolamento. Dovrà inoltre essere dichiarato che l'impianto non insiste su aree o edifici soggetti ai vincoli stabiliti dal D.Lgs. n. 42/2004 e successive modificazioni ed integrazioni, ovvero dovranno essere allegati i nulla-osta delle autorità competenti, salvo quanto previsto per le insegne dall'art. 36. La relazione dovrà concludersi con la dichiarazione che le opere richieste saranno realizzate nel rispetto delle norme di sicurezza al riguardo vigenti;
 - 5) cinque fotografie a colori di formato centimetri 20x30, delle quali tre frontali e due panoramiche in posizione contrapposta rispetto all'ubicazione dell'impianto richiesto; tutte le fotografie devono contenere l'indicazione del punto di installazione del manufatto richiesto e sono sottoscritte da un tecnico abilitato;
 - 6) nel caso di richiesta per impianti su terrazzi o pareti cieche, la documentazione tecnica di cui ai punti precedenti è integrata da un disegno, in scala 1:200, del prospetto del fabbricato, con lo studio unitario

dell'impianto rapportato all'intera superficie sopra cui l'impianto medesimo sarà collocato, in modo da riprodurre la situazione strutturale esatta dell'esposizione pubblicitaria in relazione al fabbricato sottostante, corredata da deposito di denuncia al Genio Civile a norma degli artt. 65 e 93 del D.P.R. n. 380/2001 e ss.mm.ii..

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

ART. 9

Esenzioni dal regime autorizzativo

1. Non sono sottoposte alla preventiva autorizzazione comunale ma comunque soggette alle prescrizioni contenute nel presente regolamento: l'esposizione di pubblicità rivolta esclusivamente all'interno di luoghi aperti al pubblico, purché i mezzi non risultino visibili dall'esterno; la pubblicità eseguita con veicoli per uso privato; la pubblicità di giornali e periodici esposti sulle facciate esterne o vetrine o porte d'ingresso dei luoghi di vendita; la pubblicità comunque effettuata all'interno, sulle facciate esterne o sulle recinzioni dei locali di pubblico spettacolo e riferita alle rappresentazioni in programmazione; l'esposizione di locandine e di mezzi pubblicitari simili che avvenga all'interno degli esercizi commerciali o artigianali per la pubblicità temporanea di attività di terzi o proprie e non siano visibili dall'esterno; la pubblicità tramite manifestini e simili.

1bis. L'esenzione dall'autorizzazione non esime dal pagamento del canone salvo quanto previsto dall'art. 29.

2. Dell'esposizione pubblicitaria effettuata con veicoli per uso privato e tramite manifestini e simili è data preventiva comunicazione al Municipio in cui essa si svolge,

fatto salvo l'obbligo di pagamento del relativo canone.

ART. 10

Durata delle autorizzazioni e del rapporto di locazione

1. Salvo quanto previsto dall'art. 34 c. 9 e 10, le autorizzazioni all'esposizione di pubblicità con mezzi privati e le locazioni di impianti e altri beni comunali utilizzati per il medesimo fine hanno durata decennale.

ART. 11

Cessione d'azienda o ramo d'azienda

1. Alla cessione di azienda che eroga servizi di pubblicità, o di un ramo di essa, non consegue il trasferimento al cessionario delle relative autorizzazioni, né la successione nel rapporto di locazione di impianti di proprietà comunale. A tal fine il cessionario presenta apposita comunicazione di voltura, comprovando l'avvenuto trasferimento d'azienda, o di un ramo di essa, mediante copia conforme dei relativi contratti muniti degli estremi della registrazione o in caso di pubblicità conto proprio, dichiarazione di titolarità all'esercizio dell'attività.

2. Non ha titolo, in ogni caso, al rilascio del provvedimento di trasferimento il cessionario inadempiente nei confronti del Comune, nel pagamento dei canoni di pubblicità o dei corrispettivi dei rapporti di locazione di

impianti pubblicitari, come pure nel caso di morosità del cedente, a meno che tali situazioni debitorie non siano sanate entro 30 giorni dalla data di presentazione dell'istanza di trasferimento.

3. Il provvedimento di trasferimento è, altresì, negato qualora il cedente o il cessionario non siano in possesso dei requisiti di cui all'art. 7, comma 3, ovvero siano decaduti di diritto da precedente contratto o abbiano installato o collocato abusivamente nel territorio del Comune impianti o altri mezzi pubblicitari di qualunque tipo o formato.

ART. 12

Obblighi del soggetto autorizzato

1. Il soggetto autorizzato ha l'obbligo di pagare i canoni dovuti nelle misure e secondo le modalità e i termini di cui all'art. 21 e seguenti; a garanzia dell'esatto e puntuale adempimento dei propri obblighi, il soggetto costituisce, prima della sottoscrizione dell'atto d'obbligo, una cauzione pari ad una annualità del canone, con obbligo di reintegrazione della medesima entro e non oltre trenta giorni nel caso in cui essa sia in tutto o in parte utilizzata.

1bis. Il soggetto deve munire i propri impianti e mezzi autorizzati di elementi e dispositivi, anche elettronici e del tipo GPS, e altresì gli stessi impianti devono riportare un apposito elemento di identificazione contenente gli estremi del titolo autorizzativo o di un codice corrispondente dato dal Comune, il quale deve essere facilmente leggibile ed accessibile, fissato e mantenuto a cura e spese del titolare dell'autorizzazione.

2. Il soggetto autorizzato ha altresì l'obbligo di curare la tempestiva e perfetta manutenzione ordinaria e straordinaria dell'impianto o del mezzo pubblicitario, compresa quella che si renda necessaria per porzioni di edifici e di suolo direttamente o indirettamente danneggiati dall'esposizione autorizzata, nonché l'obbligo di ottemperare a quanto previsto dall'art. 7, comma 5, e eventualmente di conformarsi a quanto disposto a norma dell'art. 11. Sono a totale ed esclusivo carico del titolare della concessione o dell'autorizzazione la messa in opera – comprese le armature – la manutenzione ordinaria e straordinaria, il ripristino delle pareti e la loro tinteggiatura, gli spostamenti e le rimozioni, il risarcimento dei danni alle persone ed alle cose – direttamente o indirettamente provocati dai mezzi pubblicitari.

2bis. Il soggetto autorizzato ha altresì l'obbligo di procedere alla rimozione degli impianti pubblicitari abusivi secondo le prescrizioni fissate dalla Giunta Capitolina o dal bando di gara;

3. L'esposizione della pubblicità su impianti e mezzi privati deve essere altresì conforme alle caratteristiche estetiche e costruttive e ai materiali corrispondenti alle specifiche recate dalla deliberazione della Giunta Comunale di cui all'art. 19, comma 2. Ove l'autorizzazione sia vigente alla data di entrata in vigore del predetto Piano, il soggetto autorizzato ha 120 giorni di tempo dall'entrata in vigore del Piano suddetto o delle sue eventuali modifiche successive per eseguire l'adeguamento.

4. In deroga a quanto disposto dal precedente comma 3, le insegne installate prima dell'entrata in vigore della legge n. 1089/1939, tuttora esposte o comunque

ripristinabili sulla base di idonea ed esauriente documentazione di carattere storico, anche fotografico, possono essere mantenute in difformità alle predette caratteristiche.

5. La pubblicità esposta sul mezzo posto su ponteggi e recinzioni di cantiere deve prevedere, a cura e spese del soggetto autorizzato, l'indicazione della data di scadenza

del titolo eventualmente anche mediante contatore numerico, e il numero del provvedimento autorizzativo.

ART. 12 bis

Contenuto del messaggio pubblicitario

1. E' vietata l'esposizione pubblicitaria il cui contenuto contenga stereotipi e disparità di genere, veicoli messaggi sessisti, violenti o rappresenti la mercificazione del corpo femminile.
2. E' altresì vietata l'esposizione pubblicitaria il cui contenuto sia lesivo del rispetto delle libertà individuali, dei diritti civili e politici, del credo religioso, dell'appartenenza etnica, dell'orientamento sessuale e dell'identità di genere, delle abilità fisiche e psichiche.
3. E' altresì vietata l'esposizione pubblicitaria il cui contenuto promuova il gioco d'azzardo.

