



COMUNE DI BARI

# **REGOLAMENTO SULLA PUBBLICITÀ**

## **INDICE**

### **TITOLO I – DISPOSIZIONI GENERALI**

- Art. 1. Oggetto del Regolamento.
- Art. 2. Quadro normativo e di riferimento.
- Art. 3. Classe del Comune - Suddivisione del territorio in categorie.
- Art. 4. Categoria delle località: normale e speciale.
- Art. 5. Piano Generale degli Impianti Pubblicitari.
- Art. 6. Definizione e classificazione dei mezzi pubblicitari.
- Art. 7. Mezzi pubblicitari permanenti e temporanei.
- Art. 8. Definizione dei singoli mezzi pubblicitari.
- Art. 9. Gruppo omogeneo di mezzi pubblicitari.
- Art. 10. Attività pubblicitarie non contingentate.

### **TITOLO II - TIPOLOGIE DI MEZZI PUBBLICITARI "I", "II" E "III"**

#### **CAPO I – Canone per la concessione in uso delle aree comunali finalizzate all'installazione di mezzi pubblicitari**

- Art. 11. Istituzione del canone.

#### **CAPO II - Mezzi pubblicitari Tipologia I – Concessioni/Autorizzazioni (CARTELLONISTICA)**

- Art. 12. Disposizioni Generali.
- Art. 13. Disposizioni per installazioni non rientranti nella casistica di cui al precedente art. 12.
- Art. 14. Altre disposizioni.

#### **CAPO III - Mezzi pubblicitari Tipologia II e III - Autorizzazioni e SCIA**

- Art. 15. Disposizioni Generali.
- Art. 16. Organi competenti al rilascio delle autorizzazioni per forme particolari di pubblicità.
- Art. 17. Presentazione dell'istanza di autorizzazione o di SCIA.
- Art. 18. Istruttoria del procedimento.
- Art. 19. Rilascio dell'autorizzazione.
- Art. 20. Durata e rinnovo dell'autorizzazione.
- Art. 21. Obblighi del titolare dell'autorizzazione.

#### **CAPO IV - Mezzi pubblicitari Tipologia I, II e III: Attività successive al rilascio dei provvedimenti abilitativi**

- Art. 22. Variazione dei provvedimenti abilitativi all'installazione ed all'esercizio.
- Art. 23. Voltura dei provvedimenti abilitativi all'installazione ed all'esercizio.
- Art. 24. Revoca dei provvedimenti abilitativi all'installazione ed all'esercizio.
- Art. 25. Decadenza del provvedimento abilitativo e provvedimenti di autotutela.
- Art. 26. Rimozione dei mezzi pubblicitari.

### **TITOLO III – TIPOLOGIE DI MEZZI PUBBLICITARI "V" E "VI"**

## **CAPO I – Principi e criteri per l'installazione**

Art. 27. Disposizioni Generali.

Art. 28. Disposizioni Particolari per "Insegne di esercizio".

Art. 29. Disposizioni Particolari per "Vetrofanie – Vetrografie" (mezzi pubblicitari Tipologia VI).

Art. 30. Disposizioni Particolari per "Targhe" (mezzi pubblicitari Tipologia VI).

Art. 31. Divieti e limitazioni per l'installazione dei mezzi pubblicitari. Pubblicità Offensiva.

Art. 32. Vincoli storici, artistici e di tutela paesaggistica.

## **CAPO II - Insegne di esercizio**

Art. 33. Autorizzazioni e Segnalazioni certificate di inizio attività.

Art. 34. Modalità di presentazione dell'istanza.

Art. 35. Istruttoria del procedimento e rilascio dell'autorizzazione.

Art. 36. Decadenza.

## **CAPO III - Targhe - Vetrofanie - Vetrografie - Scritte su tende ed ombrelloni**

Art. 37. Comunicazione di installazione.

Art. 38. Modalità di presentazione della comunicazione e procedimento.

## **TITOLO IV – NORME SANZIONATORIE E DISCIPLINA DELL'ATTIVITA' DI CONTROLLO DEL TERRITORIO**

Art. 39. Mezzi pubblicitari abusivi. Definizione.

Art. 40. Sanzioni amministrative per pubblicità e affissioni abusive o difformi.

Art. 41. Controllo e rimozione dei mezzi pubblicitari abusivi.

## **TITOLO V - Pubblicità Varia ( Pubblicità sui veicoli e su velocipedi a più di due ruote; Pubblicità fonica – Pubblicità con aeromobili; Volantinaggio; Locandine e manifesti; Ogni altra forma di pubblicità non riconducibile alle classificazioni riportate ai punti che precedono precedenti) e Mezzi Pubblicitari Tipologia IV ("striscioni" e "stendardi" "bandiere", "festoni" e "totem pubblicitari temporanei").**

Art. 42. Pubblicità sui veicoli e su velocipedi.

Art. 43. Pubblicità fonica.

Art. 44. Pubblicità a mezzo di aeromobili.

Art. 45. Pubblicità a mezzo di volantinaggio, locandine e manifesti, striscioni, stendardi, bandiere e festoni.

Art. 46. Altre forme di pubblicità – Disposizioni comuni.

Art. 47. Organi competenti al rilascio dell'autorizzazione e istruttoria del procedimento.

## **TITOLO VI – DISPOSIZIONI TRANSITORIE E FINALI**

Art. 48 Norme transitorie.

Art. 49 Disposizioni finali.

## TITOLO I – DISPOSIZIONI GENERALI

### **Art. 1. Oggetto del Regolamento.**

1. Il presente Regolamento disciplina, nell'ambito del territorio del Comune di Bari, l'esecuzione della pubblicità, le modalità per ottenere il relativo provvedimento abilitativo all'effettuazione, in conformità alle disposizioni del Decreto Legislativo 15/11/1993 n. 507 e successive modificazioni ed integrazioni.
2. Il Regolamento si applica a tutti i mezzi pubblicitari, anche temporaneamente privi di messaggio pubblicitario, installati in luoghi pubblici o aperti al pubblico o da tali luoghi percepibili e quindi installati su suoli privati o con servitù di pubblico passaggio, nonché a tutte le altre forme di pubblicità previste dal D.Lgs. n. 507/1993 e s.m.i.
3. Salvi i casi espressamente stabiliti da leggi statali e regionali, dal presente o da altri regolamenti del Comune, è vietato intraprendere iniziative pubblicitarie senza aver ottenuto la preventiva autorizzazione.
4. Il presente Regolamento disciplina le modalità installazione ed esercizio degli impianti pubblicitari sull'intero territorio comunale nonché le modalità ed i procedimenti di assegnazione dei relativi spazi pubblici.

### **Art. 2. Quadro normativo e di riferimento.**

1. Il presente Regolamento è adottato ai sensi della normativa vigente in materia ed in particolare:
  - Legge 7 agosto 1990, n. 241 "Nuove norme in materia di procedimento amministrativo e di diritto di accesso ai documenti amministrativi" e ss.mm.ii.;
  - Decreto legislativo 30 aprile 1992, n. 285 "Nuovo codice della strada" e s.m.i.;
  - Decreto legislativo 15 novembre 1993, n. 507 "Revisione ed armonizzazione dell'imposta comunale sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni, della tassa per l'occupazione di spazi ed aree pubbliche dei comuni e delle province nonché della tassa per lo smaltimento dei rifiuti solidi urbani a norma dell'art. 4 della legge 23 ottobre 1992, n.421, concernente il riordino della finanza pubblica";
  - Decreto del Presidente della Repubblica 16 dicembre 1992, n.495 "Regolamento di esecuzione del nuovo codice della strada" e s.m.i.;
  - Decreto Legislativo 22 gennaio 2004, n. 42 "Codice dei beni culturali e del paesaggio" e s.m.i.;
  - Legge Regione Puglia 23 Novembre 2005 n. 15 "Misure urgenti per il contenimento dell'inquinamento luminoso e per il risparmio energetico";
  - Regolamento Regione Puglia 22 agosto 2006, n. 13, "Misure urgenti per il contenimento dell'inquinamento luminoso e per il risparmio energetico";
  - Piano Paesaggistico Territoriale Regionale (PPTR) approvato con Delibera di Giunta Regionale n. 176 del 16.02.2015 (pubblicata sul BURP 40 del 23.03.2015);
  - Variante di adeguamento del PRG al PUTT/p approvata con Deliberazione della Giunta Regionale 28 ottobre 2014, n. 2252 ;
  - Regolamento edilizio approvato con deliberazione n. 136 del 22.01.1936;
  - Delimitazione del centro abitato approvato con deliberazione di Giunta Comunale n. 282 del 01.06.2011;

### **Art. 3. Classe del Comune - Suddivisione del territorio in categorie.**

1. Agli effetti dell'applicazione dell'imposta sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni, il Comune di Bari, secondo quanto disposto dall'art. 2 del D.Lgs. n. 507/1993 e s.m.i., è da considerarsi appartenente alla II classe.
2. Il territorio comunale è ripartito oltre che in "Centro abitato" e "Fuori del Centro Abitato", in "Zone", così come meglio individuate e graficamente delimitate nel Piano Generale degli Impianti Pubblicitari.
3. Per ogni "Zona", il presente Regolamento ed il Piano Generale degli Impianti Pubblicitari definiscono la disciplina relativa ad ogni forma di pubblicità.

### **Art. 4. Categoria delle località: normale e speciale.**

1. Agli effetti dell'applicazione dell'imposta sulla pubblicità, del diritto sulle pubbliche affissioni e del canone, limitatamente alle affissioni di carattere commerciale, le località del territorio del Comune di Bari sono suddivise in due categorie in relazione alla loro importanza:
  - *categoria speciale;*
  - *categoria normale.*
2. In esecuzione dell'art. 4, comma 1, D.Lgs. n. 507/1993 e s.m.i., risulta istituita nel Comune di Bari la categoria speciale, così come delimitata nelle cartografie del Piano Generale degli Impianti Pubblicitari, per la quale la maggiorazione viene stabilita con apposita delibera di Giunta Municipale.
3. Alla categoria normale appartengono tutte le altre località del territorio comunale non ricomprese nella categoria speciale.

### **Art. 5. Piano Generale degli Impianti Pubblicitari.**

1. Il Piano Generale degli Impianti Pubblicitari viene redatto ed aggiornato nel rispetto delle previsioni e prescrizioni dei vigenti strumenti urbanistici, della disciplina introdotta da norme generali che regolamentano la materia, delle disposizioni del Codice della Strada e del relativo Regolamento di Esecuzione.
2. Il Piano Generale degli Impianti Pubblicitari, che nel prosieguo per brevità viene denominato P.G.I.P., disciplina la collocazione degli impianti pubblicitari definendone la tipologia sia con riferimento alle "Zone" individuate dal Piano sia con riferimento alla sovrapposta rete stradale interessata dalla collocazione dei mezzi pubblicitari medesimi.
3. Fatta salva l'individuazione del centro abitato (così come individuato e definito ai sensi del D. Lgs. 30 aprile 1992, n. 285 "Nuovo codice della strada" e s.m.i. e D.P.R. 16 dicembre 1992, n.495 "Regolamento di esecuzione del nuovo codice della strada"), il P.G.I.P. viene redatto secondo i seguenti criteri:
  - 3.1 Classificazione delle Strade ai soli fini dell'impiantistica pubblicitaria;
  - 3.2 Zonizzazione del territorio comunale in aree omogenee sulla base delle caratteristiche storiche-architettoniche e/o paesaggistiche, urbanistiche e commerciali;
  - 3.3 Delimitazione delle aree da considerare di Categoria Speciale ed individuazione delle strade assoggettate a tale Categoria;
  - 3.4 Classificazione ed individuazione della tipologia dei mezzi pubblicitari;

Resta altresì ferma ed impregiudicata la possibilità da parte dell'Amministrazione di individuare, nell'ambito dei successivi strumenti di programmazione, "ambiti unitari" in cui l'installazione dell'impiantistica pubblicitaria sarà subordinata alla previa predisposizione di uno studio di insieme reso ai sensi del successivo art. 9, finalizzato all'unificazione delle caratteristiche estetiche e tipologiche per gli impianti da installare nell'intero ambito.

4. Il P.G.I.P. contiene altresì:

- 4.1 La individuazione della superficie complessiva ammissibile per i mezzi pubblicitari da installarsi nel territorio comunale, eventualmente specificata in relazione a:
  - 4.1.1 la superficie da destinare ad impianti per pubbliche affissioni, tenendo presente la quantità prevista dall'art. 18 del D.Lgs. n. 507/1993 e s.m.i.;
  - 4.1.2 la superficie da destinare a pubblicità effettuata da parte di privati su impianti propri di tipo cartellonistica;
- 4.2 I criteri di posizionamento, nel rispetto delle norme sul traffico e sulla circolazione e dei Regolamenti vigenti, tenendo presente le prescrizioni e i divieti del Codice della Strada e del relativo Regolamento di esecuzione prevedendo - ove necessario - l'applicazione delle deroghe consentite dall'art. 23 comma 6 del Codice della Strada medesimo;
- 4.3 Le caratteristiche tecniche, estetiche e di arredo urbano dei mezzi pubblicitari sia su suolo pubblico che privato.

