

Regolamento Comunale sulla Pubblicità E sulle Pubbliche Affissioni

(TESTO EMENDATO)

INDICE

Art. 1 – Ambito di applicazione

PUBBLICITA'

Art. 2 – Autorizzazione preventiva

Art. 3 – Tipologie

Art. 4 – Documentazione richiesta

Art. 5 – Validità dell'autorizzazione – Rinnovo – Revoca – Duplicati

Art. 6 – Voltura dell'autorizzazione – Variazione del mezzo pubblicitario

Art. 7 – Pubblicità abusiva e difforme

Art. 8 – Spostamento e/o trasferimento degli impianti pubblicitari

Art. 9 – Cessazione della pubblicità – Manutenzione degli impianti – Rimozione

Art. 10 – Obblighi del titolare

Art. 11 – Divieti – Limiti – Imposizioni

Art. 11 bis – Apprezzamenti, Reclami, Segnalazioni

IMPOSTA SULLA PUBBLICITA'

Art. 12 – Classe di appartenenza

Art. 13 – Categoria delle località

Art. 14 – Aumento stagionale

Art. 15 – Pubblicità effettuata su spazi ed aree comunali

Art. 16 – Presupposto dell'imposta

Art. 17 – Soggetto passivo

Art. 18 – Modalità di applicazione dell'imposta

Art. 19 – Dichiarazione

Art. 20 – Pagamento dell'imposta

Art. 21 – Rettifica e accertamento d'ufficio

Art. 22 – Pubblicità ordinaria

Art. 23 – Pubblicità effettuata con veicoli

Art. 24 – Pubblicità effettuata con pannelli luminosi o proiezioni

Art. 25 - Pubblicità varia

Art. 26 – Riduzioni d'imposta

Art. 27 - Esenzioni dall'imposta

SERVIZIO DELLE PUBBLICHE AFFISSIONI

Art. 28 – Definizione

Art. 29 – Modalità

Art. 30 - Diritto sulle pubbliche affissioni

Art. 31 – Riduzioni del diritto

Art. 32 – Esenzioni dal diritto

REGIME SANZIONATORIO

Art. 33 – Sanzioni tributarie ed interessi

Art. 34 – Sanzioni amministrative

PIANO GENERALE DEGLI IMPIANTI PUBBLICITARI

Art. 35 – Oggetto e finalità

Art. 36 – Criteri, approvazione e revisione

Art. 37 – Collocazione dei mezzi pubblicitari

Art. 38 – Progetti riguardanti la Città

Art. 39 – Manufatti e cartelli per attività istituzionali

NORME TRANSITORIE

Art. 40 – Decorrenza

Art. 41 – Ufficio del Piano

Art. 42 – Modalità attuative

Art. 43 - Procedura di assegnazione su suolo pubblico

Art. 44 – Procedura di assegnazione su suolo privato

Art. 45 – Gestione dei lotti

Art. 46 – Progetti d’Ambito

Art. 47 – Norma finale

APPENDICE

ELENCO DELLE STRADE IN CATEGORIA SPECIALE

Art. 1

AMBITO DI APPLICAZIONE

1. Il presente Regolamento, adottato nell'ambito della potestà prevista dall'art. 52 del D.Lgs. 15.12.1997 n. 446, disciplina, nei limiti territoriali del Comune di Palermo, l'esecuzione della pubblicità ed il servizio delle pubbliche affissioni, nonché l'applicazione e la riscossione dell'imposta comunale sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni in conformità alle disposizioni contenute nel Decreto Legislativo 15 novembre 1993, n. 507. Per quanto non previsto dal presente Regolamento, si applicano le disposizioni di legge vigenti e, in quanto compatibili, le norme del Regolamento generale delle entrate tributarie comunali.
2. Il servizio per l'accertamento e la riscossione dell'imposta comunale sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni, in atto è gestito in forma diretta dal Comune.
3. L'Amministrazione si riserva, ove ne ravvisi la convenienza sia dal punto di vista economico che funzionale, di gestire il servizio in esternalizzazione. La scelta della forma per la gestione del servizio è di competenza del Consiglio Comunale che può affidare il servizio in concessione ad apposita azienda specializzata nel settore, secondo le disposizioni previste dal D.Lgs. n. 507 del 15.11.93.

PUBBLICITA'

Art. 2

AUTORIZZAZIONE PREVENTIVA

1. Prima di installare qualsiasi forma di pubblicità **sul territorio della città di Palermo**, gli interessati devono presentare al competente Ufficio Comunale specifica istanza che deve essere trasmessa per via telematica sulla modulistica appositamente indicata, seguendo le indicazioni nella stessa contenute. Limitatamente per le insegne di esercizio, la domanda può essere cumulativa per tipologie analoghe, purché riferita **al medesimo indirizzo**.
2. Nel caso in cui la domanda per la nuova installazione di mezzi pubblicitari non sia corredata dalla documentazione prevista dal presente articolo e l'interessato non provveda alla regolarizzazione nel termine di 30 giorni dal ricevimento della relativa richiesta scritta da parte dell'Ufficio, la domanda stessa verrà archiviata previa comunicazione all'utente.
3. L'Ufficio comunale, entro i 60 giorni successivi alla presentazione della domanda, concede o nega l'autorizzazione. Il provvedimento di diniego, adeguatamente motivato, deve essere emanato nel rispetto delle modalità e dei termini previsti dalla vigente disciplina contenuta nella L.R. n. 10/91 e successive modificazioni e integrazioni. Il termine di 60 giorni è prorogato dei tempi necessari per l'acquisizione dei pareri di altri Enti. Nel caso di impiantistica insistente su suolo pubblico, detto termine di 60 giorni può essere prorogato dei tempi strettamente necessari all'acquisizione del parere tecnico dei Settori competenti dell'Amministrazione; in tal caso, il termine per concedere o negare l'autorizzazione non dovrà comunque eccedere i 90 giorni decorrenti dalla richiesta. I termini di cui sopra saranno considerati **sospesi** nel caso in cui l'Ufficio inviti il richiedente a proporre soluzioni diverse o a produrre ulteriore documentazione ritenuta necessaria. In questi casi, i termini saranno sospesi fino alla produzione degli atti richiesti e prorogati dei tempi necessari per l'acquisizione dei pareri di altri Enti.

3 bis. Qualora fosse necessario acquisire pareri e/o nulla osta da altri Uffici e/o Settori dell'Amministrazione, il servizio competente indice una riunione, adottando la decisione finale conformemente all'esito della riunione.

4. Al richiedente, l'Ufficio comunica l'importo del pagamento relativo all'imposta comunale sulla pubblicità, da effettuare per il rilascio del provvedimento. L'autorizzazione rilasciata decade irrevocabilmente di diritto se non vengono effettuati i relativi pagamenti entro 30 giorni dal rilascio del provvedimento autorizzativo.
5. Entro 60 giorni dalla data dell'autorizzazione, il titolare è tenuto a presentare all'Ufficio idonea documentazione fotografica dell'impianto pubblicitario installato. In caso di inadempimento al suddetto obbligo, oppure in caso di difformità tra la documentazione tecnica presentata con l'istanza e l'effettiva realizzazione e collocazione dell'impianto, l'autorizzazione deve intendersi decaduta ad ogni effetto.
6. Per la collocazione delle insegne d'esercizio è prevista una proroga di ulteriori 30 giorni, la cui richiesta dovrà essere sottoposta con adeguate motivazioni all'Ufficio competente. In tal caso, il pagamento dell'ICP dovrà essere effettuato entro 30 giorni dalla ricezione della comunicazione relativa al ritiro dell'autorizzazione. E' fatto obbligo al soggetto autorizzato tenere presso la sede della propria attività il provvedimento autorizzativo relativo ai mezzi pubblicitari di cui è titolare.
7. I titolari di impianti di pubblicità permanente, qualora non possano installare entro i trenta giorni i manufatti, devono comunicare entro il suddetto termine tale impossibilità, pena la decadenza dell'autorizzazione. In tal caso, l'Ufficio concede una proroga di ulteriori trenta giorni per la collocazione e per il pagamento dell'imposta.
8. L'Amministrazione Comunale ha facoltà, in qualsiasi momento ed in relazione a mutate condizioni normative, pianificatorie, per esigenze di sicurezza o per esigenze di pubblica utilità, di ordinare la rimozione di ogni impianto ed il suo trasferimento in altra localizzazione idonea e nel rispetto dei contenuti del Piano Generale degli Impianti Pubblicitari.
9. L'autorizzazione è revocabile in qualunque momento l'Amministrazione Comunale lo ritenga opportuno per il verificarsi di situazioni ritenute ostative, derivando dal permanere dell'impianto pregiudizio a diritti od interessi generali.

ART. 3 TIPOLOGIE

1. Le installazioni dei mezzi pubblicitari sono permanenti o temporanee. Sono permanenti le pubblicità effettuate con impianti o manufatti stabilmente collocati sul territorio ed autorizzati con provvedimenti aventi durata pluriennale; le autorizzazioni permanenti hanno la durata di cinque anni e non è previsto il rinnovo tacito.
2. Sono temporanee le pubblicità autorizzate con atti aventi durata inferiore ad un anno solare. In tale caso, il rilascio del provvedimento deve avvenire entro 15 giorni dall'istanza: il richiedente, all'atto del ritiro del provvedimento, deve produrre la ricevuta di pagamento e solo dopo può installare il manufatto.
3. L'esecuzione delle seguenti forme di pubblicità e l'installazione dei relativi mezzi di diffusione sono soggette alla preventiva autorizzazione del Comune:
 - a) pubblicità effettuata con impianti o manufatti di carattere stabile;
 - b) striscioni trasversali e mezzi simili (solo per manifestazioni organizzate o patrocinate in via esclusiva dall'Amministrazione Comunale). L'autorizzazione è rilasciata con le prescrizioni disposte dall'art. 51 del D.P.R. 16 Dicembre 1992, n. 495 e successive modificazioni;

- c) tutte le altre forme di pubblicità (insegne monofacciali, bifacciali, iscrizioni, targhe e simili) consentite dal presente Regolamento, relative all'attività esercitata nei locali di un pubblico esercizio, di un'industria, di un commercio, di un'arte, di un'azienda di servizi o di una professione e finalizzate alla diffusione di notizie riguardanti l'attività esercitata;
- d) la pubblicità **temporanea**, effettuata nelle vie e piazze pubbliche o da tali luoghi visibile o percepibile, per un periodo **inferiore ad un anno solare**;
- e) la pubblicità di cui all'art. 23 ed all'art. 24 **ed art. 25**;
- f) la pubblicità effettuata con mezzi di diffusione installati sulla proprietà di terzi privati o pubblici diversi dal Comune, quando sono visibili o percepibili da vie o piazze pubbliche;
- g) la pubblicità effettuata negli stadi e negli altri impianti sportivi, anche parzialmente a cielo aperto, nelle aree mercatali, nelle gallerie e centri commerciali, nelle strutture ospedaliere, nelle stazioni di trasporto pubblico, negli impianti di distribuzione carburanti, nei sottopassi e simili;

Per le tipologie di cui al presente comma, in caso di mancato riscontro da parte del competente ufficio oltre i termini previsti dal presente Regolamento, non è configurabile l'istituto del silenzio-assenso.

- 4. Non è subordinata alla preventiva autorizzazione comunale, anche se tenuta al pagamento dell'imposta, la pubblicità;
 - a) effettuata all'interno delle vetrine o dei locali adibiti ad attività commerciali, (notizie relative alla propria attività o messaggi diretti a pubblicizzare una manifestazione sportiva, culturale, artistica). Le locandine ed i mezzi pubblicitari simili, esposti nelle sedi di esercizi artigianali o commerciali, per la pubblicità temporanea delle attività di terzi in genere ovvero di iniziative proprie a tempo determinato, debbono essere preventivamente esibiti al competente Ufficio comunale, con l'elenco delle località di esposizione, che provvederà alla loro timbratura, apponendo su di essi gli estremi del periodo di esposizione dichiarato dal contribuente, e liquida d'ufficio l'imposta dovuta;
 - b) effettuata e rivolta all'interno dei luoghi aperti al pubblico (campi sportivi, stadi, stazioni ferroviarie ed automobilistiche ed i trasporti pubblici, centri commerciali, locali cinematografici) quando non visibile o percepibile da vie o piazze pubbliche;
 - c) effettuata su veicoli per uso privato di cui all'art. 23 comma 3;
 - d) effettuata sulle tende solari, purché preventivamente autorizzate dai competenti Uffici del Comune, qualora ricadano su suolo pubblico. Se le tende solari ricadono su suolo privato (**in proprietà, in locazione o in concessione**) l'utente è tenuto alla attestazione della conformità della tenda alle normative vigenti;
 - e) effettuata sulle vetrine sotto forma di vetrofanie;
 - f) la pubblicità temporanea effettuata presso gli impianti di distribuzione carburante.

5 Nella fattispecie di cui al precedente comma l'utente è tenuto ad effettuare una comunicazione sull'apposito modulo, in cui viene descritta la tipologia, la quantità, la misura e l'ubicazione dei mezzi pubblicitari, allegando la documentazione richiesta e l'attestazione dell'avvenuto pagamento, qualora dovuto.