CAPO III

Pubbliche Affissioni

ART. 13

Finalità e titolarità del servizio delle pubbliche affissioni

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

ART. 14

Modalità per le pubbliche affissioni

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

dà corso all'affissione, a scelta del richiedente, con il differimento della data di inizio dell'affissione richiesta o in zona diversa e più estesa rispetto a quella inizialmente richiesta.

6. Nei casi di cui ai precedenti commi 3 e 4, il committente può recedere dalla commissione senza alcun onere a suo carico ed il Comune è tenuto al rimborso della somma versata entro 90 giorni.

7. Il committente ha facoltà di annullare la richiesta di affissione prima che venga eseguita, con diritto del Comune di ritenere in ogni caso la metà della somma versata.

8. Il Comune ha l'obbligo di sostituire gratuitamente i manifesti strappati o comunque deteriorati e, qualora non disponga di altri esemplari dei manifesti da sostituire, ne dà tempestiva comunicazione entro e non oltre 7 giorni al richiedente mantenendo nel frattempo a sua disposizione i relativi spazi.

9. Per le affissioni richieste per il medesimo giorno in cui è consegnato il materiale da affiggere, od entro i due giorni successivi se si tratti di manifesti di contenuto

commerciale, è dovuta la maggiorazione del 10 per cento del diritto, con un minimo di Euro 25,00 per ciascuna commissione.

10. Presso gli Uffici comunali competenti sono esposti, per la pubblica consultazione, le tariffe del servizio, l'elenco degli spazi destinati alle pubbliche affissioni, con l'indicazione delle categorie alle quali detti spazi appartengono, ed il registro cronologico delle commissioni.

ART. 15

Diritto sulle pubbliche affissioni – Maggiorazioni

1) Per l'esecuzione delle pubbliche affissioni è dovuto al Comune, in solido da chi richiede il servizio e dal soggetto nell'interesse del quale il servizio è richiesto, un diritto comprensivo di ogni altro onere riguardante la pubblicità.

2) La misura del diritto sulle pubbliche affissioni, per ciascun foglio di dimensioni fino a centimetri 70x100, è, per i primi 10 giorni, di Euro 1,74 e, per ogni periodo successivo di 5 giorni o frazione, con maggiorazione di Euro 0,52.

3) Per ogni commissione inferiore a 50 fogli, il diritto è maggiorato del 50 per cento.

4) Per i manifesti costituiti da 8 fino a 12 fogli, il diritto è maggiorato del 50 per cento; per quelli costituiti da più di 12 fogli, il diritto è maggiorato del 100 per cento.

5) Il committente, qualora richieda espressamente che l'affissione sia eseguita in determinati spazi da lui prescelti, è tenuto a corrispondere una maggiorazione del 100 per cento del diritto.

6) Il pagamento del diritto sulle pubbliche affissioni è eseguito contestualmente alla richiesta del servizio secondo le modalità di cui all'art. 14.

7) Il Comune definisce il periodo stagionale di cui all'art 3, comma 6, del Decreto Legislativo n. 507/1993 nel periodo decorrente dal 1° ottobre al 31 gennaio dell'anno

successivo. Per tale periodo è dovuta per la sola affissione a carattere commerciale una maggiorazione del 50 per cento del diritto.

ART. 16

Riduzione del diritto

1. Il diritto sulle pubbliche affissioni è ridotto alla metà:

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

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

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

ART. 17

Esenzioni dal diritto

1. Sono esenti dal diritto sulle pubbliche affissioni:

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

h) i manifesti riguardanti le attività istituzionali del Comune svolte anche attraverso società o enti a partecipazione pubblica.

CAPO IV

Norme per la collocazione degli impianti e dei mezzi pubblicitari

Strumenti di pianificazione

ART. 18

Divieti di collocazione dei mezzi pubblicitari

1. E' vietata la collocazione di impianti e mezzi pubblicitari nei seguenti siti:

a) muraglioni e rive del Tevere;

b) arenili, ad eccezione delle installazioni temporanee che non superino i 20 giorni e comunque di dimensione non superiore a metri quadri 12, subordinatamente all'acquisizione dei nulla osta da parte delle autorità competenti;

c) parchi pubblici e ville storiche nonché le vie che delimitano il perimetro di queste per tutta la sede stradale ad eccezione degli impianti e dei mezzi di informazione di proprietà del Comune di cui all'art. 20, comma 1, lett. E), punto 4), lettera f). In deroga alle disposizioni del presente Regolamento e previa adozione di uno specifico Piano Particolareggiato ovvero redazione di un progetto specifico, possono essere conclusi anche accordi su proposta di terzi, in Conferenza di Servizi con il Dipartimento X, per la sistemazione e la manutenzione gratuita di aree a verde pubblico, aventi come corrispettivo l'installazione di mezzi pubblicitari nell'area interessata limitrofa, con esclusione delle ville storiche e delle zone tutelate;

d) Lungotevere lato Tevere, ad eccezione degli impianti di proprietà comunale recanti comunicazione istituzionale;

e) a meno di cinquanta metri da ambedue i lati delle Mura Aureliane e dagli acquedotti storici;

f) a meno di cinquanta metri dalle mura cimiteriali;

g) sulle chiusure degli immobili e dei locali;

h) aree in consegna al Servizio Giardini già attrezzate a verde.

2. La collocazione di impianti e mezzi pubblicitari è anche vietata nella zona definita dal Piano generale del traffico urbano, di cui alla deliberazione del Consiglio Comunale n. 84 del 28 giugno 1999 e ss.mm.ii. (d'ora in avanti indicato coree PGU), come "zona a traffico limitato" (ZTL), ad eccezione di quelli di proprietà comunale per pubbliche affissioni recanti comunicazione istituzionale, dei componenti e complementi di arredo urbano di cui all'art. 20, comma 1, lett. E), e dei mezzi di cui all'art. 4, comma 1, lett. e), f), i) ed n).

ART. 19

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

1. Il Piano Regolatore degli impianti e dei mezzi i pubblicitari è redatto secondo i criteri di cui all'art. 20 ed è approvato dal Consiglio Comunale, previo parere dei Municipi.

Il Piano: applica i criteri di cui al successivo art. 20 per ciascuna area omogenea del territorio comunale, di cui al medesimo art. 20, comma 1, lett. A); suddivide, ai fini di cui all'art. 7, comma 2, il territorio comunale in circuiti tali da ricomprendere, per quanto tecnicamente possibile in modo equilibrato, le diverse "aree omogenee" e tipologie stradali di cui all'art. 20, comma 1, lett. A) e B). Il Piano può essere sottoposto all'approvazione del Consiglio Comunale anche per singole sottozone.

1 bis. I Piani di localizzazione vanno redatti applicando gli indici di affollamento di cui alla lettera A) del 1 comma del successivo art. 20, così come indicati dal Piano Regolatore degli Impianti Pubblicitari, al fine di individuare sul territorio il numero, la posizione esatta e le dimensioni di ogni impianto di proprietà da installare su suolo pubblico e da destinare anche alla pubblicità temporanea nel rispetto delle distanze minime prescritte dal D.Lgs. n.285/1992 e del D.P.R. n. 495/1992, nonché dei vincoli paesaggistici.

1 ter. Nella individuazione di cui al precedente comma sono compresi anche gli impianti pubblicitari a messaggio variabile che fuori dai centri abitati non possono avere una variabilità inferiore a cinque minuti, mentre dentro i centri abitati dovranno avere una variabilità non inferiore ai 10 secondi.

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

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

3. Gli impianti pubblicitari su area demaniale ferroviaria, visibili dalla pubblica via, dovranno essere conformi ai criteri del Piano Regolatore e dovranno essere determinati mediante appositi progetti da sottoporre all'approvazione della Giunta Capitolina sentita la Commissione Capitolina competente.

4. Fermo restando quanto previsto dai commi precedenti, il Piano di localizzazione per singole strade comunali correnti in territorio non urbanizzato, così come definito dall'art. 20 comma 2 lett. E), può essere presentato con intervento diretto da parte di privati.