#### **Art. 6. Definizione e classificazione dei mezzi pubblicitari.**

1. Con la definizione di **mezzi pubblicitari**, ai sensi dell'art. 47 del D.P.R. 16 dicembre 1992 n. 495 e s.m.i. "Regolamento di esecuzione e di attuazione del nuovo Codice della Strada", si intende ogni struttura o manufatto, rigido o no, finalizzato alla pubblicità o propaganda sia di prodotti che di attività, collocata in luogo pubblico o aperto al pubblico o da tali luoghi percepibile.
2. Il presente Regolamento, in conformità alle normative vigenti, individua i seguenti gruppi tipologici di mezzi pubblicitari:
  - **Tipologia I:** tutti i mezzi, i sistemi e le tipologie di impianto pubblicitario, anche luminosi, realizzati allo scopo di contenere i messaggi pubblicitari direttamente o con sovrapposizione di manifesti e definibili come "**cartellonistica**";
  - **Tipologia II:** tutti i mezzi, i sistemi e le tipologie di impianto pubblicitario definibili come "**impianti pubblicitari di servizio**" e aventi come scopo primario un servizio di pubblica utilità nell'ambito dell'arredo urbano e stradale (pensiline delle fermate autobus, paline, orologi, servizi igienici, targhe viarie, totem e/o pannelli informativi a messaggio variabile e simili );
  - **Tipologia III:** ulteriori collocazioni pubblicitarie quali "**Pubblicità sui ponteggi e recinzioni di cantieri edili**" – "**Pubblicità sui Chioschi e nelle Edicole**" – "**Pubblicità nelle autostazioni e parcheggi**" – "**Pubblicità sui lastrici solari**" – "**Impianti di trasmissione e/o riproduzione di immagini**" – "**Colonna**" nonché "**preinsegne**".
  - **Tipologia IV:** tutti i mezzi, i sistemi e le tipologie di impianto pubblicitario definibili come "**striscioni**" e "**stendardi**" oltre alla pubblicità tramite apposizione di "**bandiere**", "**festoni**" e "**totem pubblicitari temporanei**";

- **Tipologia V:** tutti i mezzi, i sistemi e le tipologie di impianto pubblicitario, anche luminosi, definibili come **"insegne di esercizio"** posti in opera direttamente su alloggiamenti appositi o su strutture di sostegno, in aggancio o appoggio ad elementi presenti in ambito urbano e nel territorio, comprensivi dei **"totem pubblicitari permanenti"**;
  - **Tipologia VI:** tutti i mezzi, i sistemi e le tipologie di impianto pubblicitario definibili come **"esposizioni semplici"**:
    - a) targhe;
    - b) vetrofanie, vetrografie;
    - c) scritte poste in opera direttamente su supporti quali tende ed ombrelloni.
3. Le altre forme di mezzi pubblicitari, diversi dalle tipologie descritte al comma 2, sono definite come **"pubblicità varia"**, ed individuate di seguito in:
- 1) Pubblicità sui veicoli e su velocipedi e su relative aree ed attrezzature di supporto;
  - 2) Pubblicità fonica – Pubblicità con aeromobili;
  - 3) Volantinaggio;
  - 4) Locandine e manifesti;
  - 5) Ogni altra forma di pubblicità non riconducibile alle classificazioni riportate ai punti precedenti.

#### **Art. 7. Mezzi pubblicitari permanenti e temporanei.**

1. I mezzi pubblicitari considerati nel presente Regolamento sono ulteriormente classificati in funzione al tempo di permanenza sul territorio nelle seguenti categorie:
  - Mezzi pubblicitari temporanei;
  - Mezzi pubblicitari permanenti.
2. Mezzi pubblicitari temporanei.  
 I mezzi pubblicitari temporanei sono manufatti che, indipendentemente dal supporto impiegato per l'esposizione del messaggio, dalle caratteristiche costruttive e dalle modalità di posa in opera, non hanno carattere di oggettiva permanenza.  
 L'esposizione del messaggio pubblicitario è correlata a eventi limitati nel tempo la cui durata non può superare, in ogni caso, 90 giorni nel corso dell'anno solare.  
 Alla scadenza dell'autorizzazione il mezzo pubblicitario dovrà essere rimosso pena l'applicazione delle misure di cui al successivo Titolo IV.  
 Per questi mezzi pubblicitari il P.G.I.P. potrà stabilire particolari norme di localizzazione territoriale, le caratteristiche di altezza, orientamento, distanza da altri elementi territoriali, strutturali e di installazione e le eventuali modalità di illuminazione dei suddetti mezzi.
3. Mezzi pubblicitari permanenti.  
 Appartengono a questa categoria i mezzi pubblicitari la cui collocazione ha durata superiore a 90 giorni naturali e consecutivi dal rilascio dell'autorizzazione.  
 I mezzi pubblicitari permanenti sono manufatti bidimensionali, mono o bifacciali aventi una struttura di sostegno da fissare al suolo o ad edificazioni, per l'esposizione di messaggi pubblicitari permanenti.

## **Art. 8. Definizione dei singoli mezzi pubblicitari.**

- 1. Insegna di esercizio:** scritta in caratteri alfanumerici, completata eventualmente da simboli e da marchi anche di fatto, realizzata e supportata con materiali adeguati, installata nella sede dell'attività cui si riferisce o nelle pertinenze accessorie alla stessa. E' altresì insegna quella la cui scritta relativa all'esercizio dell'attività è completata con simboli e marchi di ditte diverse da quella principale, purché attinenti all'attività svolta dalla medesima.
- 2. Targa:** scritta in caratteri alfa numerici, completata eventualmente da simboli e da marchi anche di fatto, utilizzabile solo su una facciata, integrata su supporto in metallo, pietra, legno, o materiali trasparenti e/o traslucidi, posta in opera lateralmente alla porta d'ingresso dell'edificio sede dell'attività svolta. Non può essere luminosa per luce propria.
- 3. Preinsegna:** indicatore direzionale, recante scritta con caratteri alfanumerici, simboli e marchi anche di fatto, completata da freccia di orientamento, realizzata su manufatto bifacciale e bidimensionale, utilizzabile su una sola o su entrambe le facce e supportata da un'ideale struttura di sostegno. Non può essere luminosa, né per luce propria, né per luce indiretta.
- 4. Cartello:** manufatto bidimensionale, supportato da un'ideale struttura di sostegno, con una sola o entrambe le facce finalizzate alla diffusione di messaggi pubblicitari o propagandistici sia direttamente, sia tramite sovrapposizione di altri elementi, quali manifesti, adesivi, ecc. Il cartello, la cui superficie espositiva (escluso la cornice e i supporti) è di dimensioni minori o uguali a mq.2,80 per singola faccia, è definito "plancia", mentre il cartello di dimensioni superiori a mq. 2,80, è definito "cartellone".
- 5. Bacheca:** manufatto monofacciale supportato da un'ideale struttura di sostegno, o posto in aderenza ad una parete, finalizzato alla diffusione di messaggi di comunicazione sociale, culturale e istituzionale, ovvero commerciale tramite apposizione di manifesti, pubblicazioni o locandine. Possono essere realizzati con strutture a telaio semplice o apribile a compasso con cristallo del tipo antinfortunistico; la superficie del cristallo, all'interno della cornice di supporto perimetrale, deve essere unica e non suddivisa in riquadri.
- 6. Totem:** manufatto tridimensionale autoportante con una o più facce finalizzate alla diffusione dei messaggi pubblicitari: I Totem possono essere di tipo "permanente" se costituiscono insegne di esercizio e di tipo "temporaneo" se non sono ancorati al suolo, e sono adibiti esclusivamente a pubblicizzare spettacoli o eventi culturali o sportivi oltre che per il lancio di nuove iniziative commerciali.
- 7. Impianto a messaggio variabile e a messaggio animato:** manufatto bidimensionale supportato da un'ideale struttura di sostegno, con una sola o entrambe le facce finalizzate alla diffusione di messaggi pubblicitari o propagandistici, caratterizzati dall'impiego di sistemi automatici di tipo meccanico o con sistemi elettronico-digitali che, opportunamente interfacciati con una stazione di comando computerizzata, possono originare messaggi scritti, immagini monocromatiche, a colori, fisse o in movimento.
- 8. Striscione:** elemento bidimensionale realizzato in materiale di qualsiasi natura, privo di rigidità, mancante di superficie di appoggio o comunque non aderente alla stessa, e finalizzato alla promozione pubblicitaria di manifestazioni e/o spettacoli di pubblico interesse oltre che per il lancio di nuove iniziative commerciali, culturali o sportive a carattere temporaneo collegato all'evento; è caratterizzato dalla particolare lunghezza atta a permetterne il posizionamento a scavalco della sede stradale. Può essere luminoso per luce indiretta.



- 9. Stendardo o bandiera o festone:** elemento bidimensionale realizzato in materiale di qualsiasi natura, privo di rigidità, mancante di superficie di appoggio o comunque non aderente alla stessa, esclusivamente finalizzato alla promozione pubblicitaria di manifestazioni e/o spettacoli di pubblico interesse oltre che per il lancio di nuove iniziative commerciali, culturali o sportive a carattere temporaneo collegato all'evento; è caratterizzato dal particolare fissaggio solo su di un lato o comunque sventolante tipo bandiera. Può essere luminoso per luce indiretta.
- 10. Vetrofania:** pellicola di materiale non rigido e di natura precaria, trasparente e non, applicata su vetro, riportante scritte in caratteri alfanumerici o simboli, marchi anche di fatto, fotografie, grafici o disegni.
- 11. Vetrografia:** smerigliatura, mussolatura, incisione ad acido, a mola, ecc., pittura monocromatiche o colorate realizzata direttamente sulle vetrine.
- 12. Impianto pubblicitario di servizio:** qualunque manufatto avente quale scopo primario un servizio di pubblica utilità nell'ambito dell'arredo urbano e stradale (come pensiline, paline, contenitori per la raccolta differenziata o cassonetti, chioschi, edicole, orologi, servizi igienici, supporti informativi, targhe viarie, totem e/o pannelli informativi a messaggio variabile e simili) recante uno spazio pubblicitario che può anche essere luminoso, sia per luce diretta che per luce indiretta e di dimensioni proporzionate al manufatto sul quale viene collocato.
- 13. "Pubblicità sui ponteggi e recinzioni di cantieri edili":** qualsiasi elemento bidimensionale monofacciale privo di rigidità che occupa tutta o parte della superficie del ponteggio o recinzione ed è a questi opportunamente ancorato.
- 14. "Pubblicità sui Chioschi e nelle Edicole":** qualsiasi manufatto bidimensionale relativi a prodotti inerenti l'attività di vendita.
- 15. "Pubblicità nelle autostazioni e parcheggi":** qualsiasi manufatto pubblicitario definito e disciplinato dal D. Lgs. 30 aprile 1992, n. 285 "Nuovo codice della strada" e s.m.i. e D.P.R. 16 dicembre 1992, n.495 "Regolamento di esecuzione del nuovo codice della strada" e s.m.i.;
- 16. "Pubblicità su lastrici solari":** manufatto pubblicitario bidimensionale o tridimensionale collocato su coperture piane degli edifici.
- 17. "Impianti di trasmissione e/o riproduzione di immagini":** forma di pubblicità spettacolare ed innovativa consistente nel proiettare su superfici cieche degli edifici privati gigantesche immagini attraverso proiettori non laser, trasformando le stesse superfici in enormi schermi naturali. Limitatamente agli edifici pubblici tale pubblicità è ammessa anche sulle intere facciate degli edifici stessi in occasione di grandi eventi.
- 18. "Colonna":** manufatto a base circolare o triangolare fisso o girevole, retroilluminato.

#### **Art. 9. Gruppo omogeneo di mezzi pubblicitari.**

1. Si definisce "*gruppo omogeneo di mezzi pubblicitari*" un insieme di mezzi pubblicitari aventi le medesime caratteristiche tipologiche, strutturali, di illuminazione e di formato, posizionati sul territorio secondo una precisa sequenza geometrica e con medesimi allineamenti, orientamenti ed altezze rispetto al suolo. La presenza di elementi territoriali di rilevanza urbana o ambientale determina l'interruzione della suddetta sequenza.

2. La progettazione della pubblicità per "gruppi omogenei" è sempre prescritta nel caso di interventi per "ambiti unitari" individuati ai sensi del presente Regolamento.
3. Gli enti pubblici presenti in ambito territoriale comunale (Autorità portuale, Autorità aeroportuale, Enti e società ferroviarie, Demanio regionale e dello Stato, Consorzio ASI, Società di gestione dei servizi pubblici locali, etc), devono dare corso all'attività di installazione e di esercizio della cartellonistica pubblicitaria nel proprio territorio di competenza sulla base di una programmazione per "ambiti unitari" e concordata con la P.A. garantendo il decoro urbano e l'osservanza dei principi di trasparenza, concorrenza e parità di trattamento nell'assegnazione degli spazi.  
 Il progetto, reso per "ambiti unitari", dovrà localizzare compiutamente tutti gli impianti pubblicitari proposti e contenere:
  - a. Analisi dello stato attuale degli spazi interessati dall'intervento evidenziando il degrado funzionale e visivo e gli elementi in contrasto con il presente Regolamento
  - b. Proposta progettuale corrispondente alle prescrizioni del presente Regolamento che:
    - evidenzi gli impianti previsti e la loro congruità con le prescrizioni del presente Regolamento;
    - valuti il corretto inserimento ambientale dei nuovi impianti;
    - tenga conto delle caratteristiche morfologiche, formali, compositive ed architettoniche dello spazio interessato dall'intervento e del suo intorno urbano;
    - contribuisca a diminuire l'inquinamento visivo della scena urbana;
    - risponda alle esigenze di circolazione e di traffico.
4. Con l'approvazione del Progetto Unitario si intende rilasciato il nullaosta di competenza del Comune.