Art. 4
DOCUMENTAZIONE RICHIESTA

- 1 Per le forme pubblicitarie che comportano la posa in opera di impianti fissi, la domanda dovrà comprendere la seguente documentazione tecnica:
 - a) documentazione fotografica a colori (formato minimo cm. 10 x 15), in duplice copia, della posizione richiesta. Per le collocazioni su edifici, le fotografie devono risultare tali da consentire una completa visione di basamento e facciata, con gli eventuali altri impianti pubblicitari esistenti. Quando la pubblicità interessa lo spigolo del fabbricato, la fotografia dovrà anche documentare il risvolto del basamento. Le fotografie relative ad insegne di esercizio devono essere riprese con saracinesche alzate;
 - b) progetto, in due copie, che comprenda disegni particolareggiati del mezzo pubblicitario, con precisazione di quote, materiali, colori e caratteri grafici in scala non inferiore a 1:50; ed inoltre:
 - *per le collocazioni su edificio*: rilievo quotato, in scala non inferiore a 1:100, della facciata interessata, o adeguata porzione di essa, corredato dei riferimenti architettonici (aperture, cornici, fasce, materiali, ecc.); per le insegne a bandiera deve essere indicata anche la larghezza della via, la natura del marciapiede (rialzato o a raso) e la relativa larghezza;
 - *per le collocazioni su sedime (pubblico o privato)*: rilievo quotato, in scala non inferiore a 1:500, della porzione di area interessata con l'indicazione dell'esatta posizione richiesta, riferita ad elementi certi quali marciapiedi, recinzioni, alberature, elementi di arredo, edifici;
 - *per i murali o trompe-l'oeil*: bozza a colori in scala non inferiore a 1:100.
 - c) nulla osta del proprietario (in caso di condominio dell'amministratore) dell'edificio o dell'area interessata;
 - d) per gli impianti pubblicitari di grande formato, aventi superficie comunque superiore a metri quadrati 8,5 e collocati sui tetti o su pali propri con struttura soggetta all'azione del vento, dovrà essere fornita una dichiarazione con la quale la ditta si impegna a collocare l'impianto nel rispetto delle vigenti normative edilizie e in materia di sicurezza, assumendosene la responsabilità;
- 2 Per l'installazione di qualsiasi impianto pubblicitario luminoso o illuminato, sul suolo o su edifici, è necessario allegare fotocopia del certificato C.C.I.A.A. della ditta costruttrice dell'impianto dove è riportata l'abilitazione alla **DM 37/2008**. Entro 30 giorni dall'avvenuta installazione il richiedente dovrà consegnare la prescritta "dichiarazione di conformità" dell'impianto. Trascorso il termine su indicato senza che sia stata presentata la dichiarazione di conformità, si procederà alla revoca dell'autorizzazione.
- 3 L'istanza per l'autorizzazione di cui alla lettera f) del comma 3 art. 3, a pena di improcedibilità, deve contenere: l'atto di proprietà (in forma autenticata o mediante dichiarazione sostitutiva di notorietà) ovvero il consenso del terzo proprietario all'installazione del mezzo pubblicitario sulla sua proprietà, espresso con dichiarazione sostitutiva di notorietà, contenente anche la dichiarazione relativa alla titolarità del diritto e l'impegno ad assicurare tempestivamente l'accesso nell'area agli addetti comunali alla vigilanza, dietro loro motivata richiesta; autorizzazione del condominio, rilevabile dalla copia del verbale dell'assemblea condominiale, all'installazione del mezzo pubblicitario sulla proprietà comune. Qualora l'istanza sia relativa ad un messaggio in lingua straniera o dialettale, deve essere corredata dalla traduzione dello stesso in lingua italiana.
- 4 Nell'ipotesi in cui l'installazione del mezzo venga richiesta su beni ed aree vincolati ai sensi del **D.Lgs. 42/04** l'autorizzazione è subordinata al rilascio del parere della Soprintendenza ai Beni Culturali ed Ambientali **che**

sarà richiesto dall'Ufficio competente.

Se il mezzo pubblicitario proposto modifica la scansione delle partizioni architettoniche, occorre preliminarmente acquisire la prescritta concessione edilizia, che dovrà essere allegata alla domanda.

- 5** L'autorizzazione per l'installazione delle insegne d'esercizio è resa su progetto a firma di un tecnico iscritto all'ordine o all'albo professionale di appartenenza, o, nel caso di **esercizi di vicinato e/o** piccole strutture produttive, su semplice descrizione analitica e fotografica dell'intervento, presentati dal richiedente, e può contenere prescrizioni.
- 6** La pubblicità sui cantieri di nuova edificazione o di ristrutturazione è sempre commisurata al tempo strettamente necessario alla realizzazione dell'opera. Nei casi di pubblicità da effettuare nelle recinzioni di cantieri di lavoro per l'esecuzione di opere pubbliche o private, che abbiano la durata prevista di almeno 12 mesi, la richiesta di autorizzazione deve essere corredata dal consenso con firma autenticata ai sensi di legge del titolare dell'impresa di costruzione o del titolare della proprietà, ove si sia riservato contrattualmente tale diritto, dalla copia della concessione od autorizzazione edilizia, nonché dal progetto di sistemazione degli impianti pubblicitari, il quale deve essere approvato per il rilascio dell'autorizzazione. La durata massima delle autorizzazioni è identica a quelle dei lavori cui è riferito il cantiere; non potrà superare i due anni salvo proroga connessa alla non conclusione dei lavori. La proroga dovrà essere documentata e autorizzata dal competente Ufficio Comunale. Se le recinzioni sono collocate per un periodo inferiore ai dodici mesi, si applicano le disposizioni sulla pubblicità temporanea. Le superfici dei suddetti impianti non rientrano nelle quantità stabilite dall'art. 37.
- 7** E' prevista l'esposizione pubblicitaria di teli e trompe-l'oeil su ponteggi di cantiere, collegati alla realizzazione di interventi edilizi legati alla ristrutturazione ed al restauro di palazzi storici, di palazzi con valore artistico e di edifici di civile abitazione ubicati in varie zone della città, quali supporti di natura temporanea. La richiesta di autorizzazione deve essere corredata dalla seguente documentazione:
- a) nulla osta dei proprietari o conduttori delle porzioni di unità immobiliari retrostanti;
 - b) nulla osta del titolare dell'impresa di costruzione;
 - c) nulla osta del direttore dei lavori;
 - d) autorizzazione all'occupazione di suolo pubblico;
 - e) copia concessione o autorizzazione edilizia;
 - f) progetto quotato degli impianti pubblicitari corredata da una relazione tecnica che descriva le caratteristiche tecniche e strutturali degli impianti da esporre, a firma di un tecnico abilitato;
 - g) dichiarazione dell'avvenuta collocazione dell'impianto pubblicitario in conformità al progetto presentato e, comunque, in conformità alle norme vigenti in materia di sicurezza dei ponteggi e dei cantieri (qualora gli impianti pubblicitari siano illuminati è necessario produrre la certificazione di realizzazione dell'impianto d'illuminazione secondo le normative vigenti);
 - h) nulla osta, ove previsto, della Soprintendenza Regionale BB.CC.AA.;
 - i) cronoprogramma delle lavorazioni previste;
 - j) riproduzione grafica del telo o trompe-l'oeil comprensiva della facciata dalla quale si evinca la quota assensibile ad uso pubblicitario.

Il periodo di esposizione dei teli e trompe-l'oeil coincide con la durata della concessione/autorizzazione edilizia.

L'autorizzazione è rinnovabile ogni sei mesi, solo in vigenza dell'autorizzazione/concessione edilizia e comunque per un tempo massimo complessivo di due anni **indipendentemente da nuove autorizzazioni/concessioni edilizie afferenti al medesimo immobile**. Ai fini del rinnovo non è necessaria la presentazione della suddetta documentazione qualora non sussistano modifiche al progetto originario; qualsiasi variazione deve essere comunicata e autorizzata dal Comune.

8 Nell'ambito di tali supporti di esposizione pubblicitaria temporanea, le quote percentuali assentibili ad uso pubblicitario sono le seguenti:

1. - palazzi di pregio storico max 30%
2. - palazzi con valore artistico max 30%
3. - edifici in ristrutturazione max 40%.

La superficie sfruttabile per uso pubblicitario va calcolata esclusivamente in base alla superficie del rispettivo prospetto di esposizione e non è ammesso cumulare tra loro superfici pubblicitarie relative a prospetti diversi.

Il messaggio pubblicitario deve essere esposto contestualmente all'installazione, sui ponteggi, della riproduzione architettonica dei prospetti interessati o dell'immagine con contenuto artistico.

9 L'inserimento del messaggio pubblicitario, all'interno della più estesa riproduzione della facciata, deve essere curato in modo da evitare l'interruzione della continuità delle linee architettoniche caratterizzanti il prospetto e graficamente riprodotte.

L'esposizione di tali manufatti in ambito cittadino deve avvenire nell'osservanza delle prescrizioni normative vigenti.

Le modalità ed i criteri per l'esposizione di siffatti mezzi pubblicitari trovano la loro disciplina nel Piano Generale degli Impianti Pubblicitari.

Art. 5

VALIDITÀ DELL'AUTORIZZAZIONE – RINNOVO – REVOCA – DUPLICATI

- 1** Le autorizzazioni rilasciate per la pubblicità permanente effettuata con impianti o manufatti a carattere stabile hanno validità cinque anni. Non oltre 60 giorni antecedenti la scadenza dell'autorizzazione la ditta pubblicitaria può chiedere il rinnovo dell'autorizzazione, corredando l'istanza di autocertificazione nella quale dichiara che il manufatto pubblicitario interessato non ha subito variazione ed a conferma di ciò dovrà produrre recente documentazione fotografica dell'impianto.
- 2** Le autorizzazioni rilasciate per gli impianti pubblicitari tipo insegne d'esercizio e insegne pubblicitarie, collocate presso la sede dell'attività o nelle immediate pertinenze, hanno validità cinque anni. **Almeno 60 giorni** prima della scadenza, qualora non sussistano variazioni nelle predette insegne, l'utente è tenuto a produrre apposita richiesta per il rinnovo delle relative autorizzazioni, corredata della documentazione richiesta. L'Amministrazione si riserva la facoltà di effettuare delle verifiche per le insegne di cui sopra, alla scadenza dei cinque anni. Nell'ipotesi in cui sussistano delle variazioni delle insegne d'esercizio ed insegne pubblicitarie l'utente, alla scadenza dei cinque anni, dovrà produrre istanza per il rilascio delle nuove autorizzazioni.
- 3** La domanda di rinnovo, anche cumulativa, deve essere presentata almeno 60 giorni prima della scadenza e deve essere corredata della seguente documentazione:
 - **due fotografie a colori (cm. 10 x 15) dei mezzi pubblicitari in opera;**

- **autodichiarazione, redatta ai sensi del D.P.R. n. 445/2000, di conformità del mezzo pubblicitario in opera quanto in precedenza autorizzato.**

Non è concesso il rinnovo dell'autorizzazione se il richiedente non è in regola con i pagamenti tributari dovuti ovvero se la tipologia pubblicitaria in atto è difforme da quella precedentemente autorizzata.

Non avranno diritto ad ottenere nuove autorizzazioni quei soggetti che non hanno assolto gli obblighi tributari, ad eccezione dei casi in cui le eventuali pendenze siano oggetto di contenzioso tributario. In tali casi, nelle more che si proceda al rinnovo dell'autorizzazione, è previsto il mantenimento dell'impianto pubblicitario esclusivamente nell'ipotesi in cui non siano state apportate variazioni strutturali e di posizione all'impianto stesso.

- 4** L'autorizzazione decade automaticamente per il mancato pagamento dell'imposta di pubblicità per quattro trimestralità consecutive ed è sospesa:

- per accertate difformità rispetto all'oggetto dell'autorizzazione;
- per inadempimento degli obblighi derivanti dall'autorizzazione.

Le criticità rilevate saranno valutate dall'Ufficio che comunicherà alla ditta pubblicitaria eventuali prescrizioni a cui la stessa dovrà attenersi. L'inottemperanza a dette prescrizioni **entro 30 (trenta) giorni** comporterà la decadenza dell'autorizzazione.

- 5.** Il mancato materiale ritiro, da parte dell'istante, dell'autorizzazione richiesta entro 60 giorni dalla data di comunicazione di avvenuto rilascio, comporta la decadenza dell'autorizzazione medesima. Detto termine potrà essere prorogato per un massimo di 15 giorni, su richiesta scritta e validamente motivata da parte dell'intestatario dell'autorizzazione, entro il suddetto termine di 60 giorni.

- 6** Alla domanda, per ottenere un duplicato dell'atto dell'autorizzazione, deve essere allegata una dichiarazione redatta ai sensi del precitato D.P.R. 445/2000.

Art. 6

VOLTURA DELL'AUTORIZZAZIONE, VARIAZIONE DEL MEZZO PUBBLICITARIO

- 1** In caso di modifiche formali e sostanziali del soggetto intestatario dell'autorizzazione, è necessario produrre nuova istanza ai fini autorizzativi, corredata dai documenti attestanti la variazione.
- 2** Entro 90 giorni dalla cessione, ovvero dalla trasformazione o fusione della società titolare dell'autorizzazione, **nel rispetto del Decreto legislativo 163/2006 e ss.mm.ii**, deve essere presentata domanda di voltura dal nuovo soggetto titolare. La domanda dovrà contenere la dichiarazione, redatta ai sensi del D.P.R. 445/2000, che i mezzi pubblicitari esistenti rispettano le norme dettate dal Piano Generale degli Impianti e dal Regolamento ed inoltre la documentazione relativa alla cessione / trasformazione / fusione della Società titolare dell'autorizzazione, nonché copia delle autorizzazioni rilasciate per i mezzi pubblicitari.
- 3** È concessa la voltura dell'autorizzazione purché siano stati assolti i pagamenti dell'imposta di pubblicità e/o suolo pubblico dal cessante o vengano corrisposti dal subentrante. **Il relativo procedimento deve essere concluso entro 60 giorni dalla presentazione dell'istanza.**
- 4** E' necessario richiedere la voltura dell'autorizzazione relativa ad una insegna nel caso in cui l'esercizio sia concesso in gerenza o locazione commerciale che comunque non abbia dato luogo a cessione; pur tuttavia rimane nella facoltà del subentrante nella attività di gestione presentare contratto di gerenza o locazione commerciale e dichiarazione prevista all'articolo **19**, non modificando le caratteristiche dei manufatti

pubblicitari.