ART. 20

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

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

A) CLASSIFICAZIONE DEL TERRITORIO

Il territorio comunale è classificato, in funzione delle esigenze di qualificazione e di tutela ambientale, nelle seguenti aree omogenee nel rispetto del nuovo Piano Regolatore generale vigente:

- la città storica;
- la città consolidata;

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

B) CLASSIFICAZIONE DELLA RETE STRADALE

La rete stradale è classificata secondo il PGTU: in mancanza di detta classificazione, si applicano, ai fini del Piano Regolatore degli impianti e dei mezzi pubblicitari, i criteri del PGTU comparati al sistema della viabilità definito dal nuovo Piano Regolatore generale, ad esclusione della rete autostradale.

C) MODALITA' DI PROGETTAZIONE DELL'ESPOSIZIONE PUBBLICITARIA

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

1) unitaria: volta a rendere compatibile l'esposizione pubblicitaria con le caratteristiche storiche, architettoniche e ambientali di particolari siti della Città. Essa è subordinata, ove previsto, al consenso delle Soprintendenze statali e degli altri enti tutori individuati dalle norme vigenti. I progetti sono redatti con specifica attenzione all'inserimento o interferenza della pubblicità sul singolo sito, nonché al coordinamento degli impianti e dei mezzi reciprocamente e con il contesto urbano.

L'indice massimo di affollamento di cui alla lettera D) non potrà, in tali casi, essere superiore al 50 per cento dell'indice massimo di affollamento prescritto per la progettazione regolamentata nella medesima area omogenea, ad eccezione della ZTL, nella quale il suddetto indice massimo è pari al 60 per cento;

2) regolamentata: volta, nei casi in cui non si ricorra a progettazione unitaria, ad attribuire quantità di superficie pubblicitaria predeterminata mediante l'applicazione degli indici di affollamento di cui alla lettera D).

D) INDICI DI AFFOLLAMENTO

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

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

E) USO DI COMPONENTI E COMPLEMENTI DI ARREDO URBANO

La pubblicità, fatta eccezione per il Municipio I e con valenza rispetto alle nuove autorizzazioni può essere esposta nei seguenti componenti e complementi di arredo urbano:

- 1) le pensiline e paline del servizio di trasporto pubblico urbano ed extraurbano;
- 2) i contenitori della raccolta differenziata, limitatamente ad un'unica esposizione pubblicitaria, per ciascuno, non superiore alla metà della superficie complessiva del contenitore, con esclusione di affissioni di manifesti e di applicazione di pannelli e simili;
- 3) le edicole delle rivendite di giornali e i banchi fissi per il commercio, che siano collocati nei mercati rionali, nonché i perimetri esterni dei mercati medesimi, secondo le modalità tecniche stabilite di concerto con le associazioni maggiormente rappresentative di categoria e, comunque, nei limiti massimi di superficie di cui alla lett. F);
- 4) nei seguenti impianti di pubblica utilità e di servizio pubblico conformemente alle prescrizioni di dettaglio fissate con provvedimento deliberativo della Giunta in pendenza di approvazione dei piani:
 - a) transenne parapetonali, anche in sequenza fra loro, ove non in contrasto con il codice della strada, a condizione che siano distanziate almeno di 1 metro l'una dall'altra e di formato non superiore a metri 1.00x0.70;
 - b) paline con orologio, purché il pannello informativo non superi la dimensione di metri 1.00 x 0,70;
 - c) paline con indicatori di farmacia, in numero non superiore a due per farmacia, con indicazione dell'esatta localizzazione della medesima e a non più di metri 100 dalla farmacia da essi localizzata;
 - d) impianti e altri mezzi di informazione turistica e di indicazione stradale di proprietà del Comune;
 - e) altri impianti di servizio di cui all'art. 47, comma 7, del Decreto del Presidente della Repubblica n. 495/1992;
 - f) servizi igienici pubblici.

F) TIPI E FORMATI AMMESSI

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

- 1) Formati pittorici, anche luminosi, e per affissione diretta e "SPQR":
 - a) metri 0.70 x 1.00 e 1.00 x 0.70;
 - b) metri 1.00 x 1.00;
 - c) metri 1.20 x 1.80;
 - d) metri 1.40 x 2.00;
 - e) metri 3.00 x 2.00;
- 2) Formati consentiti soltanto per impianti "SPQR":
 - a) metri 3.00x 1.40;
 - b)metri 2.00 x 2.00;

3) Formati consentiti esclusivamente per impianti e servizi di pubblica utilità:

a) metri 1,20 x 1,80;

b) metri 3,20 x 2,40 (solo al di fuori della zona perimetrata ai sensi della deliberazione del Consiglio Comunale n. 609 del 3 aprile 1981).

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

Relativamente a mezzi ed impianti collocati sui ponteggi e recinzioni di cantiere, fermi restando i criteri applicativi di cui alla deliberazione Giunta Comunale n. 37/2003 integrata dalla deliberazione Giunta Comunale n. 262/2003 e alla deliberazione Giunta Comunale n. 372/2004, l'esposizione pubblicitaria è consentita, per un periodo massimo, decorrente dal rilascio dell'autorizzazione, di mesi 12 su edifici di proprietà di privati e di mesi 24 su beni immobili di proprietà pubblica, anche in presenza di lavori di durata superiore. L'esposizione pubblicitaria su edifici di culto in genere, anche privati, è assoggettata alla medesima disciplina prevista per l'esposizione su edifici pubblici. Se la superficie espositiva è pari o superiore a metri quadri 400 è consentita la ripartizione della stessa in due impianti pubblicitari distinti di pari dimensione che potranno recare contemporaneamente due diversi messaggi pubblicitari.

Non è ammessa l'esposizione pubblicitaria contemporanea di n. 2 impianti su ponteggi, installati all'interno di vie o piazze di particolare pregio, reciprocamente visibile.

Le autorizzazioni su ponteggi e recinzioni di cantiere sono comunque subordinate al parere consultivo della Commissione prevista dalla deliberazione n. 37/2003.

Tutti gli impianti non soggetti ai limiti, ad esclusione di quelli di cui all'art. 4 c. 1 lettera e), come sopra specificati, devono riportare, a cura e spese del soggetto autorizzato, un riquadro di dimensioni non inferiori a cm. 30x40 contenente l'indicazione della data di scadenza ed il numero del provvedimento autorizzativo.

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

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

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

5) Impianti speciali: nei casi di progetti speciali approvati dalla Giunta Capitolina funzionali alla promozione o allo sviluppo di finalità istituzionali, l'Amministrazione può ammettere formati diversi da quelli di cui al n. 1), purché entro i medesimi limiti massimi di ingombro ed entro il limite temporale del relativo progetto e per massimo un anno.

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

A) CITTA' STORICA

1) Progettazione unitaria

Si applica all'area centrale definita dal PGTU come "zona a traffico limitato" (ZTL), e ad altri luoghi ed edifici tutelati.

2) Progettazione regolamentata

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

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

B) CITTA' CONSOLIDATA

1) Progettazione unitaria

Si applica nei luoghi ed edifici tutelati.

2) Progettazione regolamentata

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

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

C) CITTA' DA RISTRUTTURARE

1) Progettazione unitaria

Si applica nei luoghi ed edifici tutelati.

2) Progettazione regolamentata

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

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

D) CITTA' DELLA TRASFORMAZIONE

1) Progettazione unitaria

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

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

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

Nei nuovi insediamenti sarà possibile introdurre, ai fini della progettazione e d'intesa con l'Amministrazione centrale, elementi innovativi riguardanti le caratteristiche tipologiche e tecnico-ambientali degli impianti stessi recate dalla deliberazione di cui all'art. 19, comma 1bis.