#### **Art. 10. Attività pubblicitarie non contingentate.**

1. In ragione della particolare natura dell'iniziativa pubblicitaria ovvero in ragione della diretta riconducibilità a motivazioni di interesse generale delle attività svolte è consentita, nel rispetto delle disposizioni normative e regolamentari che disciplinano la materia, previa autorizzazione e/o nulla osta dell'Amministrazione, l'esecuzione delle seguenti attività:
  - pubblicità su ponteggi e recinzioni di cantieri edili;
  - pubblicità con tutti i mezzi, i sistemi e le tipologie di impianto pubblicitario definibili come "esposizioni semplici": Targhe, Vetrofanie, Vetrografie, Scritte poste in opera quali tende ed ombrelloni;
  - pubblicità con insegne di esercizio;
  - pubblicità con preinsegne all'interno del perimetro delle zone P.I.P. (Piani Insediamenti Produttivi), attesa la necessità di garantire visibilità agli operatori commerciali per i nuovi insediamenti nelle predette zone;
  - pubblicità con insegne di esercizio su palo su suolo pubblico limitatamente ad esercizi di pubblica utilità quali "Farmacie", "Forze dell'Ordine" ed "Enti pubblici";
  - pubblicità effettuata con impianti pubblicitari da parte di soggetti sportivi (iscritti al registro CONI) in qualità di gestori di impianti sportivi di proprietà comunale al fine di garantire risorse economiche per una più efficace gestione degli stessi. Tali impianti potranno essere concessi per una superficie espositiva pubblicitaria max consentibile di mq. 120 per impianto sportivo;
  - veicolazione pubblicitaria nell'ambito di iniziative di interesse pubblico che prevedano lo sfruttamento economico delle attività e degli spazi connessi che siano contenute in:
    - a. proposte di iniziativa pubblica e/o privata funzionali alla realizzazione di opere pubbliche e alla gestione di un servizio pubblico o interesse pubblico, previa presentazione di un progetto approvato dall'Amministrazione Comunale;
    - b. proposte di interesse pubblico e convenienti per l'Ente, presentate da soggetti privati ed altri che intendano assumere la veste di sponsor per la realizzazione di progetti,

eventi, prestazioni, lavori, servizi e forniture, riconosciuti tali nelle modalità previste dal vigente regolamento per la disciplina delle sponsorizzazioni in favore dell'Amministrazione comunale.

## TITOLO II – TIPOLOGIE DI MEZZI PUBBLICITARI "I", "II" E "III"

### CAPO I - Canone per la concessione in uso delle aree comunali finalizzate all'installazione di mezzi pubblicitari

#### Art. 11. Istituzione del canone.

1. A partire dalla data di conclusione del regime transitorio previsto al successivo Titolo VI è istituito, anche a norma dell'art. 27, commi 7 e 8, del Decreto Legislativo 30 aprile 1992, n. 285, il canone per la concessione in uso delle aree comunali finalizzate all'installazione di mezzi pubblicitari di cui al presente Titolo, che sarà applicato secondo le disposizioni del Regolamento sulla pubblicità.
2. Si considerano rilevanti ai fini dell'assoggettamento al canone di cui al comma che precede:
  - a) i messaggi diffusi nell'esercizio di un'attività economica allo scopo di promuovere la domanda e la diffusione di beni e servizi di qualsiasi natura;
  - b) i messaggi finalizzati a migliorare l'immagine del soggetto pubblicizzato;
  - c) i mezzi e le forme atte ad indicare o individuare il luogo nel quale viene esercitata un'attività.
3. Il canone per la concessione in uso delle aree comunali finalizzate all'installazione dei mezzi pubblicitari è dovuto dal titolare del relativo provvedimento abilitativo, anche nell'ipotesi in cui questi non usufruisca in tutto o in parte del mezzo pubblicitario installato.
4. La determinazione della tariffa del canone di cui al comma 1, eventualmente da porre alla base di valutazioni comparative nell'ambito di procedure concorsuali, avviene (anche in ossequio delle disposizioni di cui all'art. 42 del D.Lgs. 267/2000 e ss.mm.ii.), previa definizione della *tariffa base* per il canone da parte del Consiglio Comunale, secondo quanto previsto al successivi commi 5 e 6.
5. *La tariffa base* è parametrata al canone di locazione delle aree urbane assumendo, quale riferimento, il valore di mercato per le predette aree così come risultante dai pertinenti atti ufficiali dell'Amministrazione e ragguagliandone l'importo alla superficie pubblicitaria ad installarsi.
6. Al fine di assicurare una diversificazione rispetto all'aliquota base connessa al differente valore di mercato delle aree pubbliche da concedere, la Giunta Comunale precisa i coefficienti moltiplicatori della *tariffa base*, nel provvedimento di cui al successivo art. 12 comma 3, sulla base dei seguenti criteri:
  - I. suddivisione del territorio del Comune di Bari nelle due categorie di cui al precedente art. 4, in relazione alla loro importanza;
  - II. rilevanza dei flussi di pendolarismo che convergono sulla città - e nelle parti di questa - dagli altri Comuni della Provincia e della Regione;
  - III. identificazione delle sedi di importanti istituzioni del mondo imprenditoriale e amministrativo presenti sul territorio;
  - IV. valenza territoriale, sotto il profilo urbano e del valore economico, delle aree interessate dalle installazioni pubblicitarie;

- V. pregio storico, estetico e paesaggistico delle parti di territorio interessate dalle installazioni;
- VI. entità della superficie e delle caratteristiche di ogni singolo mezzo pubblicitario e conseguentemente dell'impatto sull'ambiente o sull'arredo urbano;
- VII. soggezione che deriva allo spazio pubblico e vantaggio che l'utente ne ricava.

Per ognuno dei criteri identificati nei precedenti punti da I a VII, la Giunta Comunale precisa i coefficienti moltiplicatori fissandone il valore all'interno di un intervallo variabile tra 0,8 e 1,2.

- 7. La tariffa base del canone potrà subire aggiornamenti, al mutare delle condizioni economiche, con provvedimenti analoghi rispetto a quelli di cui ai commi che precedono.
- 8. Dalla misura complessiva del canone per la concessione in uso delle aree comunali finalizzate all'installazione di mezzi pubblicitari va detratto l'importo delle tasse previste da disposizioni di legge, riscosso dal Comune per la medesima occupazione. L'imposta pubblicitaria di cui al precedente art. 4 comma 1 ha natura autonoma ed il relativo importo non è pertanto soggetto a detrazione.

## **CAPO II - Mezzi pubblicitari Tipologia I – Concessioni/Autorizzazioni (CARTELLONISTICA)**

### **Art. 12. Disposizioni Generali.**

- 1. Il presente Capo si applica ai mezzi pubblicitari di cui alla Tipologia I, indicati all'art. 6 comma 2 e definiti all'art. 8 comma 4 e comma 7, localizzati su aree di proprietà comunale, per la cui installazione è necessario ottenere apposito provvedimento abilitativo a seguito di gara ad evidenza pubblica per l'affidamento del servizio di pianificazione esecutiva, di installazione, manutenzione e gestione di impianti pubblicitari su aree pubbliche nell'ambito del territorio comunale.  
Il presente Capo si applica inoltre ai mezzi pubblicitari di cui alla Tipologia I, indicati all'art. 6 comma 2 e definiti all'art. 8 comma 4, localizzati su aree di proprietà privata - ivi incluse le pubblicità con poster giganti ancorati a pareti cieche di fabbricati, queste ultime intese ex artt. 900, 901 e 902 del Codice Civile - per la cui installazione è necessario ottenere apposito provvedimento abilitativo nel rispetto delle disposizioni del Codice della Strada e del P.G.I.P.. In questo caso il procedimento abilitativo per singole installazioni, segue in via analogica quanto indicato ai successivi artt. 17, 18, 19 (ad eccezione del comma 2), 20 e 21, previsti per le installazioni di tipo II e III effettuate a seguito di provvedimento esplicito dell'Amministrazione, in quanto applicabili.
- 2. Ai fini di cui al precedente comma 1, primo periodo, il Comune procede alla suddivisione del territorio comunale, sia interno che esterno al centro abitato ai sensi del Codice della Strada e relativo Regolamento di attuazione, in lotti funzionali specificando la quantità massima installabile, in termini di superficie pubblicitaria, nonché le caratteristiche tipologiche ed estetiche dei manufatti così da realizzare uno studio di insieme finalizzato a conseguire l'installazione di impianti per "gruppi omogenei di mezzi pubblicitari". La suddivisione di cui al presente comma potrà prevedere anche la identificazione di "ambiti unitari" di cui al precedente art. 5 comma 3.
- 3. Con provvedimento di Giunta Municipale l'Amministrazione definisce le caratteristiche dei singoli lotti funzionali e approva i capitolati prestazionali necessari per l'affidamento degli spazi secondo procedure concorsuali in coerenza con quanto riportato nel presente regolamento per

l'installazione degli impianti e con le previsioni del P.G.I.P., specificando eventuali ulteriori oneri, anche economici, da porre in capo all'affidatario. Nell'ambito del regolamento concorsuale la Giunta Comunale potrà richiedere, ai fini della valutazione delle proposte e del conseguente affidamento dei lotti, specifici studi di dettaglio - nella forma di strumento di pianificazione esecutivo - tesi a definire le modalità di installazione degli impianti pubblicitari per quelle parti di territorio connotate da particolare valenza sotto il profilo paesaggistico, storico-culturale e/o ambientale.

4. L'affidatario del servizio, entro quarantacinque giorni dalla comunicazione di aggiudicazione del lotto funzionale, provvede a trasmettere all'Amministrazione gli elaborati tecnici definitivi, corredati da tutti i pareri e/o le autorizzazioni prescritte per legge, resi in conformità alla proposta selezionata in fase di procedura concorsuale, ai fini della identificazione delle installazioni sul territorio. Nel caso di proposte che contemplino impianti pubblicitari che insistono su beni culturali e/o su beni paesaggistici, l'affidatario del servizio è inoltre tenuto all'acquisizione dei nulla osta - autorizzazioni preventivi di cui al D.Lgs. n.42/2004 e ss.mm.ii. Analogamente, per proposte che contemplino impianti pubblicitari insistenti su strutture esercizio di attività sanitaria, l'affidatario del servizio acquisisce la preventiva autorizzazione del competente Ordine Professionale ai sensi della L. n. 175 del 05/02/1992. All'interno del centro abitato, ove le proposte contemplino l'installazione di mezzi pubblicitari che insistono su beni demaniali o patrimoniali di altre amministrazioni visibili da piazze o strade comunali, è esclusivo onere dell'affidatario corredare la proposta definitiva di nulla osta o di altro titolo abilitativo previsto dalla legge. Inoltre, nel caso in cui la proposta dell'affidatario contempli l'installazione di mezzi pubblicitari che insistono su beni, aree o strade di proprietà privata (compresi consorzi edificatori e società a partecipazione pubblica locale) o di enti pubblici economici (comprese le aziende speciali) che siano visibili da piazze o strade comunali, è esclusivo onere dell'affidatario corredare la proposta definitiva dell'atto di assenso o convenzione con il soggetto proprietario. Il provvedimento gestionale di approvazione delle ubicazioni degli impianti sul territorio di riferimento, reso a seguito di istruttoria tecnica degli uffici, costituisce atto abilitativo e titolo alla formale installazione degli impianti.
5. L'atto di assenso all'installazione dell'impianto pubblicitario ha validità quinquennale ed è rinnovabile per lo stesso periodo per una sola volta.
6. La materiale installazione degli impianti così come assentiti e rappresentati negli elaborati definitivi sarà oggetto di comunicazione all'Amministrazione concedente.
7. Salve le disposizioni di cui ai successivi commi 10 e 13, l'installazione e l'esercizio di impiantistica pubblicitaria nelle aree comunali di cui al presente articolo sarà consentita unicamente al soggetto aggiudicatario dei singoli lotti.
8. L'affidatario del servizio di installazione ed esercizio dell'impiantistica pubblicitaria nel singolo lotto è tenuto a presentare alla Ripartizione Tributi - Settore Pubblicità e Affissioni, entro trenta giorni dall'avvenuta aggiudicazione del lotto e comunque prima dell'installazione, la dichiarazione fiscale di pubblicità attestante l'installazione del mezzo. A tale dichiarazione deve essere allegata l'attestazione dell'avvenuto pagamento della relativa imposta e/o di ogni altro onere eventualmente previsto, pena la decadenza del diritto all'installazione ed esercizio.
- 8bis. L'affidatario del servizio è tenuto, altresì, sempre entro i termini sopra indicati, a garanzia dell'esatto e puntuale adempimento dei propri obblighi, a costituire, prima della sottoscrizione del contratto, un deposito cauzionale o polizza fideiussoria assicurativa o bancaria, pari ad una annualità del canone, con obbligo di reintegrazione della medesima entro e non oltre trenta giorni nel caso in cui essa sia in tutto o in parte utilizzata.

8ter. L'affidatario del servizio è tenuto, inoltre, sempre entro i termini sopra indicati, a garanzia dell'esatto e puntuale adempimento dei propri obblighi, a produrre, prima della sottoscrizione del contratto e successivamente ogni sei mesi, la Dichiarazione Unica di Regolarità Contributiva pena la decadenza dal servizio affidato.