- 5 L'omessa presentazione della domanda di voltura o l'effettuazione abusiva di variazione del mezzo pubblicitario, comporta la decadenza delle autorizzazioni precedentemente concesse; tutti gli impianti in atto saranno considerati abusivi e applicate le sanzioni previste dalla legge.
- 6 E' necessario presentare domanda di voltura anche nel caso in cui sia solamente cambiata la denominazione o la ragione sociale, restando invariata la partita IVA e il codice fiscale. E' possibile utilizzare la documentazione tecnica già agli atti d'ufficio se non vi sono state variazioni nei messaggi pubblicitari, nelle forme e nelle dimensioni dei mezzi pubblicitari: il soggetto richiedente dovrà dichiarare, ai sensi D.P.R. 445/2000, che i mezzi pubblicitari autorizzati non hanno subito alcuna variazione.
- 7 La variazione della pubblicità che determini la modificazione del mezzo pubblicitario o della sua ubicazione, è subordinata all'autorizzazione del Comune da richiedere preventivamente, con le stesse modalità previste per il rilascio dell'autorizzazione iniziale. Se le modifiche determinano la sostituzione del messaggio pubblicitario, con eccezione della fattispecie delle affissioni dirette di manifesti, il relativo bozzetto deve essere preventivamente esaminato dall'Amministrazione per valutarne e dichiararne la conformità alla vigente regolamentazione.
- 8 E' consentito, previa autorizzazione, un diverso orientamento del mezzo pubblicitario sia per esigenze di pubblica utilità sia per adattare il mezzo in opera alle innovazioni intervenute sull'assetto viario o ambientale.

Art. 7

PUBBLICITA' ABUSIVA E DIFFORME

- 1 Sono considerate abusive tutte le forme di pubblicità poste in opera e/o effettuate senza la prescritta autorizzazione.
- 2 Sono considerate difformi tutte le forme di pubblicità poste in opera e/o effettuate in modo non corrispondente alle condizioni e caratteristiche dettate nell'autorizzazione, ed, in modo particolare, per quanto riguarda la forma, il contenuto, le dimensioni, l'illuminazione, i colori, la sistemazione e l'ubicazione del mezzo pubblicitario.
- 3 Entrambe le tipologie di pubblicità sono sanzionate ai sensi del presente Regolamento.
- 4 **Non sono consentiti nell'esposizione pubblicitaria immagini, contenuti o messaggi che istigano alla violenza, all'odio razziale, alla discriminazione sessuale e/o religiosa, alla violazione dei contenuti già adottati dall'Amministrazione Comunale con le Convenzioni Internazionali UNICEF e della Convenzione del consiglio d'Europa ad Istanbul sulla prevenzione e la lotta contro la violenza nei confronti delle donne e la violenza domestica.**

Nell'esposizione pubblicitaria, relativa ai giochi con vincita in denaro, ai fini di tutelare l'interesse primario degli individui, ed in particolare dei minori, non sono consentiti, altresì, immagini, contenuti e messaggi che incoraggino il gioco eccessivo o incontrollato, che presentino e suggeriscano che il gioco sia un modo per risolvere i problemi finanziari o personali, che il gioco costituisca una fonte di guadagno facile o di sostentamento alternativa al lavoro. Tutte le comunicazioni commerciali dei giochi con vincita in denaro devono contenere una chiara e precisa avvertenza che il gioco è vietato ai minori di 18 anni.

Art. 8
SPOSTAMENTO E/O TRASFERIMENTO DEGLI IMPIANTI PUBBLICITARI

- 1** E' previsto lo spostamento e/o il trasferimento degli impianti pubblicitari qualora sopravvengano esigenze di pubblica utilità (progetti legati ad interventi sul territorio comunale provenienti sia da soggetti pubblici che da soggetti privati), progetti di ristrutturazione di immobili provenienti da soggetti privati (l'Amministrazione Comunale si riserva di valutarne l'accogliibilità), progetti su immobili di valore storico-artistico, in cui la presenza di impianti pubblicitari nell'area di svolgimento dei lavori possa causare ostacolo alla realizzazione.
- 2** Le ditte pubblicitarie che dovranno spostare e/o trasferire i propri impianti pubblicitari, dovranno presentare la **documentazione di cui all'art.4 comma 1** e la seguente documentazione di cui all'art. 21 del Regolamento Edilizio, adeguato al D. Dir. 558/02, di rettifica del Dir. 124/DRU/02 di approvazione:
 - istanza, trasmessa a mezzo PEC, indirizzata allo Sportello Unico per le Attività Produttive – Servizio rilascio concessioni occupazione suolo pubblico e pubblicità sottoscritta dagli aventi titolo a norma di legge in cui vengono indicati i siti alternativi;
 - Relazione tecnica degli impianti a firma di un tecnico abilitato;
 - Stralcio dello strumento urbanistico vigente riferito alla zona interessata;
 - Progetto degli impianti ai sensi del comma 4 art. 5 D.M. 37/08 dell'impianto elettrico;
 - Planimetria quotata alla scala 1:100 o 1:50;
 - Autocertificazione ai sensi dell'art. 96 della L.R. n. 11 del 12/05/2010;
 - Documentazione fotografica, corredata da planimetria con indicati i punti di vista;
 - Autocertificazione resa ai sensi dell'art. 53 del D.P.R. 16/12/1992 n. 495 del Regolamento di esecuzione **del Codice della strada**;
 - Elaborati grafici riguardanti i particolari di ancoraggio dell'impianto al suolo;
 - Sezione trasversale del tratto di marciapiede interessato dall'impianto con indicata la larghezza del marciapiede;
 - Autocertificazione a firma di un tecnico abilitato relativamente alla staticità e alla sicurezza dell'impianto comprensivo di calcoli strutturali;
 - Asseverazione dell'assenza delle reti di sottoservizi nel sito richiesto per il trasferimento dell'impianto.
- 3** Tutta la documentazione deve essere presentata in triplice copia a firma di tecnico abilitato: una parte della documentazione verrà trasmessa al Settore Mobilità e Traffico per la conformità dei nuovi siti al Codice della Strada ed al Regolamento di attuazione e, successivamente, verrà valutata da professionalità tecniche per la verifica della conformità al Regolamento Edilizio ed a detto Regolamento.
- 4** Una volta approvato dall'Amministrazione Comunale il Piano Generale degli Impianti, il trasferimento dei manufatti sarà consentito entro i limiti delle superfici residue dopo l'aggiudicazione dei lotti.

ART. 9
CESSAZIONE DELLA PUBBLICITÀ, MANUTENZIONE DEGLI IMPIANTI E RIMOZIONE

- 1** La denuncia di cessazione della pubblicità, la decadenza o la revoca dell'autorizzazione comporta l'obbligo della restituzione del provvedimento e della rimozione integrale dell'impianto, nonché il ripristino delle condizioni preesistenti. Qualora non venga individuato il titolare dell'autorizzazione, l'impianto viene rimosso d'ufficio. La mancata osservanza delle norme contenute nel presente articolo comporta l'applicazione delle

sanzioni amministrative previste dalla normativa.

- 2 La rimozione dei mezzi pubblicitari nel corso dell'anno non dà diritto ad alcun rimborso dell'imposta sulla pubblicità già pagata per detto anno.
- 3 La rinuncia all'autorizzazione deve essere presentata entro il 31 gennaio di ogni anno per gli impianti pubblicitari rimossi dai titolari entro il 31 dicembre dell'anno precedente. In caso contrario l'autorizzazione si intende vigente e dovrà essere corrisposta l'imposta di pubblicità e/o suolo pubblico per l'intero anno.
- 4 Qualora la cessazione o la sostituzione in corso d'anno, di un mezzo pubblicitario con funzione di insegna di esercizio, determini una superficie di esposizione pubblicitaria uguale o inferiore a 5 mq, l'esenzione di cui all'art. 2 bis della Legge 75/2002, viene applicata a partire dall'anno successivo.

Art. 10 OBBLIGHI DEL TITOLARE

- 1 Il titolare dell'autorizzazione è responsabile di tutto quanto attiene alla sicurezza e allo stato di manutenzione dei propri impianti e solleva l'Amministrazione Comunale da ogni responsabilità civile o penale.
- 2 Il titolare dell'autorizzazione (ditta proprietaria per impianti di esercizio o esecutrice per impianti a carattere pubblicitario generale) è responsabile del mezzo pubblicitario, anche con riferimento alle preesistenze edilizie o ai sedimi, dell'osservanza delle norme di sicurezza, della manutenzione nonché, in caso di cessazione dell'autorizzazione o di rimozione volontaria o coatta, del ripristino dello "status quo ante".
- 3 Tutti gli impianti pubblicitari devono essere sottoposti a periodici accertamenti sul loro stato di conservazione a cura degli interessati e dagli stessi mantenuti sempre in perfetto ordine, secondo le autorizzazioni; qualora venga accertato che lo stato di conservazione non sia più rispondente alle esigenze di estetica e/o di sicurezza, l'Amministrazione Comunale potrà richiederne il ripristino assegnando un congruo termine rapportato alla tipologia dell'impianto. Trascorso il termine stabilito, il Comune procederà alla rimozione coattiva addebitando agli interessati le relative spese. Tutte le strutture delle insegne di esercizio, alle quali viene tolta unilateralmente efficacia pubblicitaria (copertura dell'insegna o disattivazione del messaggio), devono essere rimosse entro 60 giorni se non verrà prodotta nuova dichiarazione e istanza.

Art. 11 DIVIETI, LIMITI ED IMPOSIZIONI

- 1 Su tutto il territorio comunale è vietata:
 - a) la pubblicità a luci intermittenti che possa generare confusione o distrazione, **fatta eccezione per le luci LED e quelle a basso impatto energetico nei casi previsti dall'art. 23 C.d.S. (D.Lvo 285/1992)**;
 - b) la pubblicità mediante il lancio di manifestini a carattere pubblicitario o commerciale o mediante apposizione degli stessi sui mezzi di trasporto;
 - c) la pubblicità fonica a posto fisso, nelle vie e piazze pubbliche o da tali luoghi percepibile e mobile con veicoli ed autoveicoli in genere, ad eccezione di quella relativa alla diffusione di messaggi di pubblico interesse e di quella consentita nel periodo della campagna elettorale (art. 59 DPR 495/92 ed art. 7 legge 4 aprile 1956 e successive modificazioni);
 - d) l'installazione di mezzi pubblicitari e locandine sui sostegni della pubblica illuminazione, sui pali della segnaletica verticale, su ringhiere e balconi.

- 2** Tenuto conto dei limiti imposti dal vigente Codice della Strada (art. 23 D.Lgs. 285/1992 - articoli dal 47 al 59 del D.P.R. 495/1992 - D.P.R. 610/1996), sono in generale vietati:
- a) i mezzi pubblicitari di qualunque specie e le tende che per dimensioni, forma, colore, disegno ed ubicazione possono ingenerare confusione con la segnaletica stradale, ovvero renderne difficile la comprensione o ridurre la visibilità o l'efficacia;
 - b) i cartelli e le paline collocati sul suolo pubblico o privato posizionati a meno di 3 metri dagli incroci, da impianti semaforici e dagli altri mezzi pubblicitari;
 - c) **I mezzi pubblicitari rifrangenti o luminosi che possono produrre abbagliamento in posizione trasversale al senso di marcia dei veicoli;**
 - d) i mezzi pubblicitari con l'inserimento di luci di colore rosso, verde o giallo, collocati ad una distanza inferiore a metri 15 dagli impianti semaforici (ad eccezione delle deroghe previste dalla legge);
 - e) le scritte con caratteri adesivi fuori dal vano della vetrina o della porta d'ingresso dell'esercizio;
 - f) le scritte con vernice su fondo stradale, sugli alberi e sui pali;
 - g) mezzi pubblicitari di qualsiasi genere su alberi, arbusti, siepi, monumenti e fontane;
 - h) cartelli, piloni, paline relativi a singoli punti di vendita carburanti al di fuori delle loro singole aree di esercizio;
 - i) la collocazione di qualunque installazione pubblicitaria diversa da quella segnaletica sulle isole di traffico delle intersezioni canalizzate ed aree di intersezione;
 - j) l'apposizione di messaggi pubblicitari sui bordi dei marciapiedi e dei cigli stradali;
 - k) l'apposizione sui chioschi di mezzi pubblicitari non attinenti all'attività svolta;
 - l) l'affissione di manifesti al di fuori degli appositi spazi;
 - m) impianti pubblicitari collocati su colonne, balaustre e inferriate decorate, su fregi, cornici o qualunque altro elemento architettonico atto a caratterizzare l'immagine;
 - n) le vetrofanie che presentino soluzioni precarie o disordinate;
 - o) le luci a rapido movimento o intermittenti; la luminosità in generale deve essere contenuta a livelli tali da non creare disturbo;
 - p) nuove vetrinette mobili, se non in caso di progettazione coordinata per ambiti o ripristino di preesistenza storica;
 - q) la collocazione di striscioni attraverso le vie nella ZONA ROSSA del territorio cittadino **corrispondente al perimetro dei Quattro Mandamenti del Centro Storico, così come individuato dal P.P.E. fino a comprendere i Giardini di Villa Giulia e dell'Orto Botanico, nonché i Centri Storici di Mondello e Sferracavallo.** E' consentita nelle altre zone del territorio in occasione di manifestazioni organizzate o patrocinate esclusivamente dall'Amministrazione Comunale;
 - r) le iniziative pubblicitarie, su qualsiasi mezzo pubblicitario, avente per oggetto i servizi funerari genericamente intesi, a meno di 250 mt. da ingressi d'ospedali, camere mortuarie, ricoveri, istituti per anziani, cimiteri. Sono escluse dal divieto le insegne d'esercizio indicanti la sede dell'attività;
 - s) **le iniziative pubblicitarie, su qualsiasi mezzo pubblicitario, avente per oggetto il gioco d'azzardo, a meno di 250 metri da ingressi di scuole primarie e secondarie.**
- 3** Divieti previsti dal Decreto Legislativo 22/01/04, n. 42 "Codice dei beni culturali e del paesaggio, ai sensi dell'articolo 10 della legge 06/07/02, n. 137" e precisamente:

E' vietato collocare o affiggere cartelli o altri mezzi di pubblicità sugli edifici e nelle aree tutelati come beni culturali. La Soprintendenza BB.CC.AA. può, tuttavia, esprimere parere favorevole al collocamento o l'affissione quando non ne derivi danno all'aspetto, al decoro e alla pubblica fruizione di detti edifici ed aree. In tal caso il parere è trasmesso al Comune ai fini dell'eventuale rilascio del provvedimento autorizzativo di competenza.