E) TERRITORIO NON URBANIZZATO

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

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

CAPO V

Canone a tariffa

ART. 21

Applicazione del canone a tariffa per l'esposizione della pubblicità

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

ART. 22

Soggetto passivo

1. E' tenuto al pagamento del canone sulla pubblicità, il soggetto titolare dell'autorizzazione di cui agli artt. 7 e 8. E' solidalmente obbligato al pagamento del canone il soggetto richiedente la pubblicità e il soggetto che produce o vende la merce o fornisce i servizi oggetto della pubblicità.
2. Nel caso di installazione di mezzi pubblicitari o di effettuazione di pubblicità abusiva, ai sensi dell'art. 1 comma 2, è tenuto al pagamento del canone oltre alle sanzioni previste dalle vigenti normative, il proprietario del mezzo pubblicitario o colui che dispone a qualsiasi titolo del mezzo attraverso il quale il messaggio pubblicitario viene diffuso. E' solidalmente obbligato al pagamento del canone il soggetto

richiedente la pubblicità e il soggetto che produce o vende la merce o fornisce i servizi oggetto della pubblicità.

3. Tutte le concessioni e autorizzazioni in corso alla data di entrata in vigore del presente regolamento si intendono convertite, senza necessità di richiesta, nell'autorizzazione di cui all'art. 1. I titolari di tale autorizzazione sono soggetti pertanto, con la medesima decorrenza, al pagamento del canone sulla pubblicità di cui all'art. 21 e seguenti.

ART. 23

Modalità di applicazione del canone

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

2. Le superfici inferiori ad un metro quadrato si arrotondano per eccesso al metro quadrato e le frazioni di esso, oltre il primo, al mezzo metro quadrato superiore; non si fa luogo ad applicazione del canone per superfici inferiori a trecento centimetri quadrati e fatto salvo quanto previsto dall'art. 29 comma 3.

3. Per i mezzi pubblicitari bifacciali il canone è calcolato separatamente sulla superficie di ciascuna facciata, arrotondata a norma del precedente comma 2.

4. Per i mezzi pubblicitari polifacciali il canone è calcolato in base alla superficie complessiva adibita alla pubblicità, arrotondata a norma del precedente comma 2.

5. Per i mezzi pubblicitari aventi dimensioni volumetriche il canone è calcolato in base alla superficie complessiva risultante dallo sviluppo del minimo solido geometrico in cui può essere circoscritto il mezzo stesso, arrotondata a norma del precedente comma 2.

6. Gli impianti parapetonali ed i festoni di bandierine e simili collocati in connessione tra loro si considerano, agli effetti del calcolo della superficie, come un unico mezzo pubblicitario.

7. Le maggiorazioni del canone a qualunque titolo previste sono cumulabili.

8. L'eventuale diminuzione della superficie espositiva utilizzata, rispetto a quella autorizzata, eseguita dal titolare successivamente all'installazione dell'impianto o alla collocazione del mezzo pubblicitario e senza che sia intervenuta una nuova autorizzazione, non comporta diminuzione del canone. Per gli impianti di cui all'art. 4, comma 1, lettera i) non sono ammessi rimborsi e/o recuperi, anche parziali, del canone versato per superfici e periodi autorizzati con Determinazione Dirigenziale.

9. L'aumento della superficie espositiva, rispetto a quella autorizzata, eseguita dal titolare senza autorizzazione, obbliga al pagamento del maggior canone corrispondente alla superficie effettivamente utilizzata, oltre alle indennità ed agli oneri accessori previsti per l'esposizione abusiva di pubblicità. Rimane salvo, in ogni caso, il potere del Comune in materia di rimozione dell'impianto o mezzo pubblicitario.

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

1. Le tariffe di base del canone sulla pubblicità sono stabilite annualmente con deliberazione del Consiglio Comunale da adottarsi entro i termini previsti dalle norme legislative vigenti. In mancanza della predetta deliberazione, restano confermate per ciascun anno le tariffe in vigore per l'anno precedente.
2. Le tariffe suddette sono stabilite in conformità ai criteri previsti dall'art. 62 del Decreto Legislativo n. 446/1997, differenziate in ragione della classificazione del territorio comunale e delle modalità di progettazione di cui all'art. 20. Esse sono maggiorate o ridotte secondo i criteri previsti dall'art. 25 e seguenti.

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

1. Per pubblicità ordinaria si intende quella eseguita con qualsiasi mezzo non espressamente previsto dai successivi articoli. La relativa tariffa è approvata con la deliberazione del Consiglio Comunale di cui all'art. 24, comma 1.
2. Per i mezzi pubblicitari installati o collocati per periodi non superiori a tre mesi, la tariffa applicabile per ogni mese o frazione è pari a un decimo della tariffa annuale.

Per periodi superiori a tre mesi e fino a un anno, si applica in ogni caso la tariffa annuale, salvo il caso di rimozione anticipata dell'impianto disposta dall'Amministrazione Comunale.
3. Per la pubblicità di cui ai commi precedenti che abbia superficie compresa tra metri quadrati 5,5 e 8,5 la tariffa è maggiorata del 50 per cento; per quella di superficie superiore a metri quadrati 8,5 la maggiorazione è del 100 per cento; per la pubblicità esposta su teli per ponteggi si applica la maggiorazione del 200 per cento.

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

1. Per la pubblicità visiva eseguita per conto proprio o altrui all'interno e all'esterno di veicoli in genere, di vetture autofilotranviarie, battelli, barche e simili, di uso pubblico

o privato, è dovuto il canone sulla pubblicità in base alla superficie espositiva complessiva per ciascun veicolo nella misura e con le modalità previste dalle disposizioni precedenti; per la pubblicità eseguita all'esterno dei veicoli suddetti sono dovute le maggiorazioni di cui all'art. 25, comma 3.
2. Per i veicoli adibiti ad uso pubblico il canone è dovuto dai soggetti titolari della relativa autorizzazione rilasciata dal Comune; per i veicoli adibiti ad uso privato il canone è dovuto dai proprietari dei veicoli che abbiano la residenza anagrafica o la sede nel Comune di Roma.
3. Per la pubblicità eseguita per conto proprio su veicoli di proprietà dell'impresa o adibiti ai trasporti per conto della medesima, il canone è dovuto per anno solare al: Comune, se l'impresa stessa o qualsiasi altra sua dipendenza ha sede nel territorio comunale, ovvero se gli agenti o i mandatari, che hanno in dotazione

detti veicoli alla data del 1° gennaio di ciascun anno, o a quella successiva di immatricolazione, hanno il proprio domicilio nel Comune di Roma. Per i veicoli circolanti con rimorchio la tariffa è raddoppiata.

4. Per i veicoli di cui al precedente comma 3, il canone non è dovuto per l'indicazione del marchio, della ragione sociale, dell'indirizzo e dei recapiti telefonici dell'impresa, purché tale indicazione sia apposta non più di due volte e ciascuna iscrizione non sia di superficie superiore a mezzo metro quadrato.

5. Il canone non è dovuto altresì per l'indicazione, sui veicoli utilizzati per il trasporto, della ditta, dell'indirizzo e dei recapiti telefonici dell'impresa che esegue l'attività di trasporto, anche per conto terzi, limitatamente alla sola superficie utile occupata da tali indicazioni.

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

ART. 27

Canone per la pubblicità effettuata con pannelli luminosi e proiezioni

1) Per la pubblicità eseguita per conto altrui con insegne, pannelli o altre analoghe strutture caratterizzate dall'impiego di diodi luminosi, lampadine e simili mediante controllo del messaggio o la sua visione in forma intermittente, lampeggiante o simile, si applica il canone, indipendentemente dal numero dei messaggi, per metro quadrato di superficie e per anno solare. La relativa tariffa è approvata con la deliberazione del Consiglio Comunale di cui all'art. 24, comma 1.

2) La tariffa applicabile alla pubblicità di cui al precedente comma 1, per periodi non superiori a tre mesi, è pari a un decimo della tariffa annuale per ogni mese o frazione.

Per periodi superiori a tre mesi, e fino ad un anno, si applica in ogni caso la tariffa annuale.

3) Per la pubblicità prevista dai precedenti commi 1 e 2, eseguita per conto proprio dall'impresa, il canone si applica in misura pari alla metà delle rispettive tariffe.