9. L'affidatario del servizio di installazione ed esercizio dell'impiantistica pubblicitaria nel singolo lotto assume la qualità di responsabile del mantenimento delle condizioni di legittimità delle installazioni e di mantenimento di adeguate condizioni di decoro urbano per i manufatti insistenti su aree comunali, assumendo sotto tale profilo la funzione di esercente di un pubblico servizio. Eventuali installazioni pubblicitarie nelle aree comunali comportanti il decadimento delle condizioni di decoro urbano delle aree pubbliche medesime saranno pertanto ricondotte alla responsabilità dell'affidatario ed a questi direttamente contestate.
10. Ferma ed impregiudicata la possibilità, da parte dell'Amministrazione, di installazione ed esercizio di impianti per pubbliche affissioni e' vietata l'effettuazione di ogni altra forma di pubblicità di cui al presente Titolo, anche se esente da imposta, all'interno dei lotti funzionali comunali assegnati (di cui al presente articolo, comma 1, primo periodo) in difformità da quanto autorizzato. Inoltre è vietata l'effettuazione di ogni forma di pubblicità di cui al presente Titolo sulle aree comunali da parte di altri soggetti senza previa espressa autorizzazione comunale, da rendere per sopravvenuti motivi di pubblico interesse ovvero nel caso di mutamento della situazione di fatto non prevedibile al momento della concessione di installazione. Tale valutazione resterà appannaggio insindacabile dell'Amministrazione medesima previa ponderazione degli interessi coinvolti.
11. L'installazione di impianti pubblicitari su aree comunali in assenza del relativo provvedimento abilitativo sarà ritenuta abusiva e comporterà, oltre all'applicazione delle sanzioni amministrative e tributarie, l'immediata rimozione del mezzo a cura dell'Amministrazione Comunale o, nel caso di avvenuta assegnazione dei lotti, da parte del concessionario-gestore nella sua qualità di esercente di pubblico servizio. Qualora l'Amministrazione Comunale dopo il rilascio del prescritto provvedimento abilitativo accerti l'avvenuta installazione, ancorché parziale, prima del rilascio del titolo medesimo, dispone la decadenza dell'atto e l'immediata rimozione dei mezzi installati, oltre all'applicazione delle sanzioni amministrative e tributarie.
12. Nei casi di cui ai commi precedenti, poiché l'effettuazione della pubblicità prevede l'occupazione di proprietà pubbliche, la corrispondente concessione degli spazi resa ai fini pubblicitari integra anche l'atto che permette l'esecuzione dell'attività pubblicitaria da parte della Amministrazione Comunale, e va resa previo nulla osta della Ripartizione Patrimonio. Il provvedimento concessorio non determina la costituzione di alcun diritto sul suolo concesso che possa essere in contrasto con interessi di natura pubblica e di carattere preminente.
13. L'Amministrazione può autorizzare l'utilizzo di spazi pubblicitari anche in via esclusiva, in deroga a quanto previsto ai punti che precedono, nell'ambito di proposte di sponsorizzazione, predisposte nelle forme di cui al vigente regolamento per la disciplina delle sponsorizzazioni, da parte di soggetti privati ed altri che intendano assumere la veste di sponsor per la realizzazione di progetti, eventi, prestazioni, lavori, servizi e forniture. Le proposte dovranno contenere l'oggetto della sponsorizzazione, il valore del corrispettivo, le forme di veicolazione pubblicitaria e l'eventuale richiesta di diritto di esclusiva.
14. I titoli abilitativi di cui al precedente comma 13 saranno rilasciati previa istruttoria condotta dall'ufficio competente, finalizzata all'acquisizione dei necessari pareri previsti da norme di legge e regolamenti che disciplinano la materia e nella quantità di spazi strettamente necessaria per il

raggiungimento delle finalità pubbliche. La durata dei titoli abilitativi sarà commisurata all'entità dell'investimento iniziale, funzionale al perseguimento dell'interesse pubblico e non potrà di norma eccedere i trenta anni.

15. L'affidatario del servizio di installazione ed esercizio dell'impiantistica pubblicitaria del singolo lotto è tenuto a rispettare, nel periodo di affidamento, le modalità operative per la registrazione, identificazione dei singoli impianti così come indicato dall'Amministrazione, anche attraverso l'utilizzo di supporti informatici e software dedicati.

**Art. 13. Disposizioni per installazioni non rientranti nella casistica di cui al precedente art. 12.**

1. La pubblicità effettuata all'interno dei luoghi aperti al pubblico (ad es.: gli stadi, gli impianti sportivi, i cinema, le stazioni automobilistiche e di pubblici trasporti, i centri commerciali) e non visibile dall'esterno non è sottoposta alla disciplina del precedente articolo 12 ma è soggetta alla presentazione della dichiarazione di pubblicità e al relativo pagamento dell'imposta, ove non esente.
2. L'installazione di mezzi pubblicitari all'esterno del centro abitato, lungo le strade ed in vista di esse, è assentita dagli Enti proprietari delle strade secondo le procedure di cui all'art. 53 e del Regolamento di esecuzione ed attuazione del Codice della Strada, nel rispetto delle disposizioni normative vigenti, del P.G.I.P. e dei principi indicati al precedente art. 9 comma 3 del presente regolamento. Quando i mezzi pubblicitari collocati su una strada sono visibili da una strada di Ente proprietario diverso, il titolo abilitativo è subordinato al preventivo nulla osta di quest'ultimo.
3. Gli atti di assenso all'installazione di impianti pubblicitari devono riportare un termine di scadenza rispettoso delle indicazioni rivenienti dalle norme di settore nonché una clausola di decadenza automatica corrispondente all'eventualità di modifica della titolarità della viabilità lungo il cui sviluppo sono installati. Gli Enti proprietari delle strade che attraversano il territorio del Comune di Bari sono tenuti all'osservanza del presente Regolamento e non possono adottare disposizioni normative in contrasto con esso.
4. L'atto di assenso all'installazione di mezzi pubblicitari su suoli di competenza demaniale e di altri enti quando non visibile da strade comunali, è rilasciata dalla competente Autorità Demaniale nel rispetto delle disposizioni normative vigenti e del P.G.I.P. e da quanto riportato all'art.9 comma 3 di questo regolamento.
5. In presenza di mezzi pubblicitari autorizzati da Enti diversi dal Comune il contribuente dovrà presentare al Comune – Ripartizione Tributi, unicamente la dichiarazione fiscale di cui all'art. 8 D.Lgs. 507/93 e s.m.i., nonché copia autentica dell'atto abilitativo all'installazione rilasciato dall'Ente proprietario della strada, oltre alla ricevuta attestante il contestuale pagamento dell'imposta di pubblicità. La Ripartizione Tributi trasmette al competente Ufficio, l'atto abilitativo suddetto.
6. In caso di collocazione dei mezzi pubblicitari di cui al presente articolo privi di atto abilitativo o comunque in contrasto con quanto disposto dal comma 1 art. 23 del D.lgs. n. 285/1992 e s.m.i. ovvero dal presente Regolamento e dal P.G.I.P., l'Ente proprietario della strada diffida l'autore della violazione e il proprietario o il possessore del suolo privato, nei modi di legge ai sensi dell'art.13 bis del D.lgs. n. 285/1992 e s.m.i., a rimuovere il mezzo pubblicitario a proprie spese entro e non oltre dieci giorni dalla data di comunicazione dell'atto. Decorso il suddetto termine, l'Amministrazione competente provvede ad effettuare la rimozione del mezzo pubblicitario e alla



sua custodia ponendo i relativi oneri a carico dell'autore della violazione e, in via tra loro solidale, del proprietario o possessore del suolo. Ai sensi dell'art. 13 bis del D.lgs. n. 285/1992 e s.m.i. tutti gli organi di polizia stradale di cui all'articolo 12 del citato D.lgs., sono autorizzati in ogni caso ad accedere sul fondo privato ove è collocato il mezzo pubblicitario.

#### **Art. 14. Altre disposizioni**

1. Al fine di garantire il decoro urbano i mezzi pubblicitari assentiti e temporaneamente sprovvisti di pubblicità, ancorché con imposta assoluta, dovranno recare, per tutta la superficie pubblicitaria dell'impianto, un foglio bianco recante la dicitura "*spazio disponibile*", il nome della Ditta e relativo recapito.
2. Per tutte le fattispecie di mezzi pubblicitari contemplate nel presente Titolo, Capo II, su suolo pubblico e privato, in ragione della preponderanza degli interessi di pubblica sicurezza nella materia regolamentata, non trova applicazione l'istituto di cui agli artt. 19 e 20 della Legge n. 241/1990 e s.m.i., atteso che il rilascio del titolo comunale alla collocazione di impianti pubblicitari comporta valutazioni tecniche nell'ambito di limiti di contingente complessivo.

### **CAPO III - Mezzi pubblicitari Tipologia II e III - Autorizzazioni e SCIA**

#### **Art. 15. Disposizioni Generali.**

1. Il presente Titolo si applica ai mezzi pubblicitari di cui alla Tipologia II e III indicati all'art. 6 comma 2 e definiti all'art. 8 commi 3, 12, 13, 14, 15, 16 per la cui installazione è necessario ottenere apposito provvedimento autorizzatorio a seguito di presentazione di istanza ovvero procedere alla presentazione della segnalazione certificata di inizio attività (SCIA).

Sono in ogni caso soggette alla previa acquisizione di specifico atto di assenso da parte dell'Ente competente:

- le esposizioni pubblicitarie sugli edifici e nelle aree tutelate come Beni Culturali ai sensi del Decreto Legislativo n. 22.01.2004 n. 42 e s.m.i. parte II art. 49 con richiesta preventiva diretta da parte dell'interessato;
- le esposizioni pubblicitarie che ricadono all'interno delle zone assoggettate a tutela paesaggistica, ai sensi del Decreto Legislativo n. 22.01.2004 n. 42 parte III, previa attivazione di richiesta in via sub delegata all'Amministrazione Comunale;
- le esposizioni pubblicitarie che comportano occupazione su suolo pubblico e/o demaniale e/o di proprietà di enti pubblico-economici;
- le esposizioni pubblicitarie per le quali sono previste superfici contingentate.

L'installazione di mezzi pubblicitari di cui all'art. 8 comma 16 è ammissibile unicamente nel caso in cui sia funzionale all'esecuzione di attività di promozione pubblicitaria in favore del soggetto la cui sede aziendale è ubicata nello stabile sul cui lastrico si intende collocare l'impianto.

2. E' vietata l'esposizione al pubblico di ogni forma di pubblicità, anche se esente da imposta, effettuata su piazze o strade comunali, o visibili da esse senza preventiva autorizzazione amministrativa del Comune, ovvero di altro ente nei casi indicati ai successivi commi 9 e 10.
3. L'installazione di impianti pubblicitari in assenza del relativo provvedimento autorizzatorio ovvero in carenza di SCIA comporta, oltre all'applicazione delle sanzioni amministrative e tributarie, l'immediata rimozione del mezzo, a cura dell'Amministrazione Comunale ed a spese dell'interessato. Qualora l'Amministrazione Comunale dopo il rilascio del prescritto

provvedimento autorizzatorio accerti che l'impianto pubblicitario sia stato installato prima del rilascio dell'autorizzazione stessa, dispone la decadenza di quest'ultima e l'immediata rimozione del mezzo, a cura dell'Amministrazione Comunale ed a spese dell'intestatario del titolo autorizzatorio, oltre all'applicazione delle sanzioni amministrative e tributarie.

4. Nel caso in cui l'effettuazione della pubblicità, realizzata in forma permanente, preveda l'occupazione di aree o suolo pubblico, la concessione del suolo pubblico ai fini pubblicitari viene rilasciata contestualmente all'autorizzazione alla pubblicità dalla Amministrazione Comunale previo nulla osta della Ripartizione Patrimonio fatto salvo il versamento, a pena di decadenza, degli oneri fiscali e patrimoniali.
5. E' fatta salva altresì la necessità del previo rilascio del permesso di costruire o della previa denuncia e/o segnalazione di inizio attività prescritti dalla normativa edilizia e/o regolamentare qualora gli impianti pubblicitari comportino trasformazione permanente del territorio (es.: chioschi ecc.). E' fatta salva, altresì, la previa necessità di nulla osta - autorizzazioni di cui al D.Lgs. n.42/2004 e s.m.i. per gli impianti pubblicitari che insistono su beni culturali e su beni paesaggistici. Per gli impianti pubblicitari che insistono su strutture per l'esercizio di attività sanitaria, inoltre, necessita acquisire la preventiva autorizzazione del competente Ordine Professionale ai sensi della L. n. 175 del 05/02/1992.
6. All'interno del centro abitato in caso di installazione di mezzi pubblicitari, anche temporaneamente privi di messaggi pubblicitari che insistono su beni demaniali o patrimoniali di altre amministrazioni visibili da piazze o strade comunali, è fatta salva la necessità del previo nulla osta o concessione demaniale o altro titolo abilitativo previsto dalla legge. Inoltre, in caso di installazione di mezzi pubblicitari, anche temporaneamente privi di messaggi pubblicitari che insistono su beni, aree o strade di proprietà privata (compresi consorzi edificatori e società a partecipazione pubblica locale) o di enti pubblici economici (comprese le aziende speciali) che siano visibili da piazze o strade comunali, l'autorizzazione alla diffusione pubblicitaria è rilasciata dal Comune.
7. La pubblicità effettuata all'interno dei luoghi aperti al pubblico (ad es.: gli stadi, gli impianti sportivi, i cinema, le stazioni automobilistiche e di pubblici trasporti, i centri commerciali) e non visibile dall'esterno non è sottoposta alla preventiva autorizzazione comunale ma è soggetta alla presentazione della dichiarazione di pubblicità e al relativo pagamento dell'imposta, ove non esente.
8. L'autorizzazione all'installazione di mezzi pubblicitari all'esterno del centro abitato, lungo le strade ed in vista di esse, è rilasciata dagli Enti proprietari delle strade secondo le procedure di cui all'art. 53 del Regolamento di esecuzione ed attuazione del Codice della Strada nel rispetto delle disposizioni normative vigenti. Quando i mezzi pubblicitari collocati su una strada comunale sono visibili da una strada di ente proprietario diverso, l'autorizzazione ovvero la presentazione della SCIA è subordinata al preventivo nulla osta di quest'ultimo. L'Amministrazione Comunale, al pari degli altri Enti di cui al comma 1 del predetto art. 53 del Regolamento di esecuzione ed attuazione del Codice della Strada, deve attenersi alle specifiche disposizioni in materia per le strade di propria competenza; gli Enti proprietari delle strade che attraversano il territorio del Comune di Bari sono tenuti all'osservanza del presente Regolamento e della disciplina comunque vigente in materia.
9. L'autorizzazione all'installazione di mezzi pubblicitari su suoli di competenza demaniale e di altri Enti, quando non visibile da strade comunali, è rilasciata dalla competente Autorità Demaniale nel rispetto delle disposizioni normative vigenti e da quanto riportato all'art.9 comma 3 di questo regolamento.