Lungo le strade site nell'ambito o in prossimità dei beni indicati al comma 3 lettera a., è vietato collocare cartelli o altri mezzi di pubblicità, salvo autorizzazione rilasciata ai sensi della normativa in materia di circolazione stradale e di pubblicità sulle strade e sui veicoli, previo parere favorevole della Soprintendenza sulla compatibilità della collocazione o della tipologia del mezzo di pubblicità con l'aspetto, il decoro e la pubblica fruizione dei beni tutelati.

In relazione ai beni indicati al comma 3 **del succitato decreto**, la Soprintendenza, valutata la compatibilità con il loro carattere artistico o storico, rilascia o nega il nulla osta per l'utilizzo a fini pubblicitari delle coperture dei ponteggi predisposti per l'esecuzione degli interventi di conservazione, per un periodo non superiore alla durata dei lavori. A tal fine, alla richiesta di nulla osta deve essere allegato il contratto di appalto dei lavori medesimi. Si rimanda all'art. 4, comma 7, la disciplina di teli e trompe-l'oeil su ponteggi di cantiere.

4 Su tutto il territorio comunale è consentita:

- a) la pubblicità sui veicoli, in osservanza delle disposizioni previste dall'art. 23 del Codice della Strada e dall'art. 57 del Regolamento di attuazione e successive modificazioni;
- b) l'esposizione di messaggi pubblicitari su aree attrezzate a verde, sia pubbliche sia private, in conformità ad appositi piani particolareggiati.

Art. 11 Bis APPREZZAMENTI, RECLAMI, SEGNALAZIONI

- 1. Le/I singole/i cittadine/i, consumatrici/tori, come le loro associazioni, possono segnalare al Comune di Palermo o al Comitato di Controllo dell'Istituto dell'Autodisciplina Pubblicitaria la comunicazione commerciale ritenuta lesiva della dignità umana e dell'integrità della persona.**
- 2. Sarà cura dell'Amministrazione Comunale dare massima diffusione alla cittadinanza dell'attivazione di un numero comunale di pubblica utilità e del portale on-line sul sito istituzionale a cui rivolgersi e/o registrarsi per segnalare abusi e comunicazioni pubblicitarie ritenute lesive della dignità umana e dell'integrità della persona e/o non conformi alle norme stabilite dal Codice di Autodisciplina.**
- 3. Chiunque ritenga di subire pregiudizio da attività di comunicazione commerciale contrarie al Codice di Autodisciplina della Comunicazione Commerciale può chiedere l'intervento del Giurì dell'istituto dell'Autodisciplina Pubblicitaria nei confronti di chi, avendo accettato il Codice stesso in una qualsiasi delle forme indicate nelle norme preliminari e Generale, abbia compiuto le attività ritenute pregiudizievoli.**

La parte interessata deve presentare una istanza scritta al competente Settore Comunale e/o al Comitato di Controllo dell'Istituto dell'Autodisciplina Pubblicitaria indicando la comunicazione commerciale che intende sottoporre all'esame del Giurì, esponendo le proprie ragioni, allegando la relativa documentazione e i previsti diritti d'istanza.

IMPOSTA SULLA PUBBLICITA'

Art. 12 CLASSE DI APPARTENENZA

- 1 Il Comune di Palermo, ai sensi dell'art. 2 del D.Lgs. n. 507/93, rientra nella prima classe impositiva.

Art. 13 CATEGORIA DELLE LOCALITÀ

- 1 Agli effetti dell'applicazione dell'imposta comunale sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni, le località del territorio comunale, in relazione alla loro importanza, sono suddivise in due categorie: una normale ed una speciale.
- 2 Per la categoria speciale **di cui all'allegato elenco** la tariffa, esclusi i manifesti di carattere non commerciale, è maggiorata del 150 per cento rispetto alla categoria normale.
- 3 L'elenco delle località considerate in categoria speciale resta quello stabilito (vedi APPENDICE) con la deliberazione di G.M. n. 4210 del 2.12.88, ratificata dal C.C. il 30.06.89 con delibera n. 228.
- 4 Per le insegne relative alle attività ricadenti in zone rimozioni, determinate dal Comitato per l'ordine e la sicurezza, comprese nell'elenco della categoria speciale, non si applica la maggiorazione prevista al comma 2 se la zona rimozione viene mantenuta per un periodo superiore a 180 giorni nell'arco dell'anno solare. I beneficiari sono tenuti, pertanto, ad effettuare il pagamento nei termini di legge dell'imposta comprensiva della maggiorazione. Superato il periodo di cui sopra, a richiesta degli stessi, previa dichiarazione di responsabilità ai sensi di legge circa la durata della zona rimozione, il Comune è tenuto al rimborso della somma versata in più per tale motivo.

Art. 14 AUMENTO STAGIONALE

- 1 Nel periodo dal 1 giugno al 30 settembre per la località turistiche di Mondello e Sferracavallo **nelle vie** sotto delimitate, le tariffe previste dal presente Regolamento agli artt. **22** comma 2, **25** commi 2,3,4 e 5 e all'articolo **24**, nonché quella di cui all'art. **30** per le pubbliche affissioni, limitatamente ai manifesti di carattere commerciale, sono maggiorate del 50 per cento: **MONDELLO**: uscita Favorita, Viale Margherita di Savoia, Viale Regina Elena, Via Torre di Mondello, Piazza Mondello, Via Piano di Gallo sino allo Hotel "La Torre", Via Mondello sino a Viale Principe di Scalea, Viale Principe di Scalea e tutte le traverse comprese nel perimetro delle predette località. **SFERRACAVALLLO**: dalla Via Sferracavallo sino alla località "Marconi" confinante con il territorio del Comune di Isola delle Femmine.

Art. 15 PUBBLICITÀ EFFETTUATA SU SPAZI ED AREE COMUNALI

- 1 Gli impianti pubblicitari e affissionistici installati su beni appartenenti o dati in godimento al Comune sono assoggettati, oltre al pagamento dell'imposta sulla pubblicità, alla tassa occupazione spazi ed aree pubbliche ed al pagamento di eventuali canoni qualora la pubblicità viene effettuata su impianti di proprietà comunale.

Art. 16
PRESUPPOSTO DELL'IMPOSTA

- 1 La diffusione di messaggi pubblicitari effettuata attraverso forme di comunicazione visive o acustiche, diverse da quelle assoggettate al diritto sulle pubbliche affissioni, in luoghi pubblici aperti al pubblico o da tali luoghi percepibili, è soggetta all'imposta sulla pubblicità prevista dal presente Regolamento.
- 2 Ai fini dell'imposizione, si considerano rilevanti i messaggi diffusi nell'esercizio di un'attività economica allo scopo di promuovere la domanda di beni o servizi, ovvero finalizzati a migliorare l'immagine del soggetto pubblicizzato.

Art. 17
SOGGETTO PASSIVO

- 1 Il soggetto passivo dell'imposta sulla pubblicità, tenuto al pagamento in via principale, è colui che dispone a qualsiasi titolo del mezzo attraverso il quale viene diffuso il messaggio pubblicitario.
- 2 È solidamente obbligato al pagamento dell'imposta colui che produce o vende la merce o fornisce i servizi oggetto della pubblicità

Art. 18
MODALITÀ DI APPLICAZIONE DELL'IMPOSTA

- 1 L'imposta sulla pubblicità è determinata in base alla superficie della minima figura piana geometrica che circonda il mezzo pubblicitario, indipendentemente dal numero dei messaggi in esso contenuti.
- 2 Per mezzo pubblicitario s'intende qualsiasi manufatto attraverso il quale viene diffuso il messaggio, che può essere costituito da scritte, figure, disegni, fregi, guarnizioni e da quant'altro è rivolto a dare più risalto al soggetto pubblicizzato, il cui perimetro definisce la figura piana in base alla quale va calcolata la superficie imponibile. Qualora il mezzo pubblicitario è racchiuso in una cornice luminosa, questa determina la figura piana in base alla quale si calcola la superficie.
- 3 La superficie imponibile risultante dal titolo autorizzativo non può essere variata in caso di utilizzo parziale o limitato del manufatto.
- 4 Le superfici inferiori al metro quadrato si arrotondano per eccesso al metro quadrato e le frazioni di esso, oltre il primo, a mezzo metro quadrato. Non sono soggette all'imposta le superfici inferiori a trecento centimetri quadrati (30 x 10 oppure 20 x 15).
- 5 Per le insegne bifacciali le due superfici si considerano separatamente e conseguentemente per ciascuna di esse si procede come al punto precedente.
- 6 Per i mezzi pubblicitari polifacciali l'imposta si calcola in base alla superficie complessiva adibita alla pubblicità.
- 7 Per i mezzi pubblicitari aventi dimensioni volumetriche l'imposta si calcola in base alla superficie complessiva risultante dallo sviluppo del minimo solido geometrico che circonda il mezzo stesso.
- 8 I festoni di bandierine, i mezzi di identico contenuto pubblicitario e quelli riferibili al medesimo soggetto passivo, se collocati in connessione tra loro e quindi funzionalmente finalizzati a diffondere nel loro insieme lo stesso messaggio pubblicitario, si considerano, ai fini del calcolo della superficie imponibile, come un unico mezzo pubblicitario.
- 9 La superficie per le insegne costituite da singole lettere, anche se a distanza tra loro, è determinata in base

alla figura minima piana geometrica che circonda l'iscrizione per l'intero suo sviluppo, compresi disegni, figure, ecc.

- 10** Le maggiorazioni a qualunque titolo previste sono cumulabili tra loro e devono essere applicate alla tariffa base; le riduzioni non sono cumulabili.
- 11** Qualora la pubblicità di cui agli articoli 22 e 23 venga effettuata in forma luminosa o illuminata la relativa tariffa d'imposta è maggiorata del 100 per cento.

Art. 19 DICHIARAZIONE

- 1** Il soggetto passivo obbligato al pagamento dell'imposta, una volta ottenuta l'autorizzazione e prima di iniziare l'installazione degli impianti, è tenuto a presentare all'ufficio impositivo apposita dichiarazione, anche cumulativa, nella quale devono essere indicate le caratteristiche, la durata della pubblicità e la ubicazione dei mezzi pubblicitari da esporre.
- 2** La dichiarazione deve essere presentata anche nel caso di mutamenti della ragione sociale o del titolare dell'attività, oppure in caso di variazione della pubblicità che comporti la modifica della superficie imponibile o del tipo di pubblicità esposta. In questi casi, esclusa la variazione della luminosità del mezzo (da ordinaria a luminosa e viceversa), alla dichiarazione deve essere allegata la copia della precedente autorizzazione; l'ufficio è tenuto ad effettuare il conguaglio tra l'importo pagato e quello dovuto per lo stesso periodo in base alla nuova dichiarazione.
- 3** La dichiarazione per la pubblicità annuale ha effetto anche per gli anni successivi, purché non si verifichi alcuna modifica rispetto a quanto preventivamente autorizzato e dichiarato; tale pubblicità si intende prorogata con il pagamento della relativa imposta da effettuare entro il 31 gennaio dell'anno di riferimento, se entro lo stesso termine non viene presentata la denuncia di cessazione.
- 4** La presentazione della dichiarazione e dell'eventuale attestazione del versamento dell'imposta per la pubblicità esposta senza la preventiva autorizzazione, come prevista dal presente Regolamento, non esplica alcun effetto ai fini della regolarizzazione autorizzativa e impositiva ed i mezzi pubblicitari, ove collocati, si considerano abusivi e quindi, come tali, perseguibili ed assoggettabili all'applicazione delle sanzioni tributarie ed amministrative previste nei successivi articoli. L'imposta eventualmente versata sarà trattenuta a titolo di acconto di quanto dovuto, da definire in sede di contenzioso.
- 5** Qualora venga omessa la presentazione della dichiarazione, la pubblicità di cui agli articoli 22, 23 e 24, commi 1, 2 e 3 si presume effettuata, in ogni caso, con decorrenza dal primo gennaio dell'anno in cui è stata accertata; per le altre fattispecie la presunzione opera dal primo giorno del mese in cui è stato effettuato l'accertamento.

Art. 20 PAGAMENTO DELL'IMPOSTA

- 1** L'imposta è dovuta per le fattispecie previste dall'art. 22, commi 1 e 3, dall'art. 23 e dall'art. 24, commi 1 e 3, per anno solare di riferimento cui corrisponde un'autonoma obbligazione tributaria; per le altre fattispecie il periodo d'imposta è quello specificato nelle relative disposizioni.
- 2** Il pagamento dell'imposta sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni devono essere effettuati

secondo le modalità indicate dal competente Ufficio Comunale. Per i pagamenti si procederà con arrotondamento all'euro per difetto se la frazione è inferiore o uguale a 49 centesimi, ovvero per eccesso se superiore a detto importo. L'attestazione dell'avvenuto pagamento deve essere allegata alla dichiarazione per la pubblicità o alla richiesta per le affissioni e deve essere presentata al momento del ritiro del relativo provvedimento autorizzativo.