4) Per la pubblicità realizzata in luoghi pubblici o aperti al pubblico attraverso diapositive, proiezioni luminose o cinematografiche effettuate su schermi o pareti riflettenti, si applica il canone per ogni giorno, indipendentemente dal numero dei messaggi e dalla superficie adibita alla proiezione.

La tariffa è applicata per singola sala cinematografica ed è ridotta del 50% se la sala ha una capienza inferiore a 100 posti. La relativa tariffa è approvata con la deliberazione del Consiglio Comunale di cui all'art. 24, comma 1.

5. Qualora la pubblicità di cui al precedente comma 4 abbia durata superiore a 30 giorni, dopo tale periodo si applica una tariffa giornaliera pari alla metà di quella ivi prevista.

ART. 28

Canoni per pubblicità varia

1. Per la pubblicità eseguita con palloni frenati e simili si applica l'apposita tariffa, approvata con la deliberazione del Consiglio Comunale di cui all'art. 24, comma 1.

2. Per la pubblicità eseguita mediante distribuzione di manifestini o di altro materiale pubblicitario, oppure mediante persone circolanti con carrelli o altri mezzi pubblicitari si applica la tariffa approvata dal Consiglio Comunale, ai sensi dell'art. 24 comma 1.

ART. 29

Riduzioni ed esenzioni dal pagamento del canone

1. Sono esenti dal pagamento del canone, fermo restando quanto previsto in materia di autorizzazioni e ad eccezione delle insegne:

a) la pubblicità realizzata all'interno dei locali adibiti alla vendita di beni o alla prestazione di servizi quando si riferisca ad attività negli stessi esercitata, nonché i mezzi pubblicitari esposti nelle vetrine e sulle porte di ingresso dei locali medesimi, purché siano attinenti all'attività in essi esercitata e non superino, nel loro insieme, la superficie complessiva di mezzo metro quadrato per ciascuna vetrina o ingresso;

b) gli avvisi al pubblico esposti nelle vetrine o sulle porte di ingresso dei locali, o, in mancanza, nelle immediate adiacenze del punto di vendita, relativi esclusivamente all'attività svolta e quelli riguardanti la localizzazione e l'utilizzazione dei servizi di pubblica utilità, che non superino la superficie di mezzo metro quadrato; gli avvisi al pubblico riguardanti la locazione o la compravendita degli immobili, sulle porte di accesso dei quali possono essere esclusivamente affissi, purché di superficie non superiore ad un quarto di metro quadrato;

c) la pubblicità comunque eseguita all'interno, sulle facciate esterne o sulle recinzioni dei locali di pubblico spettacolo, qualora si riferisca alle rappresentazioni in programmazione;

d) la pubblicità relativa ai giornali ed alle pubblicazioni periodiche, se esposta sulle sole facciate esterne delle edicole o nelle vetrine o sulle porte di ingresso dei negozi ove si esegue la vendita;

e) la pubblicità esposta all'interno delle stazioni dei servizi di trasporto pubblico di ogni tipo inerente l'attività esercitata dall'impresa di trasporto, nonché le tabelle esposte all'esterno delle stazioni stesse o lungo l'itinerario di viaggio, per la parte in cui contengano informazioni relative alle modalità di esecuzione del servizio;

f) la pubblicità esposta all'interno delle vetture ferroviarie, degli aerei e delle navi, ad eccezione dei battelli e delle barche e simili di cui all'art. 26, comma 1;

g) la pubblicità comunque effettuata in via esclusiva dallo Stato e dagli Enti pubblici territoriali;

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

2. Sono altresì esenti al pagamento del canone:

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

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

3. In applicazione dell'art. 17, comma 1bis del Decreto Legislativo n. 507/1993, il canone non è dovuto per le insegne di esercizio di attività commerciali e di produzione di beni o servizi che contraddistinguono la sede ove si svolge l'attività cui si riferiscono, di superficie complessiva fino a 5 metri quadrati.

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

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

6. La tariffa è altresì ridotta alla metà per esposizioni pubblicitarie su ponteggi e recinzioni di cantieri relativi al restauro conservativo dei monumenti pubblici finanziati da privati e per i mezzi pubblicitari autorizzati da altri Enti ai sensi dell'art. 23 comma 4 del Codice della Strada.

7. La tariffa è altresì ridotta all'80% per esposizione pubblicitarie nei Mercati Comunali Autogestiti finalizzati a finanziare interventi di riqualificazione nei Mercati stessi con particolare riferimento alla sicurezza delle strutture.

8. La tariffa per i mezzi pubblicitari installati nei mercati comunali, anche se visibili dall'esterno, è ridotta della metà se i proventi dell'esposizione pubblicitaria relativa a tali mezzi sono funzionali ad interventi di riqualificazione della struttura mercatale.

ART. 30

Pagamento e rimborso del canone

1. Il canone è dovuto per le fattispecie previste dagli articoli 25 e seguenti per anno solare di riferimento cui corrisponde un'autonoma obbligazione. Per le altre fattispecie il periodo è quello specificato nelle relative disposizioni.

2. Il pagamento del canone è eseguito mediante versamento a mezzo di conto corrente postale intestato al Comune ovvero direttamente presso le Tesorerie comunali o secondo le altre modalità previste dall'Amministrazione.

L'attestazione dell'avvenuto pagamento è conservata per poter essere esibita a richiesta degli Uffici comunali preposti ai controlli e agli accertamenti.

3. Per autorizzazioni relative a periodi inferiori all'anno solare il canone è corrisposto contestualmente al rilascio dell'autorizzazione in un'unica soluzione; per autorizzazioni annuali il canone è corrisposto in quattro rate trimestrali; il termine ultimo di pagamento delle rate è rispettivamente fissato all'ultimo giorno dei mesi di gennaio, aprile, luglio e ottobre.

3bis. L'Amministrazione provvede ad inviare comunicazione degli importi dovuti sulla base delle autorizzazioni e delle risultanze della procedura di riordino. Comunque, il pagamento effettuato dal soggetto obbligato, dovrà essere accompagnato da una dichiarazione nella quale è specificato l'importo pagato per ciascun impianto.

4. L'omesso pagamento totale o parziale del canone alle scadenze prescritte, comporta l'applicazione di una sanzione amministrativa pari al 30 per cento del canone non versato, oltre agli interessi nella misura fissata dal Regolamento generale delle entrate, fatta salva la risarcibilità dell'eventuale danno ulteriore. L'ufficio competente notifica al soggetto passivo un avviso di accertamento in rettifica o d'ufficio del

canone, maggiorato degli interessi e della sanzione pari al 30 per cento. In caso di definizione dell'avviso di accertamento entro 60 giorni dalla notificazione, la misura della sanzione è ridotta ad un terzo. Per tutto quanto non previsto dal presente regolamento, si applicano le disposizioni di cui all'articolo 1, commi da 161 a 170, della legge 27 dicembre 2006, n. 296.

Per i pagamenti effettuati con un ritardo non superiore a quindici giorni, la sanzione è ridotta ad un importo pari a un quindicesimo per ciascun giorno di ritardo. Si applica l'istituto del ravvedimento operoso di cui alla deliberazione dell'Assemblea Capitolina n. 43 del 4 luglio 2011.

5. Le somme accertate a titolo di canone, sanzioni e i interessi, se non versate entro il termine di sessanta giorni dalla notificazione dell'avviso di accertamento d'ufficio o in rettifica, sono riscosse coattivamente, salvo che sia stato emesso provvedimento di sospensione; il relativo titolo esecutivo deve essere notificato al contribuente, a pena di decadenza, entro il 31 dicembre del terzo anno successivo a quello in cui l'accertamento è divenuto definitivo.

6. Il contribuente può richiedere il rimborso delle somme versate e non dovute, entro il termine di cinque anni dal giorno in cui è stato eseguito il pagamento ovvero da quello in cui è stato definitivamente accertato il diritto al rimborso. Le somme da rimborsare sono maggiorate degli interessi nella misura prevista dal Regolamento generale delle entrate.

7. La modifica o la revoca dell'autorizzazione danno diritto al rimborso del canone senza interessi in proporzione alla riduzione della durata ovvero della superficie

dell'esposizione pubblicitaria. Analoga disposizione si applica in caso di rimozione temporanea dell'esposizione pubblicitaria.