10. In presenza di mezzi pubblicitari autorizzati da Enti diversi dal Comune il contribuente dovrà presentare al Comune – Ripartizione Tributi, unicamente la dichiarazione fiscale di cui all'art. 8 D.Lgs. 507/93 e s.m.i., nonché copia autentica dell'atto autorizzativo rilasciato dall'ente proprietario della strada, oltre alla ricevuta attestante il contestuale pagamento dell'imposta di pubblicità. La Ripartizione Tributi trasmette al competente Ufficio, l'atto autorizzativo suddetto.
11. In caso di collocazione dei mezzi pubblicitari di cui al presente Titolo privi di autorizzazione o carenti della presentazione di SCIA o comunque in contrasto con quanto disposto dal comma 1 art. 23 del D.lgs. n. 285/1992 e s.m.i. ovvero dal presente Regolamento, l'Amministrazione Comunale, quale Ente proprietario della strada, diffida l'autore della violazione e il proprietario o il possessore del suolo privato, nei modi di legge ai sensi 13 bis del D.lgs. n. 285/1992 e s.m.i., a rimuovere il mezzo pubblicitario a proprie spese entro e non oltre dieci giorni dalla data di comunicazione dell'atto. Decorso il suddetto termine, l'Amministrazione Comunale provvede ad effettuare la rimozione del mezzo pubblicitario e alla sua custodia ponendo i relativi oneri a carico dell'autore della violazione e, in via tra loro solidale, del proprietario o possessore del suolo. Ai sensi dell'art. 13 bis del D.lgs. n. 285/1992 e s.m.i. tutti gli organi di polizia stradale di cui all'articolo 12 del citato D.lgs., sono autorizzati in ogni caso ad accedere sul fondo privato ove è collocato il mezzo pubblicitario.
12. Al fine di garantire il decoro urbano i mezzi pubblicitari autorizzati e temporaneamente sprovvisti di pubblicità, ancorché con imposta assolta, dovranno recare, per tutta la superficie pubblicitaria dell'impianto, un foglio bianco recante la dicitura "*spazio disponibile*", il nome della Ditta e relativo recapito.

#### **Art. 16. Organi competenti al rilascio delle autorizzazioni per forme particolari di pubblicità.**

1. L'autorizzazione all'effettuazione della pubblicità è rilasciata dal competente organo della Ripartizione Tributi per:
  - pubblicità temporanea di durata inferiore o uguale a 90 giorni, con esclusione della pubblicità sui ponteggi che viene in ogni caso rilasciata dal competente Ufficio;
  - pubblicità varia così come definita dall'art. 6, comma 3, del presente Regolamento.In tali casi è richiesto il preventivo parere, obbligatorio e vincolante, della Ripartizione Polizia Municipale al fine della verifica del rispetto delle norme del Codice della Strada, ad esclusione della pubblicità a mezzo volantaggio, pubblicità su veicoli non integrale e su aeromobili.

#### **Art. 17. Presentazione dell'istanza di autorizzazione o di SCIA.**

1. Per ottenere il rilascio del provvedimento autorizzatorio da parte dell'Amministrazione Comunale, per l'installazione dei mezzi pubblicitari di cui al presente Titolo, deve essere presentata, apposita istanza in duplice copia per ciascun impianto, su moduli predisposti, corredata a pena di irricevibilità, di marca da bollo, diritti di segreteria per attività istruttoria tecnico amministrativa e della seguente documentazione:
  - a) estratto mappa aerofotogrammetrico in scala 1:2000, con la localizzazione del mezzo pubblicitario da installare;
  - b) planimetria generale, in scala adeguata, indicante il posizionamento dell'impianto, nonché gli allineamenti e le distanze da elementi territoriali significativi, come ad esempio i segnali stradali, gli impianti semaforici, le intersezioni, altri eventuali mezzi pubblicitari esistenti nel raggio di 300 mt.;

- c) piante, prospetti e sezioni quotate del mezzo pubblicitario, indicanti i materiali, i colori, l'eventuale occupazione di suolo pubblico o asservito ad uso pubblico;
- d) progetto definitivo a colori del messaggio pubblicitario, completo delle scritte, dei simboli, ecc.;
- e) fotografie del luogo e simulazione fotografica del mezzo o impianto inserito nel luogo stesso;
- f) rilievo quotato della facciata dell'edificio e sezione riportante le eventuali sporgenze del mezzo o dell'impianto sul suolo pubblico nel caso in cui il mezzo o l'impianto pubblicitario sia da installare in aderenza o da ancorare ad un edificio;
- g) in caso di immobile o suolo di proprietà privata, autorizzazione del proprietario dell'immobile o del suolo stesso interessato dall'installazione del mezzo o impianto pubblicitario ed in caso di condominio estratto del verbale di assemblea che autorizza l'intervento;
- h) eventuali nulla osta o autorizzazioni di cui al D.Lgs. n. 42/2004 e s.m.i. per gli impianti pubblicitari che insistono su beni culturali e su beni paesaggistici;
- i) eventuale altra documentazione in ordine all'attività svolta richiesta dall'ufficio;

2. L'istanza di autorizzazione deve essere presentata e sottoscritta da parte dell'operatore pubblicitario iscritto alla C.C.I.A.A., titolare o legale rappresentante ovvero da soggetto dallo stesso incaricato, munito di delega e fotocopia del documento d'identità di entrambi.
3. L'istanza deve altresì contenere l'espressa dichiarazione volta a sollevare il Comune da eventuali danni, ragioni e pretese di terzi, derivanti dalla posizione della pubblicità e l'impegno del richiedente, ai sensi dell'art.27 comma 3 del D.Lgs. 30/04/1992 n.285 a sostenere tutte le spese di sopralluogo e di istruttoria.
4. Nel caso in cui l'impianto pubblicitario debba realizzarsi su suolo pubblico comunale, è necessario che, nella suddetta istanza tendente ad ottenere l'autorizzazione all'esposizione di pubblicità, venga contestualmente richiesta la concessione dell'uso di suolo pubblico con separata, preventiva, apposita istanza presso la Ripartizione Comunale competente.
5. Nei casi di cui al precedente art. 15 (comma 1) è ammesso procedere alla presentazione della segnalazione certificata di inizio attività (SCIA) ai sensi dell'art. 19 della L. 241/90 e s.m.i. corredando detta istanza della documentazione indicata al precedente comma 1 del presente articolo.

#### **Art. 18. Istruttoria del procedimento.**

1. Entro 60 giorni dalla data di presentazione dell'istanza completa di tutta la documentazione prevista dall'art. 17 comma 1, l'Amministrazione Comunale rilascia motivato provvedimento conclusivo di autorizzazione o di diniego.
2. Il Responsabile del Procedimento cura l'istruttoria della pratica effettuando le verifiche e i sopralluoghi necessari all'emanazione dell'atto, nel rispetto delle condizioni e dei requisiti previsti dal presente Regolamento e dalle vigenti discipline di settore.
3. Quando l'istanza è formalizzata mediante segnalazione certificata di inizio attività (SCIA), l'ufficio competente provvede al repertorio ed all'archiviazione delle istanze pervenute su base mensile. Un numero di segnalazioni pari al 5% approssimato all'unità superiore del totale delle segnalazioni pervenute su base mensile, selezionato mediante sorteggio a mezzo di procedura informatizzata, viene assoggettato a verifica istruttoria da parte dell'ufficio competente allo scopo di verificarne la regolarità. Delle verifiche istruttorie è redatto verbale in forma scritta.

4. Nei casi di cui al comma 3, verificata l'assenza dei requisiti e dei presupposti di legge o l'avvenuta installazione in difformità dalle norme vigenti in materia, il Responsabile del Procedimento inibisce la prosecuzione dell'installazione, salva la regolarizzazione della stessa.
5. La SCIA deve contenere la dichiarazione ai sensi dell'art. 47 del DPR 445/2000 e s.m.i., relativa al contenuto della stessa. In caso di dichiarazione mendace o di falsità della sottoscrizione, trovano applicazione, ai sensi dell'art. 76 del D.P.R. 445/2000 e s.m.i., le sanzioni previste dal Codice Penale (art. 483) e dalle leggi penali in materia di falsità negli atti, salve le sanzioni amministrative previste per norma. L'accertamento delle situazioni di fatto di cui al presente comma determina la decadenza dei benefici eventualmente consolidati sulla base della dichiarazione non veritiera, secondo quanto disposto dall'art. 75 del D.P.R. 445/2000 e s.m.i. La segnalazione deve altresì recare, la dichiarazione volta a sollevare il Comune da eventuali danni, ragioni e pretese di terzi, derivanti dall'esposizione del mezzo, nonché la dichiarazione di conoscere e assoggettarsi a tutte le condizioni contenute nel Regolamento e nel P.G.I.P .
6. Quando l'installazione dell'impianto implichi particolari problemi legati alla viabilità o al traffico contingenti, il Responsabile del Procedimento chiede al competente ufficio il parere in ordine alla conformità del mezzo pubblicitario al Codice della Strada ed al relativo Regolamento di attuazione. Tale parere deve essere rilasciato entro 10 giorni dal ricevimento della richiesta, la quale sospende i termini del procedimento. Il parere contrario espresso dall'ufficio competente è vincolante ai fini della conformità del mezzo pubblicitario al Codice della Strada ed al relativo Regolamento di attuazione. Decorso il termine di cui al capoverso che precede in assenza di riscontro i termini del procedimento riprendono a decorrere.
7. In ogni caso, l'Amministrazione Comunale può incidere motivatamente sul provvedimento consolidatosi mediante provvedimenti di autotutela ai sensi degli artt. 21 quinquies, 21 octies e 21 nonies della legge n. 241/1990 e s.m.i.

#### **Art. 19. Rilascio dell'autorizzazione.**

1. In caso di accoglimento dell'istanza, l'Amministrazione Comunale rilascia l'autorizzazione, che viene consegnata a chi ha presentato l'istanza o a soggetto da quest'ultimo delegato secondo legge. L'autorizzazione deve essere intestata al soggetto richiedente di cui all'art. 17 comma 2, deve riportare la durata temporale prevista dal presente Regolamento e deve contenere l'elaborato grafico a firma di tecnico abilitato riportante la localizzazione e le caratteristiche dell'impianto pubblicitario autorizzato come da modello predisposto dall'Amministrazione. La stessa autorizzazione deve essere trasmessa alla Ripartizione Tributi, ai fini dell'applicazione dell'imposta sulla pubblicità.
2. La Concessione d'uso di suolo pubblico comunale ai fini pubblicitari viene rilasciata dall'Amministrazione Comunale, contestualmente all'autorizzazione all'esposizione pubblicitaria. Il provvedimento autorizzatorio, nel caso in cui venga occupato suolo pubblico deve specificare espressamente che il rilascio della concessione di tale occupazione non determina la costituzione di alcun diritto sul suolo occupato da parte del concessionario, in contrasto con interessi di natura pubblica e di carattere preminente.
3. L'autorizzazione comunale all'esposizione pubblicitaria è rilasciata facendo salvi gli eventuali diritti di terzi e non esime gli interessati dall'acquisizione dei nulla osta di competenza di altri soggetti pubblici o privati.

4. Il rilascio dell'autorizzazione non costituisce sanatoria rispetto alla mancanza di altre eventuali autorizzazioni, nulla-osta o atti amministrativi di competenza del Sindaco, di altri Dirigenti o di altri Enti, eventualmente necessari.
5. All'atto del ritiro dell'autorizzazione, il titolare della stessa deve produrre una marca da bollo ed un'attestazione di versamento del corrispettivo per il rilascio della predetta targa identificativa dell'impianto autorizzato. Le predette spese possono essere successivamente aggiornate con apposito provvedimento dell'Amministrazione Comunale.
6. L'autorizzazione deve essere esibita ad ogni richiesta della Polizia Municipale, delle Forze dell'Ordine competenti, nonché di altro personale autorizzato dell'Amministrazione Comunale.