- 3** Per la pubblicità relativa a periodi inferiori all'anno solare, l'imposta deve essere corrisposta in unica soluzione; per la pubblicità annuale l'imposta può essere corrisposta in rate trimestrali anticipate qualora sia d'importo superiore ad euro millecinquecentoquarantanove e trentasette centesimi (€ 1.549,37).
- 4** La riscossione coattiva dell'imposta si effettua secondo le disposizioni delle seguenti normative: Legge 296/2006 art. 1 comma 163 – 164 e successive modificazioni, vale a dire mediante ruolo, secondo le modalità ed i tempi di seguito formulati. Il ruolo deve essere formato e reso esecutivo entro il 31/12 del terzo anno successivo a quello in cui l'avviso di accertamento o di rettifica è stato notificato ovvero, in caso di sospensione della riscossione, entro il 31/12 dell'anno successivo a quello di scadenza del periodo di sospensione. I crediti per l'imposta comunale sulla pubblicità e per il diritto sulle pubbliche affissioni godono del privilegio generale sui mobili del debitore, ai sensi dell'art. 2752, comma 4, del Codice Civile.
- 5** Entro il termine di cinque anni decorrenti dal giorno in cui è stato effettuato il pagamento, ovvero da quello in cui è stato definitivamente accertato il diritto al rimborso, il contribuente può chiedere la restituzione di somme versate e non dovute mediante apposita istanza. L'ufficio è tenuto a provvedere nel termine di **centocinquanta** giorni.

Art. 21 RETTIFICA E ACCERTAMENTO D'UFFICIO

- 1** L'ufficio impositivo procede alla rettifica delle dichiarazioni incomplete o infedeli o dei parziali o ritardati versamenti, nonché all'accertamento d'ufficio delle omesse dichiarazioni o degli omesi versamenti, notificando al contribuente, anche a mezzo posta con raccomandata con avviso di ricevimento, un apposito avviso motivato, comprensivo delle sanzioni. Gli avvisi di accertamento in rettifica e d'ufficio devono essere notificati, a pena di decadenza, entro il 31 dicembre del quinto anno successivo a quello in cui la dichiarazione o il versamento sono stati o avrebbero dovuto essere effettuati.
- 2** Nell'avviso devono essere indicati il soggetto passivo, le caratteristiche e l'ubicazione del mezzo pubblicitario, l'importo dell'imposta o della maggiore imposta accertata, delle sopratasse dovute e dei relativi interessi, nonché il termine di sessanta giorni entro cui effettuare il relativo pagamento. Nell'avviso deve, inoltre, essere specificato il termine entro il quale è ammesso il ricorso contro l'atto medesimo e l'organo competente al quale va indirizzato.
- 3** Gli avvisi di accertamento sono sottoscritti dal funzionario designato dal Comune per l'organizzazione e la gestione dell'imposta.

Art. 22 PUBBLICITÀ ORDINARIA

- 1** Le tariffe dell'imposta sulla pubblicità sono applicate nella misura stabilita dal D.Lgs. 507/93 e da eventuali modificazioni ed integrazioni che dovessero essere stabilite per legge.

Le tariffe ICP sono applicate in esecuzione di quanto stabilito con delibere di Giunta Municipale, Consiglio Comunale e Commissario Straordinario:

- N. 80 del 24/05/06 di G.M.;
- N. 157 del 30/05/06 di G.M.;
- N. 69 del 10/03/06 di G.M.;
- N. 124 del 14/06/06 di C.C.;
- N. 104 del 30/03/07 di G.M.;
- N. 39 del 23/03/2012 del C.S..

Dette tariffe potranno essere successivamente modificate ed integrate secondo i termini di legge dai competenti organi comunali.

Per la pubblicità effettuata mediante insegne, cartelli, locandine, targhe, standardi e qualsiasi altro mezzo non previsto dai successivi articoli, il calcolo dell'imposta in base alla superficie del manufatto e per anno solare, è quello derivante dall'applicazione delle tariffe vigenti.

- 2** Per le forme pubblicitarie descritte al comma precedente che abbiano durata non superiore a tre mesi, la tariffa per ogni mese o frazione è pari ad un decimo di quella ivi prevista.
- 3** Per la pubblicità effettuata mediante affissioni dirette, anche per conto altrui, di manifesti e simili su apposite strutture a tale scopo autorizzate dal Comune, la tariffa dell'imposta è uguale a quella prevista dal comma 1 e si applica in base alla superficie complessiva degli impianti, indipendentemente dal numero dei messaggi diffusi.
- 4** Per la pubblicità prevista dai precedenti commi la tariffa dell'imposta è maggiorata del 50 per cento se la superficie del mezzo è compresa tra metri quadrati 5,5 e 8,5 e del 100 per cento se la superficie è superiore a metri quadrati 8,5.

Art. 23

PUBBLICITÀ EFFETTUATA CON VEICOLI

- 1** Per la pubblicità visiva effettuata per conto proprio o altrui all'interno o all'esterno di veicoli in genere, compresi i veicoli a trazione animale e manuale, di vetture autofilotranviarie, battelli, barche e simili, di uso pubblico o privato, l'imposta è dovuta nella misura e con le modalità stabilite dall'art. 22 comma 1, in base alla superficie complessiva dei mezzi pubblicitari esposti su ciascun veicolo; per la pubblicità esposta all'esterno dei suddetti veicoli si applicano le maggiorazioni previste dal comma 4 dello stesso articolo.

Inoltre, in caso di pubblicità per conto altrui, deve essere prodotta apposita autorizzazione all'esposizione del messaggio pubblicitario da parte della ditta per la quale viene effettuata la pubblicità. La pubblicità effettuata a mezzo le c.d. "vele" è consentita solo alle seguenti condizioni:

- a) che il veicolo non sostenga permanentemente nelle strade comunali o visibile dalle stesse, essendo consentita la fermata momentanea, al momento della fermata la pubblicità esposta dovrà essere oscurata;
- b) che le misure del mezzo pubblicitario non siano superiori a mq. 6,00;
- c) che l'impianto sia sempre direttamente o indirettamente fissato su un mezzo di trazione;
- d) che l'esposizione pubblicitaria non sia luminosa o illuminata;
- e) che la pubblicità esposta non sia con messaggio variabile.

- 2 Per i veicoli adibiti ad uso pubblico l'imposta è dovuta al Comune di Palermo se da questo è stata rilasciata la licenza di esercizio; per i veicoli adibiti a servizi di linea interurbana che effettuano l'inizio o la fine della corsa in questo territorio comunale l'imposta dovuta al Comune di Palermo è pari alla metà di quella prevista al comma 1; per i veicoli adibiti ad uso privato l'imposta è dovuta al Comune di Palermo se il proprietario del veicolo ha qui la residenza anagrafica o la sede legale.
- 3 Per la pubblicità effettuata per conto proprio su veicoli di proprietà dell'impresa o adibiti ai trasporti per suo conto, l'imposta per anno solare è dovuta al Comune di Palermo, se qui ha la sede legale l'impresa stessa o qualsiasi altra sua dipendenza, ovvero sono domiciliati i suoi agenti o mandatari che alla data del primo gennaio di ciascun anno, o a quella successiva di immatricolazione, hanno in dotazione detti veicoli, in base alla tariffa vigente.
- 4 L'imposta per i veicoli di cui al comma 3 non è dovuta per l'indicazione del marchio, della ragione sociale e dell'indirizzo dell'impresa, senza vincolo di superficie, anche nel caso di imprese che effettuano trasporto per conto terzi (Circolare Ministero delle Finanze del 18/04/2002 n. 2).
- 5 E' fatto obbligo di conservare l'attestazione dell'avvenuto versamento dell'imposta e di esibirla a richiesta degli agenti autorizzati.

Art. 24
PUBBLICITÀ EFFETTUATA CON PANNELLI LUMINOSI O PROIEZIONI

- 1 Per la pubblicità effettuata per conto altrui con insegne, pannelli o altre analoghe strutture caratterizzate dall'impiego di diodi luminosi, lampadine e simili mediante controllo elettronico, elettromeccanico o comunque programmato in modo da garantire la variabilità del messaggio o la sua visione in forma intermittente, lampeggiante o simile, l'imposta per ogni metro quadrato della superficie e per anno solare, indipendentemente dal numero dei messaggi, è quella prevista dalle tariffe vigenti.
- 2 Per la pubblicità di cui al precedente comma, di durata non superiore a tre mesi, la tariffa per ogni mese o frazione è pari ad un decimo di quella ivi prevista.
- 3 Qualora la pubblicità prevista dai precedenti commi viene effettuata per conto proprio dell'impresa, l'imposta è dovuta in base alle rispettive tariffe ridotte alla metà.
- 4 Per la pubblicità realizzata in luoghi pubblici o aperti al pubblico attraverso diapositive, proiezioni luminose o cinematografiche effettuate su schermi o pareti riflettenti, l'imposta per ogni giorno, indipendentemente dal numero dei messaggi e dalla superficie adibita alla proiezione, è quella prevista dalle tariffe vigenti.
- 5 Qualora la pubblicità di cui al comma 4 abbia durata superiore a trenta giorni, dopo tale periodo, la tariffa giornaliera è ridotta alla metà.
- 6 Per la pubblicità effettuata per conto altrui su un sistema di video-comunicazione, attraverso l'utilizzo di pannelli luminosi, monitor, televisori al plasma e/o LCD e per ogni altra forma di pubblicità innovativa, installate all'interno di luoghi pubblici o aperti al pubblico, e collocate su suolo privato e/o su suolo pubblico, l'imposta per ogni singolo apparecchio, per ogni metro quadrato della superficie e per anno solare, indipendentemente dal numero dei messaggi trasmessi, è quella prevista dalle tariffe vigenti.
Gli impianti in questione devono essere collocati nel rispetto delle norme del Codice della Strada e delle normative sulla sicurezza.

Art. 25
PUBBLICITÀ VARIA

- 1** Per la pubblicità effettuata con striscioni o altri mezzi simili (legata a manifestazioni esclusivamente organizzate dall'Amministrazione Comunale o dalla stessa patrocinate) che attraversano strade o piazze, per ciascun metro quadrato e per ogni periodo di esposizione di quindici giorni o frazione, il pagamento dell'imposta avviene secondo le seguenti modalità:
 - Se trattasi di manifestazioni organizzate esclusivamente dall'Amministrazione Comunale e non è previsto alcun logo commerciale, l'imposta non è dovuta;
 - Se trattasi di manifestazioni organizzate esclusivamente dall'Amministrazione Comunale con il supporto di soggetti sponsor che appongono dei loghi commerciali nel manufatto pubblicitario, l'imposta è dovuta con la riduzione del 50%;
 - Se trattasi di manifestazioni patrocinate dall'Amministrazione Comunale, l'imposta è dovuta con la riduzione del 50%;
 - Per il pagamento dell'imposta si applicheranno le tariffe vigenti.
- 2** Per la pubblicità effettuata con aeromobili mediante scritte, disegni fumogeni, ivi compresa quella eseguita su specchi d'acqua e fasce marittime limitrofi a questo territorio comunale, l'imposta per ogni giorno o frazione, indipendentemente dai soggetti pubblicizzati, è quella prevista dalle tariffe vigenti.
- 3** Per la pubblicità eseguita con palloni frenati e simili, l'imposta è dovuta in misura pari alla metà di quella prevista al comma precedente.
- 4** Per la pubblicità effettuata su biciclette o velocipedi e mediante distribuzione a mano di manifestini o di altro materiale pubblicitario (volantini – gadgets – palloncini ecc...), oppure con persone circolanti con cartelli o altri mezzi pubblicitari, l'imposta, per ogni persona e per ogni giorno o frazione, indipendentemente dalla quantità di materiale distribuito o dalla misura dei mezzi pubblicitari, è quella prevista dalle tariffe vigenti.
- 5** Per la pubblicità effettuata a mezzo di apparecchi amplificatori e simili, l'imposta per ciascun giorno o frazione e per ogni punto di pubblicità è quella prevista dalle tariffe vigenti.

Art. 26
RIDUZIONI D'IMPOSTA

- 1.** La tariffa dell'imposta è ridotta alla metà:
 - a) per la pubblicità effettuata da comitati, associazioni, fondazioni e ogni altro ente che non abbia scopo di lucro;
 - b) per la pubblicità relativa a manifestazioni politiche, sindacali e di categoria, culturali, sportive, filantropiche e religiose, da chiunque realizzate, con il patrocinio o la partecipazione degli enti pubblici territoriali;
 - c) per la pubblicità relativa a festeggiamenti patriottici, religiosi, a spettacoli viaggianti e di beneficenza.

Art. 27
ESENZIONI DALL'IMPOSTA

- 1** Sono esenti dall'imposta:
 - a) la pubblicità realizzata all'interno dei locali adibiti alla vendita di beni o alla prestazione di servizi quando si riferisca all'attività negli stessi esercitata, nonché i mezzi pubblicitari, ad eccezione delle insegne, esposti nelle vetrine e sulle porte d'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 porta

d'ingresso;

- b) gli avvisi al pubblico esposti nelle vetrine o sulle porte d'ingresso dei locali o, in mancanza, nelle immediate vicinanze del punto vendita (a condizione che trattasi di spazio privato non aperto a passaggio pubblico), relativi all'attività svolta, nonché quelli riguardanti la localizzazione e l'utilizzazione dei servizi di pubblica utilità, che non superino la superficie di mezzo metro quadrato e quelli riguardanti la locazione o la compravendita degli immobili sui quali sono esposti, di superficie non superiore ad un quarto di metro quadrato;
- c) la pubblicità effettuata all'interno, sulle facciate esterne o sulle recinzioni dei locali di pubblico spettacolo, limitatamente alle rappresentazioni in programmazione;
- d) la pubblicità relativa ai giornali ed alle pubblicazioni periodiche, se esposta sulle facciate esterne delle edicole, nelle vetrine o sulle porte d'ingresso dei negozi dove si effettua la vendita;
- e) Sono escluse dall'esenzione le insegne relative ai titolari delle edicole e quelle dei giornali collocate sui prospetti degli edifici, al di sopra dell'ingresso del locale addetto alla vendita;
- f) la pubblicità esposta all'interno delle stazioni dei servizi di trasporto pubblico di ogni genere inerente l'attività esercitata dall'impresa di trasporto, nonché le tabelle esposte all'esterno delle stazioni stesse o lungo l'itinerario di viaggio, limitatamente alle notizie inerenti il servizio;
- g) la pubblicità esposta all'interno delle vetture ferroviarie, degli aerei e delle navi, eccetto i battelli, di cui all'art. 23;
- h) la pubblicità comunque effettuata in via esclusiva dallo Stato e dagli enti pubblici territoriali;
- i) le insegne, le targhe e simili apposte per l'individuazione delle sedi di comitati, associazioni, fondazioni, organizzazioni non lucrative di utilità sociale (ONLUS) di cui all'art. 10 D.Lgs. 460/97 relativa alla promozione di attività per l'esercizio delle quali le medesime organizzazioni sono costituite ed ogni altro ente che non persegua scopi di lucro, limitatamente ad un solo mezzo esposto nell'ingresso principale della sede;
- j) 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;
- l) 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 10 metri quadrati**;
- m) le scritte storiche apposte sulle facciate dei palazzi non riferite ad attività correnti.