8. In caso di decadenza dall'autorizzazione ai sensi dell'art. 7, comma 3, non si fa luogo alla restituzione del canone, né di ogni altra somma.

CAPO VI

Sanzioni e misure di contrasto all'abusivismo

ART. 31

Sanzioni

1. Nei casi di installazione di mezzi non autorizzati, ai sensi dell'articolo 62, comma 2, lett. e), del decreto legislativo n. 446 del 1997, si applica la sanzione amministrativa pecuniaria di importo pari al doppio del canone dovuto.

1bis. La diffusione di manifestini e simili effettuata in violazione dell'art. 5 è sanzionata ai sensi del comma precedente per ogni singolo mezzo pubblicitario.

2. A norma dell'art. 62, comma 4, del Decreto Legislativo n. 446/1997, resta ferma l'applicazione delle sanzioni amministrative pecuniarie per le violazioni di cui all'art. 23 del Codice della strada, ovvero, se non comminabili, di quelle stabilite dall'art. 24, comma 2, del Decreto Legislativo n. 507/1993. Nei casi di affissione abusiva di manifesti la sanzione è irrogata per ogni singolo manifesto.

3. I competenti uffici comunali, qualora ricorrano i presupposti di cui all'art. 23, comma 13 quater, del Codice della strada, dispongono la rimozione forzata in danno dei mezzi pubblicitari privi di autorizzazione o installati in difformità della stessa.
4. Nei casi non contemplati dai commi 2 e 3, i competenti Uffici comunali, previa diffida al trasgressore e al soggetto pubblicizzato, se conosciuti, dispongono altresì la rimozione forzata in danno dei mezzi pubblicitari privi di autorizzazione o installati in difformità della stessa o di quelli che non siano di proprietà comunale e per i quali non sia stato pagato il relativo canone o risultino non in regola con il presente regolamento o con le vigenti leggi in materia.
5. Con la diffida di cui al comma precedente, a valere anche come comunicazione di avvio del procedimento, il trasgressore è invitato a rimuovere l'impianto abusivo o difforme entro dieci giorni dalla notificazione, nonché a far pervenire ai suddetti uffici, entro il medesimo termine, le proprie osservazioni. Decorso inutilmente tale termine e valutate, se pervenute, tali osservazioni, con determinazione dirigenziale viene disposta la eventuale rimozione forzata d'Ufficio, a spese del trasgressore.
6. In tutti i casi i competenti Uffici comunali possono provvedere altresì alla copertura immediata della pubblicità irregolare e possono disporre, ai sensi dell'art. 13, comma 2, della legge 24 novembre 1981, n. 689, il sequestro cautelare degli impianti abusivamente utilizzati che non siano di proprietà comunale, anche prima della loro materiale rimozione. La defissione o il danneggiamento dei manifesti di copertura della pubblicità abusiva configura gli estremi della fattispecie di reato punito dall'art. 664 c.p., salvo che il fatto non integri il più grave reato di lesione del regolare funzionamento delle attività amministrative e del prestigio degli organi pubblici.
7. Delle predette operazioni il pubblico ufficiale redige contestuale processo verbale da notificarsi al trasgressore e al soggetto pubblicizzato ai sensi di legge.
8. In caso di violazione del sequestro i competenti uffici inoltrano denuncia all'autorità giudiziaria per abusivo utilizzo di materiale sotto sequestro, ai sensi dell'art. 334 del codice penale.
9. Con successivo provvedimento, ai sensi dell'art. 20, comma 3, della legge n. 689/1981, può essere altresì disposta la confisca dei mezzi pubblicitari che non siano di proprietà comunale e la loro distruzione, addebitando ai trasgressori ogni relativa spesa.
10. Ai sensi dell'art. 5 della legge n. 689/1981, anche il soggetto pubblicizzato, in caso di concorso con il trasgressore, soggiace alla sanzione disposta per la medesima violazione; in tal caso si applica altresì l'art. 6 della legge 25 marzo 1997, n. 77, che dispone la sospensione dell'attività per un periodo non superiore ai tre giorni.
11. Ai sensi dell'art. 6 della legge n. 689/1981, il soggetto pubblicizzato, in quanto proprietario dei manifesti o di altri mezzi serviti o destinati a commettere la violazione, è comunque obbligato, in solido con l'autore della violazione, al pagamento delle somme da questi dovute, se non prova che la cosa è stata utilizzata contro la sua volontà.
12. Ai fini dei precedenti commi 10 e 11, i competenti uffici comunali provvedono immediatamente a contestare anche al soggetto pubblicizzato le predette violazioni con invito a voler fornire in merito ogni eventuale giustificazione.

13. In caso di violazioni, accertate anche soltanto in via amministrativa, delle norme relative all'installazione di impianti, collocazioni di mezzi e affissioni pubblicitarie previste dalle leggi o dal presente regolamento, ai partiti, movimenti politici e sindacati di cui sia accertata la responsabilità è interdetto l'uso degli spazi ad essi riservati a norma dell'art. 6, comma 3, lett. b). Per ciascuna infrazione il soggetto responsabile decade dal predetto beneficio per un periodo di dieci giorni, oltre all'applicazione di ogni altra sanzione prevista dalle leggi o dal presente regolamento.

14. Nel caso di installazione di impianti privi di autorizzazione, all'ordine di rimozione d'Ufficio conseguono la decadenza dall'autorizzazione all'effettuazione della pubblicità per conto terzi ed all'uso degli impianti pubblicitari nonché, in caso di installazione di impianti sul suolo o su beni comunali, la decadenza automatica del contratto di locazione. In particolare la prima violazione darà luogo alla pronuncia di decadenza per il 5 per cento delle autorizzazioni, con priorità per quelle rilasciate nell'ambito del medesimo Municipio; la seconda violazione darà luogo alla pronuncia di decadenza per il 20 per cento delle autorizzazioni, con priorità per quelle rilasciate nell'ambito del medesimo Municipio; la terza violazione darà luogo alla pronuncia di decadenza per il 50 per cento delle autorizzazioni, con priorità per quelle rilasciate nell'ambito del medesimo Municipio; l'ulteriore violazione darà luogo alla pronuncia di decadenza delle restanti autorizzazioni. La ditta pubblicitaria che ha ricevuto nell'ultimo biennio due diffide a rimuovere la pubblicità di cui all'art. 4 comma 1, lett. i) è esclusa dall'uso del medesimo mezzo pubblicitario per il periodo di un anno nell'intero territorio del Comune.

15. Si applicano le sanzioni previste per gli impianti privi di autorizzazione ai mezzi che contravvengano alle disposizioni di cui all'art. 4, comma 2 lett. e, anche con riferimento al divieto di sosta e di fermata non obbligatoria.

16. Ai fini della determinazione dell'indennità e della relativa sanzione, salvo prova contraria, la pubblicità abusiva su impianto a carattere permanente si intende iniziata dal 1° gennaio dell'anno in cui viene elevato il verbale di contestazione. La pubblicità abusiva su impianto temporaneo si presume effettuata dal primo giorno del mese in cui è stata accertata la violazione. L'impianto si intende permanente quando è ancorato stabilmente al suolo.

17. Il mezzo pubblicitario rimosso d'autorità è depositato in appositi locali dell'Amministrazione. Le spese, sostenute dal Comune per la rimozione d'ufficio e per il deposito, sono addebitate ai responsabili della violazione. Le spese di deposito sono determinate in ragione di Euro 1,00 giornaliera per ogni metro quadrato di impianto pubblicitario. Le frazioni si arrotondano al metro quadrato superiore. Le spese della copertura e della defissione sono determinate nella misura dei costi sostenuti dall'Amministrazione. I mezzi pubblicitari rimossi d'autorità e depositati in appositi locali, sono sequestrati – ai sensi dell'art. 24 del D.Lgs. n. 507/1993 – a garanzia del pagamento delle somme dovute all'Amministrazione per l'installazione di impianti abusivi. A prescindere dall'adozione del provvedimento di sequestro, l'impianto pubblicitario – rimosso da autorità ed in deposito – può essere riconsegnato solo con il previo pagamento dell'intero debito. Trascorso il termine di sessanta giorni dalla rimozione – senza che vi sia richiesta di restituzione e pagamento dell'intero debito – l'Amministrazione procede alla distruzione dell'impianto. Le spese sostenute per la distruzione sono a totale ed esclusivo carico del responsabile dell'impianto.