#### **Art. 20. Durata e rinnovo dell'autorizzazione.**

1. L'autorizzazione all'installazione dell'impianto pubblicitario ha validità quinquennale ed è rinnovabile per lo stesso periodo, una sola volta.
2. L'autorizzazione all'installazione di mezzi pubblicitari su ponteggi, ha validità fino alla conclusione dei lavori e comunque per un periodo non superiore a tre anni dal rilascio del titolo edilizio originario e, nel caso di ponteggi su area pubblica, comunque nei limiti del periodo indicato nella concessione di suolo pubblico. Non sono ammissibili rinnovi dell'autorizzazione dei mezzi pubblicitari su ponteggi in caso di eventuali proroghe o rinnovi o varianti del titolo edilizio originario. Inoltre la pubblicità sui ponteggi e sulle recinzioni di cantiere non potrà essere nuovamente autorizzata prima che siano trascorsi 5 anni dal termine dell'ultima esposizione pubblicitaria. A tal fine nell'istanza di autorizzazione devono essere indicati gli estremi del permesso di costruire, D.I.A. o S.C.I.A., riportante la tipologia dei lavori e deve essere allegata autocertificazione del titolare dell'immobile (o amministratore del condominio) attestante l'ultima esposizione pubblicitaria riguardante l'immobile. In caso di lavori di ordinaria manutenzione di edifici non appartenenti alla P.A, la pubblicità sulle recinzioni o sui ponteggi può essere autorizzata per un periodo non superiore alla durata dei lavori del cantiere e comunque non superiore a 365 giorni naturali e consecutivi; in tal caso dovrà essere prodotta una relazione a firma del progettista di asseveramento dei lavori che indichi la durata degli stessi.

#### **Art. 21. Obblighi del titolare dell'autorizzazione.**

1. L'installazione dell'impianto pubblicitario deve avvenire entro il termine di 60 giorni naturali e consecutivi dalla data di ritiro del provvedimento di autorizzazione.  
L'istante è tenuto a presentare alla Ripartizione Tributi - Settore Pubblicità e Affissioni, entro il medesimo termine e comunque prima dell'installazione, la dichiarazione fiscale di pubblicità attestante l'installazione del mezzo.  
A tale dichiarazione deve essere allegata l'attestazione dell'avvenuto pagamento della relativa imposta e di ogni altro onere eventualmente previsto, pena la decadenza dell'autorizzazione.
2. Nel caso in cui ricorra la fattispecie di cui al precedente art. 12, comma 1 ultimo periodo, entro e non oltre 30 giorni naturali e consecutivi dall'avvenuta installazione a seguito del rilascio del provvedimento autorizzatorio, è obbligatoria la presentazione da parte del titolare dell'autorizzazione di una comunicazione, come da modello predisposto, con indicati gli estremi dell'atto di autorizzazione, il codice dell'impianto e la data di conclusione dei lavori, unitamente all'autocertificazione sull'avvenuta installazione del mezzo pubblicitario conformemente all'autorizzazione. Allegata alla suddetta documentazione dovrà essere prodotta l'attestazione

dell'avvenuto pagamento, nei termini prescritti, degli adempimenti fiscali dovuti e documentazione fotografica in formato digitale del mezzo pubblicitario installato.

La mancata presentazione della suddetta documentazione comporta la decadenza dell'autorizzazione.

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

3.1 Effettuare la dovuta manutenzione (del mezzo pubblicitario e dei relativi supporti, ivi compresi gli eventuali elementi connessi di arredo urbano e di illuminazione), verificando periodicamente il buono stato del mezzo pubblicitario, nonché effettuando tutti gli interventi necessari per il mantenimento delle condizioni di sicurezza e di decoro;

3.2 Adempiere, nei termini prescritti, a tutte le disposizioni impartite dall'Amministrazione comunale, sia al momento del rilascio dell'autorizzazione sia successivamente, a seguito di intervenute e motivate esigenze;

3.3 Provvedere alla rimozione di quanto installato in caso di rinuncia, scadenza o decadenza ovvero in caso di revoca dell'autorizzazione, a seguito di motivata richiesta da parte dell'Amministrazione Comunale;

3.4 Provvedere agli adempimenti di cui al comma 1 nei confronti della Ripartizione Tributi.

3.5 Nel caso in cui ricorra la fattispecie di cui al precedente art. 12, comma 1 ultimo periodo, su ogni impianto pubblicitario autorizzato deve essere saldamente fissata, a cura e spese del titolare dell'autorizzazione, la targhetta identificativa da collocare in posizione facilmente accessibile, che deve essere sostituita ad ogni rinnovo dell'autorizzazione ed ogni qualvolta intervenga una variazione di uno dei dati su di essa riportati.

3.6 I titolari degli impianti pubblicitari, ancorché autorizzati, ma privi di messaggio pubblicitario dovranno, a salvaguardia del decoro urbano, affiggere per l'intera superficie dell'impianto un foglio bianco recante la dicitura "spazio disponibile", ed indicare la ragione sociale e numero telefonico della ditta. La non osservanza di questa disposizione comporterà una sanzione amministrativa.

4. L'impianto, inoltre, deve essere coperto, anche cumulativamente, da congrua polizza assicurativa per responsabilità civile in corso di validità, che deve essere consegnata a cura del titolare dell'autorizzazione all'Amministrazione Comunale prima del rilascio del provvedimento autorizzatorio, con obbligo di rinnovo della stessa polizza fino alla rimozione dell'impianto alla scadenza dell'autorizzazione stessa.

5. Il titolare dell'autorizzazione è tenuto a rispondere di tutti i danni derivanti dall'esposizione dei mezzi pubblicitari nonché è obbligato, a sollevare o comunque tenere indenne il Comune da qualsiasi azione, pretesa, richiesta, che possa essere avanzata in relazione a concessioni ed autorizzazioni di pubblicità. Altresì, senza eccezioni o limiti di sorta, è esclusa qualsiasi rivalsa nei confronti del Comune anche sottoforma di ripetizioni di imposta.

6. All'atto della cessazione del mezzo pubblicitario l'autorizzazione deve essere riconsegnata all'Amministrazione Comunale unitamente alla targa identificativa ed al microchip dello stesso mezzo pubblicitario, ove installati.

7. L'Amministrazione Comunale, previo accertamento del venir meno delle suddette condizioni, diffida il titolare dell'autorizzazione a porre in essere gli obblighi prescritti a suo carico e, in caso di inottemperanza nel termine dato, revoca l'autorizzazione e dispone l'immediata rimozione del mezzo, a cura della stessa Amministrazione ed a spese dell'inadempiente.

**CAPO IV - Mezzi pubblicitari Tipologia I, II e III: Attività successive al rilascio dei provvedimenti abilitativi**

**Art. 22. Variazione dei provvedimenti abilitativi all'installazione ed all'esercizio.**

1. La variazione dei mezzi pubblicitari che determini la modifica dell'ubicazione o della superficie esposta ovvero della tipologia del mezzo pubblicitario, su richiesta dell'intestatario del titolo legittimante obbliga il medesimo a richiedere nuovo titolo, preventivamente alla variazione stessa. Al procedimento si applicano le medesime norme valide per il rilascio dell'autorizzazione iniziale.
2. In ogni caso, per motivi di pubblico interesse l'Amministrazione Comunale ha facoltà, a suo giudizio insindacabile, di ordinare in qualunque momento la modifica dell'ubicazione o della superficie esposta ovvero della tipologia del mezzo pubblicitario, laddove sussistano le condizioni necessarie e presupposte.

**Art. 23. Voltura dei provvedimenti abilitativi all'installazione ed all'esercizio.**

1. Eventuali mutamenti nella rappresentanza legale del titolare del provvedimento abilitativo senza alcuna variazione del mezzo autorizzato dovranno essere tempestivamente comunicati all'Amministrazione Comunale ed alla Ripartizione Tributi – Settore Pubblicità per le opportune annotazioni.
2. La voltura di provvedimenti abilitativi vigenti in presenza di subentro a seguito di atto pubblico o ad esso equiparabile è approvata dall'Amministrazione Comunale con provvedimento espresso. L'Amministrazione Comunale acconsente al subentro solo se, con riferimento al pagamento dell'imposta di pubblicità e del corrispettivo eventualmente dovuto per canone di locazione e/o concessione e di eventuali oneri accessori, non sussistano morosità pregresse o il subentrante estingua interamente il debito.
3. In caso di giudizi pendenti circa la sussistenza del credito tributario è ammesso il subentro previa assunzione di garanzia da parte del subentrante per il pagamento degli stessi all'esito del giudizio mediante fideiussione bancaria o assicurativa a prima richiesta.



#### **Art. 24. Revoca dei provvedimenti abilitativi all'installazione ed all'esercizio.**

1. L'Amministrazione Comunale può sempre revocare, con apposito provvedimento, il titolo rilasciato per motivi di pubblico interesse disponendo la rimozione di qualsiasi mezzo pubblicitario, dandone comunicazione scritta all'interessato 30 giorni prima.
2. Nei casi in cui il materiale del mezzo pubblicitario da rimuovere impedisca l'inizio o il proseguimento di lavori, sia nel caso di opere pubbliche che nel caso di opere di iniziativa privata, l'ordine di rimozione è assunto con apposita ordinanza.
3. In ogni caso, la rimozione dovrà essere effettuata, entro la data che sarà precisata nell'ordine di rimozione, a cura e spese del titolare del mezzo, il quale dovrà rimuovere anche eventuali sostegni o supporti e provvedere al ripristino alla forma preesistente della sede del manufatto. Qualora l'interessato non ottempererà all'ordine di rimozione nei modi e nei termini stabiliti, il mezzo pubblicitario sarà considerato abusivo, con conseguente applicazione di quanto disposto a riguardo nel presente regolamento.
4. Ogni onere e spesa connessa alla rimozione di cui al comma 1, nonché al ripristino di pareti o aree preesistenti, resta ad esclusivo e totale carico del soggetto detentore del titolo abilitativo del mezzo/mezzi ivi insistenti.

#### **Art. 25. Decadenza del provvedimento abilitativo e provvedimenti di autotutela.**

1. Il titolo abilitativo all'installazione ed all'esercizio decade automaticamente in caso di mancata collocazione dell'impianto pubblicitario entro il termine di 60 giorni naturali e consecutivi dalla data del rilascio. Decade, inoltre, automaticamente alla scadenza del termine previsto nel provvedimento abilitativo.
2. Il titolo abilitativo alla installazione ed all'esercizio decade, inoltre, per i seguenti motivi:
  - a) se non vengono effettuati tutti pagamenti, i versamenti fiscali e le relative dichiarazioni, previsti dal presente Regolamento e dalla legge, nei tempi e nei modi prescritti (es. imposta di pubblicità, canoni occupazione, tosap, eventuale canone di concessione di suolo pubblico per fini pubblicitari e relative sanzioni ed interessi);
  - b) per difformità rispetto all'oggetto del titolo abilitativo e/o per mancato rispetto delle condizioni previste nello stesso;
  - c) se i mezzi pubblicitari autorizzati non sono mantenuti in perfetto stato di conservazione e funzionalità da parte del titolare dell'autorizzazione e/o titolare della concessione.
  - d) se l'installazione recchi grave pregiudizio o comunque leda eventuali diritti di terzi giuridicamente accertati.
  - e) qualora l'Amministrazione Comunale dopo il rilascio del prescritto provvedimento abilitativo accerti che l'impianto pubblicitario sia stato installato prima del rilascio dello stesso, disponendo l'immediata rimozione del mezzo, a cura dell'Amministrazione Comunale ed a spese dell'intestatario, oltre all'applicazione delle sanzioni amministrative e tributarie.
  - f) qualora l'Amministrazione Comunale dopo il rilascio del prescritto provvedimento accerti il mancato pagamento dei versamenti dovuti a qualsiasi titolo.
3. L'atto abilitativo all'installazione ed all'esercizio dell'attività pubblicitaria decade per rinuncia espressa, con nessun diritto al rimborso di quanto versato in adempimento degli obblighi tributari a far tempo dalla data di rimozione dell'impianto e con specifica preventiva

comunicazione all'Amministrazione Comunale ed alla Ripartizione Tributi unitamente alla documentazione dell'avvenuta rimozione del mezzo pubblicitario e riconsegna del titolo originale.

4. L'Amministrazione Comunale può incidere sul provvedimento consolidatosi mediante provvedimenti di autotutela sia ai sensi dell'art. 21 quinquies della legge n. 241/1990 e s.m.i. per il quale trova applicazione quanto previsto dal precedente art. 19 comma 4 del presente Regolamento, sia ai sensi dell'art. 21 nonies della legge n. 241/1990 e s.m.i.
5. L'Amministrazione Comunale effettua idonei controlli, anche a campione, sulla documentazione prodotta ed in tutti i casi in cui emergano fondati dubbi sulla veridicità della stessa. Qualora dal controllo emerga la non veridicità della documentazione prodotta, ai sensi del D.P.R. 445/2000 e s.m.i. l'Amministrazione Comunale, fermo restando quanto previsto dal Codice Penale e dalle leggi speciali in materia, dispone la decadenza dei benefici eventualmente conseguenti al provvedimento emanato sulla base della documentazione non veritiera.