SERVIZIO DELLE PUBBLICHE AFFISSIONI

Art. 28 DEFINIZIONE

- 1 Il servizio delle pubbliche affissioni, istituito e disciplinato dalle disposizioni contenute nel presente Regolamento, fa carico al Comune di garantire l'affissione, con proprie strutture e sugli impianti appositamente realizzati, di manifesti aventi finalità istituzionali, sociali o relativi ad attività economiche. Il P.G.P. prevede la quantità di superficie pubblicitaria da destinare alle pubbliche affissioni e le relative tipologie di impianti che dovranno essere forniti dalle ditte pubblicitarie secondo modalità ed un iter amministrativo-procedurale che verrà individuato successivamente all'approvazione del P.G.P. e di detto Regolamento.

- 2 La superficie degli impianti di cui al precedente comma, in misura non inferiore a 18 mq. per ogni mille abitanti, è quantificata in 12.693 mq.

Art. 29 MODALITÀ

1. Le pubbliche affissioni devono essere effettuate secondo l'ordine di precedenza risultante dal ricevimento della **richiesta**, che deve essere protocollata e annotata cronologicamente nell'apposito registro predisposto dall'ufficio **competente**.
2. La durata dell'affissione decorre dal giorno in cui è stata eseguita al completo; nello stesso giorno, su richiesta del committente, l'ufficio deve mettere a sua disposizione l'elenco delle posizioni utilizzate con l'indicazione dei quantitativi affissi.
3. Il ritardo nell'effettuazione delle affissioni, causato dalle avverse condizioni atmosferiche, si considera causa di forza maggiore. Se il ritardo è superiore a dieci giorni dalla data della richiesta, l'ufficio deve darne tempestiva comunicazione per iscritto al committente.
4. La mancanza di spazi disponibili deve essere comunicata al committente per iscritto entro dieci giorni dalla ricezione della richiesta.
5. Nei casi previsti dai commi 3 e 4, il committente può annullare la richiesta senza alcun onere a suo carico e l'ufficio deve disporre il rimborso delle somme introitate nel termine di novanta giorni.
6. Il committente ha la facoltà di annullare la richiesta di affissione, prima che venga eseguita, con l'obbligo di corrispondere in ogni caso la metà del diritto dovuto.
7. L'ufficio ha obbligo di sostituire gratuitamente i manifesti strappati o comunque deteriorati e, qualora non disponga di altri esemplari per la sostituzione, deve darne tempestiva comunicazione al richiedente mantenendo, nel frattempo, a sua disposizione i relativi spazi.
8. Per le affissioni richieste per il giorno in cui è stato consegnato il materiale da affiggere o entro i due giorni successivi per i manifesti di contenuto commerciale, ovvero per le ore notturne dalle ore 20,00 alle 07,00 o nei giorni festivi, è dovuta la maggiorazione del 10 per cento del diritto, con un minimo di € 25,822 per ogni commissione. La presente disposizione di carattere generale stabilisce la maggiorazione dovuta nei casi d'urgenza o di prestazioni notturne o festive, ma non obbliga il Comune nell'organizzare conseguentemente il servizio che, in atto, viene espletato nei giorni lavorativi dalle ore 14.
9. Nell'Ufficio del servizio affissione devono essere esposti, affinché possano essere consultati dal pubblico, le tariffe relative al costo del servizio, l'elenco degli spazi destinati alle pubbliche affissioni con l'indicazione delle categorie nelle quali ricadono detti spazi ed il registro cronologico delle commissioni.

Art. 30 DIRITTO SULLE PUBBLICHE AFFISSIONI

- 1 Per l'effettuazione delle pubbliche affissioni è dovuto al Comune, in solido da chi richiede il servizio e da colui nell'interesse del quale il servizio stesso è richiesto, un diritto comprensivo dell'imposta sulla pubblicità per ogni foglio di dimensioni fino a cm. 70 x 100 nella seguente misura e per ogni periodo a fianco indicato: € 1,450 per i primi dieci giorni; € 0,433 per ogni periodo successivo di cinque o frazione.
Per ogni commissione inferiore a cinquanta fogli il diritto è maggiorato del 50 per cento.

Per i manifesti costituiti da otto fogli, fino a dodici fogli, il diritto è maggiorato del 50 per cento; per quelli costituiti da più di dodici fogli è maggiorato del 100 per cento.

2 Qualora il committente richieda espressamente che l'affissione venga effettuata in determinati spazi da lui prescelti, sempreché questi siano disponibili, il diritto è maggiorato del 100 per cento.

Le disposizioni previste per l'imposta sulla pubblicità si applicano, per quanto compatibili, anche al diritto sulle pubbliche affissioni.

3 Il pagamento del diritto sulle pubbliche affissioni deve essere effettuato mediante versamento su conto corrente postale secondo le modalità indicate dal Servizio Affissioni, la cui attestazione deve essere allegata alla richiesta del servizio; per il recupero di somme, comunque dovute a tale titolo e non corrisposte, si osservano le stesse disposizioni previste per l'imposta di pubblicità.

Art. 31 RIDUZIONI DEL DIRITTO

1 La tariffa per il servizio delle pubbliche affissioni è ridotta alla metà:

- a) per i manifesti riguardanti in via esclusiva lo Stato e gli enti pubblici territoriali che non rientrano nei casi per i quali è prevista l'esenzione ai sensi del successivo articolo;
- b) per i manifesti di comitati, associazioni, fondazioni e ogni altro ente che non abbia scopo di lucro;
- c) per i manifesti relativi ad attività politiche, sindacali e di categoria, culturali, 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.

Art. 32 ESENZIONI DAL DIRITTO

1 Sono esenti dal pagamento del diritto sulle pubbliche affissioni:

- a) i manifesti riguardanti le attività istituzionali del Comune, da questo svolte in via esclusiva, esposti nell'ambito del territorio comunale;
- b) i manifesti delle autorità militari;
- 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 ed amministrative;
- f) ogni altro manifesto la cui affissione sia obbligatoria per legge;
- g) i manifesti concernenti corsi scolastici e professionali gratuiti regolarmente autorizzati, limitatamente ad una sola affissione, per le comunicazioni relative alla iscrizione ai corsi che saranno tenuti a Palermo ed a 300 fogli per ogni ente o organizzazione che ne cura la gestione;
- h) le suddette limitazioni non vanno applicate per i corsi d'interesse nazionale o europeo autorizzati dallo Stato o dalla C.E.E. Le richieste di affissione devono essere corredate della copia del **relativo** decreto di autorizzazione.

REGIME SANZIONATORIO

Art. 33

SANZIONI TRIBUTARIE ED INTERESSI

- 1 Le sanzioni tributarie e gli interessi derivanti dalla violazione delle norme sulla pubblicità e del servizio delle pubbliche affissioni sono normate nei D.Lgs. nn. 471, 472 e 473 del 18/12/1997, così come modificati dal Decreto Legislativo n. 99/2000 e dalla Legge Finanziaria 296 del 27 dicembre 2006 e successive integrazioni e modificazioni.

Art. 34

SANZIONI AMMINISTRATIVE

- a. Il Comune vigila sulla corretta osservanza delle disposizioni legislative e regolamentari riguardanti l'effettuazione della pubblicità. A tal fine, le funzioni di controllo sono attribuite al Corpo di Polizia Municipale ed ai funzionari tecnici ed amministrativi muniti di specifica legittimazione, con l'incarico di eseguire tutti i rilievi e gli accertamenti utili per l'applicazione delle sanzioni amministrative e tributarie. I suddetti funzionari sono muniti di apposito documento di riconoscimento rilasciato dal Comune e, nei limiti del servizio cui sono destinati, sono autorizzati a eseguire sopralluoghi e accertamenti nei luoghi pubblici o aperti al pubblico. Sono inoltre autorizzati ad accertare le infrazioni alle disposizioni dei Regolamenti Comunali.
- 2 L'affissione di manifesti o installazione di insegne e mezzi pubblicitari senza la preventiva autorizzazione del Comune, o comunque in contrasto con le disposizioni contenute nel presente Regolamento, comporta l'applicazione della sanzione amministrativa ex L. 24 novembre 81, n. 689 (sezz. I e II del capo I) ed art. 24 D. Lgs. del 15 novembre 1993 n. 507 e s.m.i. Nel caso di più infrazioni, si applicano distinte pene pecuniarie, integrando le stesse una pluralità di illeciti amministrativi.
- 3 In ottemperanza a quanto disposto dall'art. 24 comma 2 del D. Lgs. n. 507/93, il verbale di accertamento della violazione deve essere notificato entro centocinquanta giorni dall'accertamento, deve contenere gli estremi della violazione e fare menzione dell'obbligo della rimozione di quanto abusivamente collocato.
- 4 Il Comune procede d'ufficio alla rimozione della pubblicità abusiva qualora non venga eseguita direttamente dal trasgressore nel termine di giorni cinque dalla ricezione della diffida che il Corpo VV.UU. all'atto dell'accertamento l'Ufficio competente notifica, anche a mezzo raccomandata con avviso di ricevimento, al responsabile della collocazione abusiva dell'impianto e/o al responsabile solidale dell'illecito. Nel caso di constatazione che il mezzo pubblicitario abusivo arrechi grave pregiudizio o imminente pericolo di danno a persone o cose, ovvero sia di ostacolo alla normale e regolare circolazione pedonale e veicolare, l'Ufficio unitamente al Corpo di Polizia Municipale ne dispone l'immediata rimozione **e sequestro** senza l'obbligo della preventiva contestazione, comunicando successivamente l'avvenuta rimozione qualora sia possibile identificare il responsabile.
- 5 L'Ufficio, in collaborazione con il Corpo di Polizia Municipale e con il supporto dell'eventuale Ditta incaricata, effettua attività di copertura/sequestro e rimozione degli impianti pubblicitari accertati abusivi. Il mezzo pubblicitario rimosso d'ufficio è depositato nei magazzini a tale scopo destinati dal Comune. Le spese sostenute dal Comune per la copertura, rimozione e custodia sono addebitate ai responsabili. Per quanto riguarda i mezzi pubblicitari sottoposti a procedura di copertura/sequestro, il soggetto titolare del mezzo

pubblicitario può trasmettere apposita richiesta di dissequestro dell'impianto al fine di provvedere alla rimozione dello stesso e, se del caso, ad una eventuale regolarizzazione.

- 6** L'ufficio, indipendentemente dalla procedura di rimozione e della applicazione della sanzione prevista dal presente articolo, effettua l'immediata copertura del messaggio contenuto nell'impianto abusivo, in modo che sia privato dell'efficacia pubblicitaria. Per i manifesti abusivi procede alla immediata dismissione degli stessi, notificando ai responsabili apposito avviso secondo le modalità previste dall'art. 11. Le spese per la copertura degli impianti abusivi o per la defissione dei manifesti esposti abusivamente sono determinate nella misura dei costi sostenuti dall'Amministrazione. La distruzione dei manifesti posti a copertura della pubblicità abusiva o l'affissione abusiva eseguita a copertura dei manifesti affissi dal Comune si configura col reato previsto dall'art. 664 del codice penale, fatto salvo, oltre il diritto dei terzi al risarcimento del danno subito, nel caso di copertura delle affissioni comunali, il più grave illecito per lesione del regolare funzionamento dell'attività amministrativa e del prestigio della Pubblica Amministrazione. Gli addetti alla vigilanza hanno il dovere di denunciare il fatto all'autorità giudiziaria.
- 7** I mezzi pubblicitari esposti abusivamente, rimossi d'ufficio e depositati in appositi locali, sono sequestrati dal Comune, ai sensi dell'art. 24 del D.Lgs. n. 507 del 15/11/1993, a garanzia delle spese di rimozione e custodia e delle somme a qualsiasi titolo dovute in base al presente Regolamento. Inoltre, col medesimo provvedimento, sono confiscati, ai sensi dell'art. 20 della legge 24 novembre 1981 n. 689, in qualità di cose costituenti il prodotto di attività illecita. Il termine, entro il quale il titolare del mezzo pubblicitario abusivo può chiederne la restituzione, previo versamento dell'intero importo dovuto al Comune, è stabilito in giorni trenta dalla notifica dell'ordinanza di sequestro. Trascorso tale termine, il Comune può distruggere o alienare il mezzo pubblicitario. Le spese dovute per la rimozione e la custodia degli impianti rimossi d'ufficio sono recuperate, comprese l'imposta e le sanzioni tributarie ed amministrative, con la procedura prevista dal DPR n. 43 del **28/01/88**.
- 8** Restano ferme le disposizioni di cui all'art. 23 del decreto legislativo 30 aprile 1992, n. 285 e successive modificazioni ed integrazioni.

I proventi delle sanzioni amministrative sono destinati al potenziamento ed al miglioramento del Servizio Pubblicità ed Affissioni, alla manutenzione dell'impiantistica comunale, nonché alla redazione ed all'aggiornamento del Piano Generale degli Impianti Pubblicitari.