ART. 32**Misure di contrasto all'abusivismo**

1. Il Comune, al fine di esercitare una costante attività di prevenzione dell'abusivismo: promuove il coinvolgimento dei soggetti titolari di autorizzazione nell'azione di contrasto dell'abusivismo e dei soggetti pubblicizzati mediante apposite comunicazioni e diffide; costituisce, a livello centrale o decentrato, appositi nuclei di vigilanza in grado di intervenire tempestivamente anche per ciò che riguarda la rimozione di impianti illegali; predispone canali di comunicazione costante tra Uffici e cittadini, singoli o associati, che vogliano segnalare casi di apparente irregolarità; pubblica ogni trimestre, a mezzo stampa e in via telematica, l'elenco degli impianti o mezzi pubblicitari autorizzati per ciascuna impresa nel territorio del Comune di Roma. L'attività di accertamento, contestazione immediata nonché di redazione e sottoscrizione del processo verbale di accertamento delle violazioni alle norme in materia di pubblicità può essere svolta in attuazione dell'art. 1 commi 179, 180, 181 e 182 della L. n. 296/2006 (Finanziaria 2007), secondo le modalità fissate con specifica deliberazione.

2. Per essere in grado di intervenire tempestivamente, ai nuclei di vigilanza di cui al precedente comma, laddove costituiti nei Municipi, deve essere garantita nelle forme e nei modi che verranno definiti la piena disponibilità ed il conseguente utilizzo dell'apposito fondo di cui al comma 5 bis del precedente art. 31, costituito dai proventi delle sanzioni applicate esclusivamente in relazione agli impianti ricadenti nel territorio del rispettivo Municipio.

CAPO VII**Norme finali e transitorie – Abrogazioni****ART. 33****Competenze amministrative conseguenti all'entrata in vigore del regolamento e dei****Piani di cui all'art. 19**

1. A decorrere dall'entrata in vigore del presente regolamento gli Uffici dell'Amministrazione Comunale centrale continuano ad esercitare le seguenti competenze:

a) la gestione del procedimento per il riordino degli impianti pubblicitari, di cui alla deliberazione del Consiglio Comunale n. 254/1995 e alla deliberazione della Giunta Comunale n. 1689 del 9 maggio 1997, e dei connessi adempimenti, per quanto previsti anche dal presente regolamento;

b) la conduzione, in collaborazione con i competenti uffici dei Municipi, delle attività di prevenzione, contrasto e repressione dell'abusivismo;

c) le attività di coordinamento ai fini dell'applicazione delle norme legislative e regolamentari riguardanti l'impiantistica pubblicitaria, ivi comprese le norme che disciplinano l'applicazione del canone a tariffa;

d) lo svolgimento delle procedure di gara pubblica di cui all'art. 7;

e) il rilascio delle autorizzazioni di cui all'art. 8, la gestione degli impianti e mezzi pubblicitari collocati su area pubblica e di quelli di proprietà comunale, ad eccezione dei mezzi di cui all'art. 4, comma 1, lett. e), f), g), n), p);

- f) gli adempimenti relativi alla pubblicità sui veicoli del trasporto pubblico;
- g) le pubbliche affissioni;
- h) la gestione della pubblicità elettorale;
- i) le autorizzazioni di cui all'art. 6 comma 1bis;
- l) ogni altra competenza non altrimenti attribuita.

ART. 33 Bis

Norme per il rilascio di nuovi titoli

1. Fino all'adozione dei Piani di cui agli artt. 19 e seguenti, l'Amministrazione procede all'esame ed alla definizione delle istanze presentate per la collocazione di nuovi mezzi pubblicitari, sulla base dei seguenti criteri:

- a) che il mezzo pubblicitario insista esclusivamente su area privata;
- b) che qualora insista fronte strada rispetti le distanze di cui al Codice della Strada e sue eventuali deroghe vigenti;
- c) in caso di richieste riferite alla medesima ubicazione è applicato il criterio cronologico, con priorità alle istanze presentate nell'ambito della procedura di riordino;
- d) sono escluse da nuove installazioni pubblicitarie le strade private non ancora trasferite in proprietà all'Amministrazione Comunale che risultano essere di uso pubblico.

Le domande presentate nell'ambito della procedura di riordino possono, su istanza dell'interessato, essere esaminate nell'ambito di progetti di accorpamento o trasformazione mantenendo invariata la superficie richiesta.

E' consentito utilizzare, nell'ambito dei progetti suddetti, la superficie originariamente richiesta su area pubblica.

Fino all'adozione dei Piani di cui agli artt. 19 e seguenti, le istanze presentate nell'ambito della procedura di riordino per impianti su area pubblica possono essere esaminate e definite solo nel caso di trasformazione di impianti monofacciali già esistenti in bifacciali.

Per ogni altro aspetto si rimanda alle norme del presente Regolamento.

2. I titoli autorizzatori nella disponibilità dell'Amministrazione in quanto decaduti a norma del presente Regolamento possono essere riassegnati nel rispetto delle norme vigenti, anche in ottemperanza a quanto previsto al punto G della deliberazione del Consiglio Comunale n. 176 del 25 novembre 2002.

ART. 34

Norme transitorie

1. A decorrere dal 1 gennaio 2015 i formati di dimensioni uguali o superiori a quelli di cui all'art. 4 comma 2 lettera b) sono convertiti in formati non superiori a quelli di cui all'art. 20 lett. f) punto 1);

2. Il divieto di cui all'art. 4, comma 2, lett. c), opera a decorrere dalla data di cessazione del contratto di affidamento del relativo servizio di cui alla deliberazione della Giunta Comunale n. 384 del 26 febbraio 1999.

3. Fino all'entrata in vigore del Piano di cui all'art. 19, comma 1, si applicano, nei centri abitati, i seguenti limiti complessivi all'esposizione pubblicitaria: nei casi di cui all'art. 6, comma 2, 30 metri quadrati per ogni mille abitanti; nei casi di cui all'art. 6, comma 3, 120 metri quadrati per ogni mille abitanti, dei quali il 60 per cento a privati, di cui la metà per affissioni dirette, il 40 per cento per pubbliche affissioni (di cui il 60 per cento per pubblicità di natura non economica) e impianti di pubblica utilità.

3bis. Fino all'entrata in vigore dei Piani di cui all'art. 19, è autorizzata la pubblicità pittorica di attività e di soggetti economici locali, fino ad un massimo di due unità per il medesimo committente, la quale è realizzata con impianti a tipologia di palina di formato metri 1x1 posti su spazio comunale – anche luminosi od illuminati e, comunque, diversi da quelli adibiti per le affissioni dirette, nel rispetto delle norme del presente Regolamento.

4. Gli impianti autorizzati da altri enti proprietari delle strade che, a seguito del trasferimento delle stesse al Comune di Roma come da specifica deliberazione delimitante il centro abitato, insistono oggi su strade di proprietà del Comune di Roma si intendono autorizzati fino alle medesime scadenze stabilite per gli impianti inseriti nella procedura di riordino, ove inseriti nella medesima procedura di riordino e all'esito positivo della stessa.

5. A decorrere dall'entrata in vigore dei piani di cui all'art. 19 del presente regolamento il Comune converte gli impianti di sua proprietà destinati a pubbliche affissioni e eventualmente già utilizzati per pubblicità commerciale, presenti nella "zona a traffico limitato", in impianti di informazione di cui al predetto art. 20, comma 1, lett. E), punto 4), lettera f), da a utilizzarsi altresì parzialmente per pubblicità commerciale e da affidare, previa gara pubblica, in locazione in coerenza con i criteri della progettazione unitaria di cui all'art. 20, con obbligo di manutenzione dei medesimi e di svolgimento dei servizi di cui all'art. 7, comma 2.