#### **Art. 26. Rimozione dei mezzi pubblicitari.**

1. Nei casi di collocazione di mezzi pubblicitari di cui ai precedenti Capi II, III e IV, privi di atto abilitativo alla installazione ed all'esercizio, anche a seguito di decadenza, annullamento o revoca dello stesso, ovvero collocati in difformità o comunque in contrasto con quanto disposto dal comma 1 art. 23 del D.lgs. n. 285/1992 e s.m.i. e/o al presente Regolamento, l'Amministrazione Comunale, quale ente proprietario della strada, diffida l'autore della violazione e il proprietario o il possessore del suolo privato, ai sensi dell'art. 23 comma 13 bis del D.lgs. n. 285/1992 e s.m.i. e nei modi di legge, a rimuovere il mezzo pubblicitario a loro spese entro e non oltre dieci giorni dalla data di comunicazione dell'atto.
2. Decorso il suddetto termine, l'Amministrazione Comunale, ai sensi dell'art. 23 comma 13 bis del D.lgs. n. 285/1992 e s.m.i., provvede con le modalità sotto riportate ad effettuare la rimozione del mezzo pubblicitario e alla sua custodia ponendo i relativi oneri a carico dell'autore della violazione e, in via tra loro solidale, del proprietario o possessore del suolo. A tal fine, ai sensi dell'art. 23, comma 13 bis del D.lgs. n. 285/1992 e s.m.i., tutti gli organi di polizia stradale di cui all'articolo 12 del citato D.lgs. n. 285/1992 e s.m.i., sono autorizzati ad accedere sul fondo privato ove è collocato il mezzo pubblicitario.
3. L'Amministrazione Comunale esegue, altresì, la rimozione in danno dei mezzi pubblicitari, senza necessità della previa diffida, nei casi indicati dall'art. 23, comma 13 quater, del D.lgs. n. 285/1992 e s.m.i..
4. Nei casi di rimozione indicati dai precedenti commi, l'Amministrazione Comunale può, ai sensi dell'art. 23, comma 13 quater.1, del D.lgs. n. 285/1992 e s.m.i., liberamente disporre dei mezzi pubblicitari rimossi in conformità al predetto articolo, una volta che sia decorso il termine di sessanta giorni senza che l'autore della violazione, il proprietario o il possessore del terreno ne abbiano richiesto la restituzione. Il predetto termine decorre dalla data della diffida, nel caso di rimozione effettuata ai sensi del comma 13-bis dell'art. 23 del D.lgs. n. 285/1992 e s.m.i., e dalla data di effettuazione della rimozione, nell'ipotesi prevista dal comma 13-quater dell'art. 23 del D.lgs. n. 285/1992 e s.m.i.

## TITOLO III – TIPOLOGIE DI MEZZI PUBBLICITARI “V” E “VI”

### CAPO I - Principi e criteri per l'installazione

#### **Art. 27. Disposizioni Generali.**

1. Il presente Titolo si applica ai mezzi pubblicitari di cui alla Tipologia V indicati all'art. 6 comma 2, per la cui installazione è necessario apposito provvedimento autorizzatorio ovvero segnalazione certificata di inizio attività;
2. Il presente Titolo si applica inoltre ai mezzi pubblicitari di cui alla Tipologia VI indicati all'art. 6 comma 2 nonché alle scritte pubblicitarie su tende ed ombrelloni, per la cui installazione è sufficiente la comunicazione di installazione di cui agli articoli che seguono;
3. Tutti i mezzi pubblicitari di cui al presente Titolo (Tipologia V e VI) risultanti installati all'entrata in vigore del presente Regolamento ma non rispondenti alle disposizioni dello stesso ed a quelle del P.G.I.P., dovranno essere adeguati entro 36 mesi dall'entrata in vigore dello stesso Regolamento, a cura e spese dei titolari dei suddetti mezzi.

#### **Art. 28. Disposizioni Particolari per “Insegne di esercizio”.**

1. E' da ritenersi insegna di esercizio quella indicata all'art. 8 comma 1.
2. L'Insegna di esercizio può essere:
  - “luminosa” se lucente per luce propria;
  - “illuminata” ovvero luminosa per luce indiretta;
  - “ordinaria” ovvero non luminosa.
3. L'Insegna di esercizio reca la denominazione della ditta, la ragione sociale ovvero l'indicazione generica delle merci vendute, cui è possibile associare il marchio o il logo della ditta che devono essere di dimensioni contenute nell'insegna.
4. L'Insegna di esercizio può essere posta in aderenza al fabbricato ovvero a bandiera; le insegne a bandiera devono rispettare quanto disposto dal vigente Regolamento Edilizio, dal Codice della Strada e dalle altre norme in materia.
5. L'Insegna di esercizio può essere installata limitatamente al piano terreno degli edifici ovvero, per locali aventi destinazione d'uso commerciale, in casi da valutare singolarmente con l'Amministrazione in relazione alla tipologia dell'edificio ed al decoro urbano, collocata sul prospetto dell'edificio, sui balconi o superfici murarie purché il suo sviluppo dimensionale sia rapportato e proporzionato ai prospetti degli stessi fabbricati e al fronte stradale. Le attività svolte ai piani superiori potranno tuttavia usufruire di targhe da collocare a lato dell'ingresso del piano terreno o di vetrofanie interne ai vetri delle finestre dei locali ove si svolge l'esercizio. È fatto divieto di ancorare le insegne alle pensiline ed ai marcapiano dei fabbricati.
6. L'Insegna di esercizio deve essere collocata, di norma, all'interno degli stipiti del vano di accesso ai locali commerciali. Si può derogare a tale regola solo nei casi in cui altezza e/o larghezza

degli stessi non siano sufficienti a garantire il passaggio di merci e persone fatta salva la compatibilità con le caratteristiche architettoniche del contesto.

7. L'Insegna di esercizio deve essere realizzata con materiali non deperibili e resistenti agli agenti atmosferici. La tipologia, le finiture, i materiali e i colori devono avere caratteristiche tali da integrarsi con il contesto architettonico e non generare confusione con la segnaletica stradale.
8. Quando nello stesso edificio siano presenti o previste più attività, la tipologia dell'insegna di esercizio deve essere proposta in modo unitario nel rispetto degli elementi che caratterizzano l'intera facciata.
9. Per l'individuazione di esercizi sprovvisti di affacci su strade e piazze pubbliche, ovvero situati in corti, strade e vicoli ciechi o comunque ubicati in posizione non percepibile dagli spazi pubblici, è consentita l'esposizione di una sola tabella ovvero insegna a bandiera non luminosa di limitato ingombro, posizionata a parete oppure sostenuta da apposita struttura, nel sito più prossimo all'esercizio fatti salvi i diritti dei terzi.
10. La realizzazione e l'installazione di insegne di esercizio sui prospetti di edifici tutelati e di quelli ubicati nelle aree tutelate devono essere risolte in maniera coerente, secondo un progetto attento alla situazione del contesto ambientale e gli interventi sono sempre assoggettati alle relative specifiche procedure disposte dalle normative vigenti in materia.
11. Sui prospetti degli edifici a destinazione non residenziale, adibiti ad attività industriali, artigianali e commerciali, è consentita l'esposizione di insegne di esercizio e di altri mezzi di pubblicità e propaganda, di qualsiasi tipo e foggia (fermo restando quanto previsto ai commi 8 e 9), riferiti all'attività svolta nei medesimi edifici, purché il posizionamento segua criteri ordinati e coerenti con i caratteri formali architettonici presenti.

**Art. 29. Disposizioni Particolari per "Vetrofanie – Vetrografie" (mezzi pubblicitari Tipologia VI).**

1. Sono da ritenersi "vetrofanie" e "vetrografie" quelle indicate all'art. 8 commi 10 e 11.
2. Le vetrofanie sono inseribili all'interno delle vetrate, purché la composizione e le tecniche di esecuzione vengano accuratamente studiate e descritte nel progetto. Devono essere evitate realizzazioni con lettere adesive precarie o disordinate.
3. Le vetrofanie da applicare sulle vetrine sono sempre ammesse, a condizione che non occupino più del 50% della superficie vetrata nella dotazione complessivamente intesa.
4. Le vetrografie che possono connotare in modo qualificante e significativo l'ambiente, devono essere sempre realizzate con progetto in coerenza con la tipologia dei serramenti preesistenti.

**Art. 30. Disposizioni Particolari per "Targhe" (mezzi pubblicitari Tipologia VI).**

1. E' da ritenersi "targa" quella indicata all'art. 8 comma 2.
2. La targa non deve contenere messaggi pubblicitari ma unicamente il nome e cognome del professionista o dello studio professionale, con eventuali titoli di studio, orari di apertura, numeri telefonici e simili.

3. Non sono ammesse targhe poste perpendicolarmente alla superficie su cui devono essere installate. Se il prospetto su cui verrà apposta la targa è munito di bacheca porta targhe ovvero di altro mezzo preposto l'installazione dovrà avvenire rispettando la geometria della stessa.
4. La targa non può essere luminosa per luce propria ovvero deve essere "illuminata" oppure "ordinaria". La superficie della stessa non può essere superiore a mq 0,25.
5. L'installazione è ammessa in tutte le zone del territorio comunale.

**Art. 31. Divieti e limitazioni per l'installazione dei mezzi pubblicitari. Pubblicità Offensiva**

1. Il titolare dell'autorizzazione alla pubblicità, sia permanente che temporanea, è responsabile del mezzo pubblicitario, anche con riferimento alle preesistenze edilizie o ai sedimi, dell'osservanza delle norme di sicurezza, della manutenzione dell'impianto nonché, in caso di scadenza dell'autorizzazione, di rimozione volontaria dell'impianto, del ripristino dello status quo ante.
2. Al fine dell'ottenimento dell'autorizzazione all'esposizione dei mezzi pubblicitari il firmatario della pratica dovrà dimostrare l'atto di assenso della struttura su cui l'installazione stessa verrà apposta.
3. Ferme restando le prescrizioni di carattere generale e quelle riferite alle singole fattispecie, la collocazione dei mezzi pubblicitari deve avvenire perseguendo un corretto ed equilibrato inserimento, sia paesaggistico-ambientale che architettonico.
4. Il posizionamento dei mezzi pubblicitari in genere deve avvenire in modo tale da consentire sempre la perfetta visibilità di semafori, incroci, segnali stradali di pericolo ed attraversamenti pedonali. I mezzi pubblicitari devono avere sagoma regolare, non avere la forma di disco o di triangolo o altra forma o colore tale da recare pregiudizio alla pubblica incolumità e non debbono generare confusione con la segnaletica stradale. E' vietata comunque l'apposizione dei mezzi pubblicitari su impianti della segnaletica stradale nonché su mezzi pubblicitari in aggiunta agli stessi; non sono consentite sovrapposizioni in altezza di mezzi pubblicitari, tranne che per i casi previsti dalle Aree di addensamento pubblicitario. E' vietata in ogni caso la collocazione di mezzi pubblicitari di qualsiasi tipo sulla carreggiata. E' vietata la posa o l'installazione di mezzi pubblicitari sui marciapiedi qualora lo spazio risultante non garantisca un percorso, completamente privo di ostacoli, di larghezza minima pari a mt. 0,90, anche al fine di garantirne la percorribilità da parte di soggetti diversamente abili per la lunghezza di mt. 10,00.
5. E' vietata in ogni caso la collocazione, in senso parallelo al senso di marcia, di mezzi pubblicitari di qualsiasi tipo in aderenza a recinzioni a giorno di edifici che siano sedi di Istituzioni pubbliche (Università, Scuole, Ospedali, sedi di Amministrazioni Statali e Pubbliche, etc.); in aderenza a recinzioni di qualsiasi tipo di Cimiteri, Edifici religiosi e similari, è vietata in ogni caso la collocazione di impianti pubblicitari.
6. Sono vietate:
  - le insegne di esercizio od altri messaggi pubblicitari diffusi con proiettori al laser;
  - le insegne di esercizio di tipo polifacciale;
  - insegne di esercizio a messaggio variabile;
  - le insegne di esercizio su palo installato su suolo pubblico, ad eccezione degli esercizi di pubblica utilità e delle forze dell'ordine.

7. E' altresì vietata l'installazione in forma stabile di qualsiasi mezzo pubblicitario in ancoraggio agli edifici su fregi, cornici, balaustre, inferriate decorate, o qualunque altro elemento architettonico in genere inserito sugli edifici anche se non vincolati ai sensi del D.lgs. n. 42/2004 e s.m.i.. E' vietato l'utilizzo di steccati e recinzioni temporanee. E' vietata la collocazione dei mezzi pubblicitari a ridosso delle abitazioni, quando tale installazione, per le dimensioni del manufatto, sia d'impedimento o di preclusione anche parziale, alla visibilità esterna dalle finestre dell'immobile prospettanti l'area interessata all'installazione o la strada pubblica.
8. E' vietato utilizzare alberi o strutture provvisorie per l'apposizione di mezzi pubblicitari. E' vietata l'installazione di qualsiasi mezzo pubblicitario permanente nelle aree verdi pubbliche e private (aiuole, parchi e giardini) e nelle piazze, ove sono consentite solo installazioni di insegne di esercizio e di impianti a carattere temporaneo nonché installazioni pubblicitarie posizionate dal gestore del verde pubblico da concordare con il competente Ufficio. E' fatta deroga per i cartelli informativi posti direttamente dall'Amministrazione Comunale. Lungo i marciapiedi che delimitano i giardini pubblici è consentita, da parte degli operatori del settore, l'installazione di impianti pubblicitari di tipologia, caratteristiche e dimensioni così come definite nel PGIP ed in relazione all'ampiezza del marciapiede. Lungo i marciapiedi che delimitano le aree verdi pubbliche e private è consentita la collocazione di mezzi pubblicitari isolati, luminosi, di dimensioni ridotte (max cm. 70 x cm. 100), collocati ortogonalmente al senso di marcia ed in relazione all'ampiezza del marciapiede. Lungo i viali alberati e gli spartitraffico alberati, sono consentiti solo mezzi pubblicitari isolati, luminosi, di dimensioni ridotte (max cm. 150 x cm. 200), collocati ortogonalmente al senso di marcia ed in relazione all'ampiezza del marciapiede o dello spartitraffico.
9. Gli impianti affissionistici di proprietà comunale di qualsiasi tipologia, destinati alle informazioni istituzionali o commerciali, devono recare una tabella riportante lo stemma della Città, la dicitura Comune di Bari e il numero dell'impianto.
10. Ai mezzi pubblicitari collocati nelle stazioni di servizio ed aree di parcheggio situate nel centro abitato si applicano le disposizioni di cui all'art. 52, comma 1, del D.P.R. n.495/1992 "Regolamento di esecuzione del nuovo codice della strada" e s.m.i. In ogni caso, tali mezzi pubblicitari devono essere inseriti nell'ambito di un progetto unitario.
11. Vanno altresì rispettati limitazioni e divieti per le singole tipologie di mezzi pubblicitari indicati dal presente Regolamento.
12. Per quanto non espressamente previsto nel presente Regolamento valgono le disposizioni di cui al C.D.S. e relativo Regolamento di esecuzione ed ogni altra disposizione normativa afferente la materia.
13. L'Amministrazione Comunale al fine di impedire l'esposizione di pubblicità avente contenuto e/o immagini lesive del decoro, del buon costume, del pubblico pudore, della fede religiosa e/o delle appartenenze di genere, culturali e nazionali delle persone, richiederà formale specifico impegno alle Ditte titolari di regolari autorizzazioni. In difetto, nel caso in cui la comunicazione commerciale apparisse manifestamente contraria ai principi sopra esposti, il Sindaco, fermo restando quanto previsto dagli artt. 528 e 725 del C.P. e dalla Legge 12.dicembre.1960 n. 1591, ordina alla Ditta proprietaria dell'impianto, obbligata in solido con il soggetto pubblicizzato, l'immediata copertura del messaggio pubblicitario e dispone che l'ufficio competente provveda ad emettere, previa diffida, provvedimento di decadenza dell'autorizzazione e sanzione amministrativa nei confronti della Ditta proprietaria dell'impianto.