PIANO GENERALE DEGLI IMPIANTI PUBBLICITARI

Art. 35 OGGETTO E FINALITÀ'

- 1** IL Piano ha quale finalità prioritaria il riordino dell'impiantistica pubblicitaria e delle pubbliche affissioni su territorio comunale.
- 2** Saranno possibili gli interventi riconducibili al sostegno economico per finalità di interesse per la città, il tutto nella quantità massima di pubblicità prevista dal Piano per la città di Palermo.
- 3** L'Amministrazione Comunale promuove le iniziative necessarie affinché nel proprio territorio non venga esposta pubblicità con un contenuto ed immagini lesive del decoro, della fede religiosa e/o delle appartenenze di genere, culturali e nazionali delle persone e a tal fine, in sede di rilascio di autorizzazione all'esposizione pubblicitaria, richiederà apposita dichiarazione da parte delle aziende e/o soggetti che presentano istanze di pubblicità.

Art. 36
CRITERI, APPROVAZIONE E REVISIONE

1 Il Piano stabilisce le modalità di attuazione di ogni mezzo pubblicitario ricadente all'interno del centro abitato del Comune di Palermo, fissando i criteri di individuazione degli spazi ove è consentita la collocazione, i parametri dimensionali e di posizionamento dei singoli impianti, le quantità complessive da installare sul territorio.

2 Il Piano prevede:

- a) i fabbisogni espositivi ottimali per le diverse tipologie dei mezzi secondo finalità di copertura omogenea del territorio e di riequilibrio tra le diverse località del centro abitato, distinguendo tra centro storico, località semicentrali, periferiche e di nuovo sviluppo sotto il profilo abitativo industriale, del terziario, ecc.;
- b) la distribuzione dell'impiantistica secondo criteri d'impatto decrescente, dalle località più esterne verso il centro, già gravato da insegne e limitato da vincoli urbanistici e di traffico;
- c) le scelte tipologiche coerenti con il contesto urbano e viabilistico, con limitazioni dimensionali degli impianti in funzione delle località d'installazione;
- d) la collocazione dell'impiantistica istituzionale, direttamente rapportata alla popolazione residente;
- e) la suddivisione del centro abitato tra aree di maggiore o minore tutela, per particolari esigenze di natura ambientale architettonica o di altro tipo;
- f) l'individuazione degli spazi utilizzabili nelle diverse località per la collocazione di impianti pubblicitari.

3 Il Piano comprende:

- a) le norme tecniche di attuazione;
- b) le norme tecniche per l'installazione dei mezzi pubblicitari sulle aree di proprietà privata, comprese le aree comunali del patrimonio disponibile (recinzioni, pareti di edifici, stazioni di servizio ed aree di parcheggio);
- c) una dettagliata e motivata relazione illustrativa ed esplicativa del piano;
- d) la perimetrazione delle aree omogenee sottoposte a particolari norme e la relativa disciplina speciale di piano particolareggiato.

4 Il Piano è redatto secondo i criteri di:

- a) totale e puntuale rispetto delle previsioni e delle prescrizioni dei vigenti strumenti urbanistici, di tutti i divieti e vincoli di qualsiasi natura, imposti da norme generali o da provvedimenti amministrativi, nonché delle disposizioni contenute nel Codice della Strada e nel relativo Regolamento di attuazione;
- b) verifica e proposta motivata sulle possibilità di deroga alla normativa sul posizionamento dei mezzi pubblicitari in relazione ai criteri di salvaguardia dei siti architettonici e monumentali, di zone con caratteristiche panoramiche ed ambientali, di luoghi a forte connotazione di centralità urbana e del rispetto del verde.

5 Il Piano stabilisce la superficie complessiva degli impianti pubblicitari a carattere permanente, sia per pubbliche affissioni che di proprietà privata, da collocare su spazi pubblici nella misura di complessivi **63181** metri quadrati, così distinti:

- mq. **34.335** per impianti da attribuire con autorizzazione a soggetti privati;
- mq. **12.693** per impianti in gestione diretta ed esclusiva dell'Amministrazione Comunale;
- mq. **6.000** per impianti di fermata bus e tram urbani (paline e pensiline);
- mq. **10.153** per impianti di arredo urbano.

Nella superficie complessiva di cui ai commi precedenti non sono comprese:

- a) le insegne degli esercizi, la pubblicità sulle vetrine, le scritte sulle tende solari, le targhe relative alle attività professionali, artigianali, d'impresa ecc...;
 - b) la pubblicità a carattere temporaneo, compresa quella effettuata nei cantieri edili e sui ponteggi, quella esposta all'interno dei luoghi aperti al pubblico (stadio, campi sportivi, stazioni ferroviarie ed automobilistiche di pubblico trasporto, centri commerciali, ecc...) non visibile o percepibile da vie o piazze pubbliche;
 - c) quella effettuata con veicoli privati e pubblici;
- 6** Il Comune, ai sensi dell'art. 23 comma 6 del Codice della Strada, si avvale per il posizionamento dei cartelli e degli altri mezzi pubblicitari della facoltà di concedere deroghe alle norme relative alle distanze minime previste dall'art. 51 comma 4 del Regolamento di attuazione, nel rispetto delle esigenze di sicurezza della circolazione stradale.
- 7** Il Piano Generale degli Impianti può essere soggetto a revisione, almeno triennale, previa acquisizione dei pareri mediante conferenze di servizi da tenersi tra gli Uffici competenti.

Art. 37

COLLOCAZIONE DEI MEZZI PUBBLICITARI

- 1** La collocazione dei mezzi pubblicitari, all'interno del centro abitato, deve avvenire nel rispetto del Regolamento e del Piano Generale degli Impianti.
- 2** Su ogni mezzo pubblicitario, avente una superficie pubblicitaria di dimensione inferiore a metri quadrati 18, sia permanente che temporaneo, deve essere applicata un'apposita cimasa o targhetta metallica di dimensioni pari a cm 10 x cm 3; sugli impianti aventi una superficie pubblicitaria di dimensioni superiori a metri quadrati 18 la suddetta targhetta metallica dovrà avere dimensioni pari a cm 60 x cm. 33. Dette targhette dovranno essere posizionate sul margine superiore destro del mezzo e dovranno contenere gli elementi di identificazione di colui che ne dispone ed il numero attribuito d'ufficio all'impianto; per gli impianti a carattere permanente deve contenere anche il numero e la data di autorizzazione. Detta targhetta è fissata e mantenuta a cura e spese del titolare del contratto o dell'autorizzazione ed, al fine di facilitare i controlli e indirizzare sollecitamente gli interventi resisi necessari, dovrà essere indicata la ditta proprietaria o quella che ha eseguito il collocamento del cartello stesso ed il numero identificativo.
- 3** Sono a totale ed esclusivo carico dell'intestatario della concessione e dell'autorizzazione, la messa in opera (comprese le armature), la manutenzione ordinaria e straordinaria, il ripristino dello stato dei luoghi in caso di spostamento o di rimozione, il risarcimento dei danni alle persone e/o cose direttamente o indirettamente provocati dai mezzi pubblicitari ed il ristoro del pregiudizio derivato a terzi dall'oggetto della pubblicità.

Art. 38

PROGETTI RIGUARDANTI LA CITTA'

- 1** L'Amministrazione Comunale, al fine di realizzare gli impianti pubblicitari per progetti riguardanti la città, concede la realizzazione e lo sfruttamento di tali impianti a soggetti terzi.

- 2 L'affidamento della concessione avverrà previo espletamento di gara ad evidenza pubblica il cui bando dovrà contenere anche le modalità ed i termini di passaggio della proprietà degli impianti all'Amministrazione Comunale.
- 3 La gara ad evidenza pubblica prevede come criterio per l'aggiudicazione quello dell'offerta economicamente più vantaggiosa.
- 4 I progetti relativi ai nuovi impianti da realizzare di cui al comma 1 sono predisposti secondo i seguenti criteri: sostenibilità ambientale, qualità dei manufatti, rispetto delle normative vigenti in materia, redditività per l'amministrazione comunale.
- 5 In ogni progetto sono indicate, per ogni impianto, la localizzazione, la tipologia, la superficie e le caratteristiche estetiche.
- 6 Il rapporto fra Amministrazione e concessionario è disciplinato da una apposita convenzione in cui sono indicati numero e ubicazione degli impianti, durata della concessione, corrispettivo dovuto al Comune e tutte le altre condizioni che regolano i rapporti quali spese, tempi, modalità di installazione, spese allacciamento servizi, manutenzione degli impianti fino alla loro consegna al Comune, responsabilità per danni, oneri di ripristino suolo pubblico, eventuale proroga, rinnovo e revoca concessione.
- 7 La durata massima della concessione è stabilita negli atti della procedura concorsuale ed alla sua scadenza, ovvero all'eventuale risoluzione anticipata del rapporto, si procede ad affidamento mediante espletamento di nuova procedura concorsuale.

Art. 39

MANUFATTI E CARTELLI PER ATTIVITA' ISTITUZIONALI

- 1 I manufatti per la comunicazione/informazione culturale, turistica ed istituzionale, i cartelli segnalanti la realizzazione delle opere pubbliche e quelli segnalanti il restauro delle opere d'arte, la manutenzione delle aree verdi, le manifestazioni o iniziative riguardanti la città non possono contenere messaggi pubblicitari ma soltanto l'eventuale logo del soggetto che ha proposto il proprio sostegno economico.
- 2 Il logo del soggetto che ha proposto il proprio sostegno economico può essere apposto in modo che sia visibile dallo spazio pubblico e di uso pubblico a condizione che riporti solo il nome ed il marchio dello stesso.
- 3 L'Amministrazione comunale in attuazione di convenzioni da essa stipulate riconducibili al sostegno economico di soggetti privati, finalizzati alla realizzazione di opera o attività di rilevante interesse della città con possibilità di adeguata reclamizzazione di tale contribuzione economica, approva progetti che ne stabiliscano forme, durata e contenuto nel rispetto della normativa di sicurezza stradale e del decreto legislativo n. 42/2004.

NORME TRANSITORIE

Art. 40

Decorrenza

- 1 Il Regolamento Comunale sulla Pubblicità sulle Pubbliche Affissioni ed il Piano Generale degli Impianti Pubblicitari **entreranno in vigore trascorsi 30 giorni dalla pubblicazione della deliberazione di approvazione.**
- 2 Nella fase precedente alla data di esecutività del Regolamento e del Piano, non saranno autorizzati nuovi impianti, né saranno consentiti trasferimenti di impianti già autorizzati.

3 Le autorizzazioni vigenti cesseranno di avere validità dopo che, esperite tutte le procedure di gara, saranno approvati, con apposito provvedimento, i piani di redistribuzione per ogni lotto: da quel momento gli impianti non compresi nei piani approvati dovranno essere dismessi entro 90 gg. dall'aggiudicazione definitiva che sarà comunicato alle Ditte contestualmente all'esito delle procedure di gara.

Nelle autorizzazioni vigenti di cui sopra debbono ricomprendersi tutti gli impianti pubblicitari dichiarati nel censimento di cui all'art. 42, per i quali è stata corrisposta l'imposta sulla pubblicità in maniera continuativa a partire dal 31/12/2005.

Art. 41 Ufficio del Piano

- 1 Al fine di organizzare la predisposizione dei bandi di gara ed i successivi adempimenti amministrativi e tecnici per l'impostazione del nuovo piano di distribuzione degli impianti pubblicitari, l'Amministrazione Comunale, entro 60 giorni dall'approvazione del presente Regolamento istituirà un Ufficio del Piano, costituito da: a) dirigente ufficio pubblicità o suo delegato, che avrà il compito di coordinarlo e presiederlo; b) dirigente tecnico del servizio mobilità e traffico o suo delegato; c) Comandante dei vigili Urbani o suo delegato; d) dirigente Ufficio Tributi o suo delegato; e) dirigente edilizia privata o suo delegato; f) dirigente urbanistica o suo delegato.**
- 2 L'Ufficio avrà sede presso l'attuale Area dello Sviluppo Economico.**

Art. 42 MODALITA' ATTUATIVE

- 1 Dalla data di costituzione ed operatività dell'Ufficio del Piano, entro il termine di centottanta (180) giorni dalla data di approvazione del Piano Generale degli Impianti Pubblicitari, si provvederà a porre in essere tutte le procedure amministrative, in raccordo con i competenti uffici dell'A.C., al fine di procedere, in conformità al vigente Codice degli Appalti, alla predisposizione dei bandi di gara e dei successivi adempimenti procedurali.**
- 2 Ai sensi e per gli effetti di quanto previsto dall'art. 24, comma 5 bis, del D.Lgs. 507/93 l'Amministrazione Comunale utilizzerà i dati già acquisiti in esecuzione del censimento disposto dalla giunta Municipale con deliberazione n. 18 del 29/03/2011. L'Amministrazione utilizzerà i suddetti dati per quantificare la quadratura attualmente occupata dalle aziende pubblicitarie, redigere il nuovo piano degli impianti pubblicitari ed organizzare le procedure di rimozione degli impianti abusivi.**

Art. 43 Procedura di assegnazione su suolo pubblico

- 1 Il Piano Generale degli Impianti prevede la suddivisione del territorio cittadino in 81 lotti con differenti caratteristiche urbanistiche, dimensionamento e vocazioni commerciali. Nell'ambito dei lotti è prevista una determinata quantità di superficie pubblicitaria da collocare secondo caratteristiche tipologiche in detto Piano esplicitate.**