6. Il numero delle autorizzazioni riferite ai mezzi pubblicitari di cui all'art. 4, c. 2 lett. e) non può in ogni caso risultare superiore a 200, dovrà essere conforme a quanto previsto dalla legge e dal presente Regolamento nei limiti dimensionali stabiliti per gli impianti fissi e nel rispetto delle disposizioni da emanarsi con apposita deliberazione della Giunta Comunale. Resta comunque vietato l'uso di carrelli, cicli, motocicli, e simili. Di tali autorizzazioni è costituito apposito Albo e pubblico.

7. In fase di prima applicazione del presente regolamento i Piani di Localizzazione di cui all'art. 19 comma 2 sono deliberati successivamente all'approvazione del Piano Regolatore di cui al comma 1;

8. Dalla data del 1° gennaio 2007, e fino all'entrata in vigore del Piano regolatore degli impianti e dei mezzi pubblicitari, le tariffe di cui all'art. 24 sono differenziate in ragione del territorio attraverso l'applicazione di una maggiorazione del 150 per cento alle iniziative pubblicitarie che si svolgono nell'ambito delle strade ricomprese nella categoria speciale stabilita con deliberazione della Giunta Comunale n. 8776 dell'11 dicembre 1974, come ratificata dalla deliberazione del Consiglio Comunale n. 3021 del 17 dicembre 1974. La stessa maggiorazione si applica al diritto sulle pubbliche affissioni di natura commerciale.

9. Gli impianti riconducibili alla procedura di riordino, già riconosciuti come validi nella Nuova Banca Dati, permangono sul territorio, nel rispetto del presente regolamento fino al 31/12/2014, senza possibilità di rinnovo o rilascio di nuove autorizzazioni, e comunque non oltre l'esito delle procedure di gara conseguenti

alla redazione dei piani di localizzazione. Non si procede al rilascio dei singoli atti autorizzatori relativamente agli impianti predetti.

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

Alla presente fattispecie non si applica l'istituto del silenzio assenso di cui all'art. 20 della L. n. 241/1990 e s.m.i..

11. Per tutte le violazioni del presente regolamento non diversamente sanzionate verranno applicate le sanzioni amministrative pecuniarie previste dall'art. 24 co. 2 del D.Lgs. n. 507/1993.

12. Fino all'entrata in vigore dei Piani di cui all'art. 19, allo scopo di armonizzare l'impiantistica pubblicitaria esistente e conseguentemente migliorare il decoro urbano, è consentito richiedere l'accorpamento e la trasformazione di più impianti già esistenti aventi formato diverso in nuovi impianti tutti del medesimo formato. La richiesta è consentita a condizione che il numero delle autorizzazioni e/o concessioni ed i relativi metri quadri di esposizione pubblicitaria risultanti dagli accorpamenti e dalle trasformazioni siano uguali o inferiori a quelli originari. Non sono ammesse ricollocazioni e/o spostamenti degli impianti interessati. Le richieste devono riguardare solo gli impianti già autorizzati all'esito della procedura di riordino. Sono fatti salvi, comunque, i limiti complessivi all'esposizione pubblicitaria stabiliti per legge e regolamento comunale.

13. Fino all'entrata in vigore dei Piani di cui all'art. 19 è consentito il rilascio di autorizzazioni temporanee della durata massima di un anno per l'esposizione pubblicitaria su suolo pubblico o privato nel rispetto delle prescrizioni del presente Regolamento.

14. L'inserimento nella Nuova Banca Dati degli impianti di tipo "SPQR", "R", "ES", "E" nonché di quelli di cui all'articolo 33bis del Regolamento di Pubblicità e di quelli di tipo "CONV", di cui all'art. 34, comma 4 bis del Regolamento, ha determinato la chiusura del procedimento di riordino ad essi relativo, condizionatamente al rispetto delle prescrizioni del Codice della Strada, come derogato dalla deliberazione del Commissario Straordinario n. 45/2008, nonché delle vigenti disposizioni regolamentari, ivi compresa la relativa posizione contabile a partire dal titolo sottostante.

ART. 35

Abrogazioni

1. A decorrere dall'entrata in vigore del presente regolamento, sono abrogate:

- la deliberazione del Consiglio Comunale n. 289 del 19 dicembre 1994;
- la deliberazione del Consiglio Comunale n. 254 del 6 novembre 1995, come modificata e integrata dalla deliberazione del Consiglio Comunale n. 260 del 29 settembre 1997 limitatamente ai seguenti punti:

i numeri 2) e 4).

- Allegato "A. 1" premessa;

art. 1;

norma transitoria;

art. 2;

art. 3 primo, secondo, quarto e quinto cpv;

art. 4;

art. 5;

– Allegato “A2”: Disposizioni di carattere generale

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

art. 2 lettera D);

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

art. 3 bis, terzo e quarto cpv;

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

art. 3 quinquies;

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

art. 6, “Norme generali”, terzo cpv;

art. 6 lett. G), secondo cpv;

art. 6 lett. I) punto b);

art. 7, “Altre forme di pubblicità”, primo periodo, lett. A) primo e secondo cpv, lett. E) cpv, lett. F) cpv; art. 5, lett. e), secondo periodo;

art. 9;

Titoli IV e Allegato n. 3;

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

art. 12, lett. D);

art: 13.

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

– la deliberazione del Consiglio Comunale n. 175 del 25 novembre 2002.

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

ART. 36**Ulteriori prescrizioni in tema di insegne di esercizio**

Alle insegne di esercizio di attività commerciali e di produzione di beni o servizi che contraddistinguono la sede ove si svolge l'attività cui si riferiscono, non si applicano gli artt. 7 comma 2,3 e 4; 8 comma 1, 2, 3 e 4; 10; 11 comma 1; 12 comma 1 secondo periodo, 1bis, 5, 6; 33bis del presente Regolamento.

Salvo quanto previsto dall'art. 35, è abrogata la deliberazione di Consiglio Comunale n. 254 del 6 novembre 1995, come modificata e integrata dalla deliberazione del Consiglio Comunale n. 260 del 29 settembre 1997 nei seguenti punti:

- Titolo II, art. 6, lettera A, punto 1; lettera b) limitatamente alle parole "a lettere singole e";
- Titolo II, art. 6, lettera A, punto 1; lettera e);
- Il rilascio di autorizzazioni all'installazione di insegne, annesse e strumentali agli esercizi commerciali e conformi alle norme tecniche, da apporre su immobili non vincolati ma ricadenti in zone assoggettate a vincolo paesaggistico, non è subordinato al rilascio del Nulla Osta da parte dell'Ente tutore del vincolo.

Art 37**Disposizioni di coordinamento**

In caso di contrasto fra le disposizioni del presente Regolamento e quelle dei Piani di cui all'art. 19 prevalgono le disposizioni del Regolamento.

Procedutosi alla votazione nella forma come sopra indicata, il Presidente, con l'assistenza dei Segretari, dichiara che la proposta risulta approvata con 25 voti favorevoli, 8 contrari e l'astensione dei Consiglieri Cantiani e Dinoi.

Hanno partecipato alla votazione i seguenti Consiglieri:

Azuni, Baglio, Battaglia E., Bordoni, Cantiani, Caprari, Celli, Coratti, Corsetti, D'Ausilio, De Luca, Di Biase, Dinoi, Ferrari, Ghera, Giansanti, Magi, Onorato, Palumbo, Panecaldo, Paris G., Paris R., Peciola, Pedetti, Piccolo, Policastro, Pomarici, Proietti Cesaretti, Quarzo, Raggi, Stampete, Stefano, Tempesta, Tiburzi e Tredicine.

La presente deliberazione assume il n. 50.

(O M I S S I S)

IL PRESIDENTE
M. CORATTI – F. MARINO

IL SEGRETARIO GENERALE
L. IUDICELLO

IL VICE SEGRETARIO GENERALE
L. MAGGIO

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

La presente deliberazione è stata adottata dall'Assemblea Capitolina nella seduta
del **30 luglio 2014**.

Dal Campidoglio, li

p. IL SEGRETARIO GENERALE

.....