- 2 I lotti saranno messi a gara secondo una modalità di accorpamento predefinita che tiene conto delle caratteristiche di cui al comma 1. Gli iter procedurali – amministrativi delle gare per l’assegnazione dei lotti saranno oggetto di apposito bando approvato con **determinazione Dirigenziale** nell’ambito della quale verranno indicati anche i criteri di assegnazione e la tempistica da rispettare.
- 3 La superficie pubblicitaria prevista dal Piano nei singoli lotti verrà assegnata al soggetto aggiudicatario della gara. Poiché verranno messi a gara gruppi di lotti di cui alla procedura di accorpamento anzidetta, il soggetto che si aggiudicherà uno dei gruppi di lotti messi a bando diverrà titolare della quantità di superficie pubblicitaria relativa.
- 4 Dalla comunicazione ufficiale di aggiudicazione, il soggetto vincitore avrà 90 giorni di tempo per presentare all’Ufficio un progetto di collocazione impianti secondo le tipologie e quantità previste dalle norme tecniche ambientali del Piano di cui all’art. 7 e corredato della documentazione di cui all’art. 4 del Regolamento.
- 5 I progetti di collocazione impianti nell’ambito dei lotti saranno oggetto di valutazione da parte di una Commissione tecnica costituita all’interno dell’Ufficio del Piano, che dovrà accertare la rispondenza degli impianti ai parametri fissati dal Piano, la conformità alle normative specifiche di settore e la non sussistenza di vincoli dettati dal Codice della Strada e dal suo Regolamento di attuazione e/o dalla Soprintendenza ai Beni Culturali ed Ambientali.
- 6 Se tutti gli impianti di cui al progetto presentato dal soggetto vincitore della gara saranno approvati, ne verrà data comunicazione formale allo stesso ed entro 60 giorni verranno rilasciati i corrispondenti provvedimenti autorizzativi. Qualora alcuni degli impianti del progetto non dovessero essere oggetto di approvazione, l’Ufficio trasmetterà comunicazione formale al soggetto con le motivazioni del diniego. Entro 20 giorni dal ricevimento del diniego, il soggetto aggiudicatario potrà produrre una nuova ipotesi di collocazione per detti impianti che verrà esaminata dalla Commissione sopradetta. Definita questa ulteriore fase, si procederà al rilascio dei pertinenti provvedimenti autorizzativi.
- 7 Nell’ambito dei lotti sono escluse dall’assegnazione tramite procedura di gara le insegne di esercizio, la pubblicità temporanea, mentre gli impianti di arredo urbano potranno essere collocati ugualmente tramite gara previa presentazione di apposita progettualità (progetti d’ambito).
- 8 Al termine delle procedure di gara, le ditte che risulteranno assegnatarie di superficie pubblicitaria dovranno per la stessa presentare a garanzia apposita polizza fideiussoria assicurativa **a garanzia del buon esito dei pagamenti dovuti.**

Art. 44
Procedura di assegnazione su suolo privato

- 1 Il Piano ed il Regolamento prevedono la quantità di superficie pubblicitaria collocabile su suolo privato in mq. 20.000 in ambito comunale, comprensiva della quantità già utilizzata di cui alle autorizzazioni ed alla documentazione agli atti d’ufficio e della quantità da utilizzare.
- 2 Dopo aver rilevato la quantità di superficie pubblicitaria su suolo privato, sarà necessario verificare la collocazione nell’ambito dei lotti e l’incidenza percentuale al fine di evidenziare, in base al totale dei metri quadrati di superficie utilizzabile su suolo privato, quanta parte risulta occupata nell’ambito di ogni singolo lotto e quanta superficie pubblicitaria in area privata resta disponibile. Poiché per gli impianti pubblicitari su suolo privato non sarà possibile applicare la procedura della assegnazione degli spazi tramite gara, atteso che

trattasi di rapporti privatistici tra soggetto proprietario dell'area privata e ditta pubblicitaria, verrà consentita l'esposizione pubblicitaria attraverso specifica richiesta della ditta pubblicitaria, corredata della documentazione di cui all'art. 4 del Regolamento e verrà rilasciato il relativo provvedimento autorizzativo.

- 3** Per gli impianti pubblicitari già collocati su suolo privato prima dell'approvazione del Piano e del nuovo Regolamento, la ditta pubblicitaria dovrà presentare specifica istanza, corredata della relativa documentazione, ai fini del rilascio di un nuovo e aggiornato provvedimento autorizzativo. In sede di istruttoria verranno verificati i requisiti previsti sia dal Piano che dal nuovo Regolamento, la conformità alle normative vigenti, la sussistenza o meno di vincoli (es. Soprintendenza ai Beni Culturali ed Ambientali ecc...).
- 4** Nel caso, invece, di richieste di esposizione pubblicitaria su nuove aree private, si dovrà verificare che dette richieste non convergano sempre negli stessi lotti al fine di evitare la saturazione con il rischio di lasciare aree inutilizzate in altri lotti.

Art. 45 Gestione dei lotti

- 1** Le ditte pubblicitarie proprietarie degli impianti che insistono sui lotti aggiudicati ad altri dovranno dismettere i propri impianti **secondo le modalità di cui all'art.40 comma 3. La dismissione degli impianti dovrà comunque essere completata entro 90 giorni dalla data di aggiudicazione della gara di evidenza pubblica di cui all'art. 43.**
- 2** Poiché l'attività di dismissione avverrà gradualmente, le ditte pubblicitarie dovranno continuare ad assolvere gli obblighi tributari. Qualora gli impianti non vengano dismessi, sarà onere del soggetto aggiudicatario a provvedere alla loro dismissione, rivalendosi per le spese di rimozione sostenute con le ditte titolari degli impianti in questione.
- 3** Il soggetto aggiudicatario dei lotti avrà l'onere di svolgere attività di controllo sugli stessi al fine di segnalare all'Ufficio eventuali situazioni di abusivismo. Detto soggetto dovrà provvedere al controllo ed alla manutenzione dei propri impianti, assicurando un perfetto stato di funzionalità al fine di evitare il sorgere di situazioni pericolose per la pubblica incolumità.
- 4** Qualora il soggetto aggiudicatario segnali situazioni di abusivismo presenti nei lotti aggiudicati, l'Ufficio procederà secondo quanto previsto all'art. 34 del presente Regolamento.

Art. 46 Progetti d'Ambito

- 1** I "progetti di ambito" sono strumenti esecutivi di attuazione delle previsioni del Piano degli Impianti Pubblicitari e del Regolamento Comunale sulla Pubblicità riferiti all'arredo urbano da redigersi in conformità a tutte le prescrizioni tecniche e normative in essi contenuti.
- 2** I progetti di ambito per l'arredo urbano sono di iniziativa pubblica e riguardano l'esposizione di messaggi pubblicitari su manufatti che svolgono principalmente una funzione di pubblica utilità: le tipologie sono definite nell'ambito di detto PIANO e, comunque, sarà possibile prevedere anche tipologie diverse da quelle già contemplate in aderenza alle esigenze dell'Amministrazione Comunale che dalla stessa verranno via via valutate.
- 3** La superficie pubblicitaria prevista per l'arredo urbano è corrispondente a mq. 7.353 da estendere a tutto il territorio cittadino e suddivisa nell'ambito dei lotti secondo le esigenze dell'Amministrazione Comunale e del

contesto urbano. La ripartizione della superficie dell'arredo urbano sarà effettuata secondo le caratteristiche dei lotti. **Resta inteso che i suddetti progetti d'ambito saranno svincolati dalla quadratura prevista all'interno di ciascun lotto.**

Per ogni macro lotto dovrà essere garantita una superficie pubblicitaria minima per l'arredo urbano. A tal fine la superficie di mq 7.353 è incrementata dell'ulteriore superficie di 200 mq per ogni macro lotto per complessivi 2.800 mq..

- 4** L'assegnazione di tale superfici avverrà con appositi bandi nell'ambito dei quali verranno specificate le tipologie di manufatti, le caratteristiche strutturali, le quantità complessive; per ogni tipologia di manufatto sarà pubblicato un bando corrispondente che riguarderà tutto il territorio cittadino.
- 5** Le ditte aggiudicatrici dovranno presentare, entro 90 giorni dalla data dell'aggiudicazione, i progetti d'ambito per le singole tipologie di arredo urbano con l'individuazione del sito per la loro collocazione. E' possibile inserire nei progetti d'ambito anche proposte innovative e/o sperimentali che dovranno essere valutate caso per caso e comunque secondo le indicazioni dettate dall'Amministrazione Comunale nei bandi.

Art. 47 Norma finale

- 1** Dopo l'approvazione del piano di collocazione dei vari manufatti e la loro installazione, qualora dovessero residuare superfici da coprire con nuovi impianti, le Ditte aggiudicatrici dei vari lotti presenteranno singole richieste autorizzative secondo gli artt. 2 e segg. del presente Regolamento.

APPENDICE

Elenco delle strade in categoria speciale

DENOMINAZIONE	DA	A
ABETI LARGO DEGLI		
AGRIGENTO VIA	1/15	2/30
ALBANESE E. VIA	23/49	94/116
ALPI VIALE DELLE		
AMARI EMERICO VIA		
AQUILEIA VIA		
ARCHIMEDE VIA	147/189	144/190
ARIMONDI G.PPE GENERALE VIA	1/19	2/6M
ARIOSTO LUDOVICO VIA		
ARTIGLIERE VIA DELL'		
AUSONIA VIA		
AUTONOMIA SICILIANA VIA DELL'	1/31	2/32
BELGIO VIA		
BERSAGLIERE VIA DEL		
BOCCACCIO GIOVANNI PIAZZA		
BRIGATA VERONA VIA		
CALTANISSETTA VIA	1/13	2/4
CALVI PASQUALE VIA		
CAMPANIA VIALE		
CAMPOLO GIOVANNI VIA		
CARDUCCI GIOSUE' VIA		
CARINI ISIDORO VIA		
CASTELNUOVO PIAZZA		
CASTRIOTA GIORGIO VIA		
CATANIA VIA	1/5	2/40
CAVOUR CAMILLO VIA		
CERDA VIA		
CORLEO SIMONE VIA		
COZZO NARCISO COZZO		
CRISPI FRANCESCO PIAZZA		
CROCE ROSSA VIALE		
CROCI VIA DELLE		
CUCCIA SIMONE VIA		

CUCCO ALFREDO LARGO		
D'ANNUNZIO GABRIELE VIA		
D'AZEGLIO MASSIMO VIA		
DAITA GAETANO VIA		
DALLA CHIESA C. A. GEN. VIA		
DANTE VIA	1/71	2/62
DE GASPERI ALCIDE VIALE		
DI BLASI FRANCESCO PAOLO VIA		
DI GIORGIO ANTONINO GEN. VIA		
DI GIOVANNI ALESSIO VIA		
DI MARZO GIOACCHINO VIA		
DIODORO SICULO PIAZZA		
DODICI GENNAIO VIA		
DON BOSCO PIAZZA		
DUCA DELLA VERDURA VIA		
EMILIA VIALE		
FANTE VIALE DEL		
GALILEO GALILEI VIA		
GALLO NICOLO' VIA		
GARGALLO TOMMASO VIA		
GENTILI ALBERICO PIAZZA		
GIORDANO UMBERTO VIA		
GIULIO CESARE PIAZZA		
GIUSTI GIUSEPPE VIA	1/5	2/36
INDIPENDENZA PIAZZA		
LA FARINA G.PPE VIA	1/13B	2/14B
LA LUMIA ISIDORO VIA		
LA MALFA UGO VIA		
LA MARMORA ALESSANDRO VIA	41/97	62/96
LAZIO VIALE		
LEONARDO VINCI VIA	1/215	2/154F
LEONI PIAZZA		
LEOPARDI GIACOMO VIA		
LIBERTA' VIA		
LO JACONO FRANCESCO VIA	15/81	20/64
LULLI GIOVAN BATTISTA VIA		
MAGLIOCCO V.ZO GENERALE VIA		
MALASPINA VIA	197	58/160
MAMELI GOFFREDO PIAZZA		

MANIN VIA		
MAQUEDA VIA	409/467	356/366
MARCHESE DI ROCCAFORTE VIA		
MARCHESE DI VILLABIANCA VIALE		
MARCHESE REGALMICI DI PIAZZA		
MARCHESE UGO VIA		
MATTARELLA PIERSANTI VIA		
MAZZINI VIA		
MECCIO SALVATORE VIA		
MESSINA VIA		
MORDINI ANTONIO PIAZZA		
MORO ALDO PIAZZA		
NAPOLI FRANCESCO PIAZZA		
NASCE' FRANCESCO PIAZZA		
NENNI PIETRO VIA		
NOTARBARTOLO EMANUELE VIA		
PACINOTTI ANTONIO VIA		
PARISI ENRICO VIA		
PEPE FLORESTANO VIA		
PETRARCA FRANCESCO VIA		
PIEMONTE VIALE		
PIGNATELLI ARAGONA VIA		
PILO ROSOLINO VIA		
PIPITONE FEDERICO GIUSEPPE VIA		
PIRANDELLO LUIGI VIA		
PRINCIPE DI BELMONTE VIA	75/123	78/114
PRINCIPE DI GRANATELLI VIA	29/65	40/96
PRINCIPE DI PATERNO' VIA		
PRINCIPE DI VILAFRANCA VIA		
PUGLISI BERTOLINO GIUSEPPE VIA		
RAPISARDI MARIO VIA		
REGIONE SICILIANA N.O. VIALE		
REGIONE SICILIANA S.E. VIALE		
RESTIVO EMPEDOCLE VIA		
RICASOLI VIA	7/65	6/58
ROMA VIA	411/531	348/454
SCIUTI GIUSEPPE VIA		
SELLA QUINTINO VIA	1/25	2/48
SERRADIFALCO VIA	111/191	172/270

SETTIMO RUGGERO PIAZZA		
SETTIMO RUGGERO VIA		
SICILIA VIA		
SIRACUSA VIA	1/15	2/32
STABILE MARIANO VIA	119/287	120/254
STRASBURGO VIALE		
STURZO LUIGI PIAZZA		
TASCA LANZA VIA		
TERRASANTA VIA		
TORREARSA VIA		
TRAPANI VIA	1/15	2/20
TRINACRIA VIA		
TURATI FILIPPO VIA		
UNGHERIA PIAZZALE		
UNITA' D'ITALIA PIAZZA		
VENTI SETTEMBRE VIA		
VERDI GIUSEPPE PIAZZA		
VILLAERMOSA VIA		
VILLAREALE VALERIO VIA		
VIRGILIO PIAZZA		
VITTORIO VENETO PIAZZA		
WAGNER RICCARDO VIA		
ZIINO OTTAVIO PIAZZA		