## **Art. 32. Vincoli storici, artistici e di tutela paesaggistica.**

1. Ai sensi dell'art. 49 del D.Lgs. n. 42/04 e s.m.i. è vietato collocare o affiggere cartelli e altri mezzi pubblicitari sugli edifici e nelle aree tutelate come beni culturali o in prossimità di essi. Il Soprintendente, valutata la compatibilità della collocazione o della tipologia del mezzo pubblicitario con l'aspetto, il decoro e la pubblica fruizione dei beni culturali tutelati, può rilasciare o negare il nulla osta all'installazione del mezzo pubblicitario.
2. Nel caso di utilizzo ai fini pubblicitari delle coperture dei ponteggi predisposti per l'esecuzione degli interventi di restauro e di risanamento conservativo dei beni indicati al primo comma, il Soprintendente rilascia o nega il nulla osta per l'effettuazione della pubblicità, 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.
3. Ai sensi dell'art. 153 del D.Lgs. n. 42/2004 e s.m.i. è vietato collocare cartelli e altri mezzi pubblicitari nell'ambito ed in prossimità dei beni paesaggistici se non previa autorizzazione rilasciata dall'Amministrazione Comunale sulla compatibilità della collocazione e della tipologia del mezzo pubblicitario con i valori paesaggistici degli immobili e delle aree soggetti a tutela.
4. Per "prossimità" ai beni culturali e paesaggistici si intende: tutti i luoghi rispetto ai quali la veduta dell'edificio e/o del monumento e/o della componente paesaggistica viene disturbata o interrotta interferisce (anche parzialmente) con il mezzo pubblicitario.
5. Sono fatte salve le disposizioni delle normative vigenti in materia.

## **CAPO II - Insegne di esercizio**

### **Art. 33. Autorizzazioni e Segnalazioni certificate di inizio attività.**

1. Per i mezzi pubblicitari di cui al presente Capo II è necessario ottenere apposito provvedimento autorizzatorio a seguito di presentazione di istanza ovvero procedere alla presentazione della segnalazione certificata di inizio attività (SCIA). L'Autorizzazione è rilasciata dall'Amministrazione Comunale.
2. L'installazione dei suddetti mezzi pubblicitari prima della presentazione dell'istanza o nel corso del procedimento finalizzato al rilascio del provvedimento autorizzatorio, ovvero in carenza di SCIA, comporta, oltre all'applicazione delle sanzioni amministrative e tributarie, il rigetto della relativa istanza e l'immediata rimozione del mezzo, a cura ed a spese dell'interessato.
3. Il titolare dell'autorizzazione è obbligato ad effettuare la dovuta manutenzione (del mezzo pubblicitario e dei relativi supporti, ivi compresi gli eventuali elementi connessi di arredo urbano e di illuminazione), verificando periodicamente il buono stato del mezzo pubblicitario, nonché effettuando tutti gli interventi necessari per il mantenimento delle condizioni di sicurezza e di decoro.
4. Il titolare dell'autorizzazione è tenuto a rispondere di tutti i danni derivanti dall'esposizione dei mezzi pubblicitari nonché è obbligato, a sollevare o comunque tenere indenne il Comune da qualsiasi azione, pretesa, richiesta, che possa essere avanzata in relazione a concessioni ed

autorizzazioni di pubblicità. Altresì, senza eccezioni o limiti di sorta, è esclusa qualsiasi rivalsa nei confronti del Comune anche sotto forma di ripetizioni di imposta.

5. L'Amministrazione Comunale può incidere sul provvedimento consolidatosi mediante provvedimenti di autotutela ai sensi degli artt. 21 quinquies, 21 octies e 21 nonies della legge n. 241/1990 e s.m.i.

#### **Art. 34. Modalità di presentazione dell'istanza.**

1. Per ottenere il rilascio del provvedimento autorizzatorio all'installazione dei mezzi pubblicitari di cui al presente Capo II da parte dell'Amministrazione Comunale, l'interessato deve presentare all'Ufficio competente, apposita istanza in duplice copia (di cui una in bollo) per ciascun mezzo sottoscritta dal richiedente, su moduli predisposti, riportando le generalità del richiedente, domicilio o sede della ditta richiedente, complete di Codice Fiscale o Partita Iva, con l'indicazione dell'attività economica cui afferisce la dichiarazione; l'istanza deve altresì recare la dichiarazione volta a sollevare il Comune da eventuali danni, ragioni e pretese di terzi, derivanti dall'esposizione della pubblicità, nonché la dichiarazione di conoscere e assoggettarsi a tutte le condizioni contenute nel Regolamento e nel P.G.I.P.
2. L'istanza deve essere presentata avendo a riferimento la sede nonché l'ubicazione della ditta richiedente, potendo la stessa essere riferita a più mezzi pubblicitari da installare presso tale ubicazione.
3. L'istanza deve essere corredata a pena di irricevibilità, di marca da bollo, diritti di segreteria per attività istruttoria tecnico-amministrativa e salvo predisposizione di apposita e diversa modulistica semplificativa da parte dell'Amm.ne della documentazione di seguito indicata:
  - a) descrizione tecnica dettagliata del tipo di insegna pubblicitaria in progetto: ordinaria, luminosa, illuminata, frontale, a bandiera, luminosa con l'impiego di diodi, lampadine e simili con controllo elettronico; o altri mezzi simili come previsti nell'art. 14 D.Lgs. 507/1993 e s.m.i.;
  - b) elaborati grafici, presentati su copia cartacea con simbologia UNI, firmati da tecnico abilitato o dal titolare dell'azienda produttrice, afferenti il progetto esecutivo del mezzo pubblicitario tale da rendere possibile l'individuazione di tutti gli elementi tecnici essenziali (scala grafica 1:20 o 1:50), ove compaiano:
    - dimensioni del mezzo pubblicitario (larghezza, altezza e profondità) con l'indicazione del messaggio contenuto;
    - indicazione dei materiali e dei colori del mezzo pubblicitario richiesto;
    - prospetto della porzione di facciata interessata dall'installazione con riproduzione fedele del mezzo pubblicitario e del messaggio contenuto;
    - per le insegne a bandiera, sezione del fabbricato (porzione ove verrà posizionata l'insegna) da cui si evincano la larghezza del marciapiede, la quota da terra, l'ingombro in sporgenza comprese le zanche, l'altezza e la zona di ingombro dell'insegna rispetto al marciapiede;
  - c) planimetria dello stato dei luoghi in scala 1:1000 – 1:200;
  - d) relazione e/o autocertificazione redatta da tecnico abilitato da cui si evince l'idoneità della struttura a sopportare sollecitazioni meccaniche dovute alla spinta del vento;
  - e) dichiarazione rilasciata dalla ditta installatrice che l'impianto elettrico per insegne < 1,2 KV, sarà realizzato in conformità al d.m. 37/2008;
  - f) progetto dell'impianto elettrico utilizzato, firmato da tecnico qualificato e abilitato per insegne > 1,2 KV, in conformità alla d.m. 37/2008 e s.m.i., con relazione inerente i grafici, gli schemi e la descrizione del materiale utilizzato, da cui si evince il rispetto delle condizioni di sicurezza;



- g) autocertificazione a firma di tecnico abilitato attestante la conformità dell'impianto alla Legge Regione Puglia n. 15 del 23.11.2005 ed in particolare all'art. 5 commi 6 e 7 ed ai relativi criteri di attuazione in materia di inquinamento luminoso;
- h) documentazione fotografica su supporto informatico e cartaceo (formato minimo 18 x 24), comprendente sia lo stato dei luoghi *ante operam*, sia la simulazione del mezzo pubblicitario da installare, idonea all'individuazione dell'esatta posizione del mezzo pubblicitario in relazione all'ubicazione specifica (fotografia del particolare) nonché al contesto architettonico più ampio, del quale l'ubicazione stessa fa parte (fotografia d'insieme);
- i) messaggio e logo dell'attività e riproduzione dell'eventuale disegno a colori;
- j) certificato di iscrizione alla Camera di Commercio (in presenza di attività industriali, commerciali, all'ingrosso) oppure all'albo delle imprese artigiane (in presenza di attività artigiane) o autocertificazione dello stesso;
- k) autorizzazione amministrativa all'esercizio dell'attività commerciale o copia comunicazione inizio attività commerciale inviata alla competente Ripartizione Attività Economiche;
- l) nulla osta del proprietario dell'immobile o del terreno e dell'amministratore del condominio su cui il mezzo pubblicitario insisterà, completo di dati anagrafici e fiscali del dichiarante, con indicazione degli identificativi catastali;
- m) delega scritta e fotocopia del documento del rappresentante legale della ditta e del delegato, nel caso in cui le istanze e le dichiarazioni siano presentate da soggetto diverso dallo stesso;
- n) fotocopia documento di riconoscimento del richiedente;
- o) eventuali nulla osta o autorizzazioni di cui al D.Lgs. n. 42/2004 e s.m.i. per gli impianti pubblicitari che insistono su beni culturali e su beni paesaggistici;
- p) eventuale altra documentazione in ordine all'attività svolta richiesta dall'ufficio.

4. Nel caso di presentazione di SCIA l'istanza dovrà essere corredata della documentazione di cui al precedente comma 3.

#### **Art. 35. Istruttoria del procedimento e rilascio dell'autorizzazione.**

1. Entro 60 giorni dalla data di presentazione dell'istanza completa di tutta la documentazione prevista dall'art. 34, l'Amministrazione Comunale rilascia motivato provvedimento conclusivo di autorizzazione o di diniego.
2. Il Responsabile del Procedimento cura l'istruttoria della pratica effettuando le verifiche e i sopralluoghi necessari all'emanazione dell'atto, nel rispetto delle condizioni e dei requisiti previsti dal presente Regolamento e dalle vigenti discipline di settore.
3. Quando l'istanza è formalizzata mediante segnalazione certificata di inizio attività (SCIA), l'ufficio competente provvede al repertorio ed all'archiviazione delle istanze pervenute su base mensile. Un numero di segnalazioni pari al 5% approssimato all'unità superiore del totale delle segnalazioni pervenute su base mensile, selezionato mediante sorteggio a mezzo di procedura informatizzata, viene assoggettato a verifica istruttoria da parte dell'ufficio competente allo scopo di verificarne la regolarità. Delle verifiche istruttorie è redatto verbale in forma scritta.
4. Nei casi di cui al comma 3, verificata l'assenza dei requisiti e dei presupposti di legge o l'avvenuta installazione in difformità dalle norme vigenti in materia, il Responsabile del Procedimento inibisce la prosecuzione dell'installazione, salva la regolarizzazione della stessa.
5. La SCIA deve contenere la dichiarazione ai sensi dell'art. 47 del DPR 445/2000 e s.m.i., relativa al contenuto della stessa. In caso di dichiarazione mendace o di falsità della sottoscrizione,

trovano applicazione, ai sensi dell'art. 76 del D.P.R. 445/2000 e s.m.i., le sanzioni previste dal Codice Penale (art. 483) e dalle leggi penali in materia di falsità negli atti, salve le sanzioni amministrative previste per norma. L'accertamento delle situazioni di fatto di cui al presente comma determina la decadenza dei benefici eventualmente consolidati sulla base della dichiarazione non veritiera, secondo quanto disposto dall'art. 75 del D.P.R. 445/2000 e s.m.i. La segnalazione deve altresì recare, la dichiarazione volta a sollevare il Comune da eventuali danni, ragioni e pretese di terzi, derivanti dall'esposizione del mezzo, nonché la dichiarazione di conoscere e associarsi a tutte le condizioni contenute nel Regolamento e nel P.G.I.P .

6. Quando l'installazione dell'impianto implichi particolari problemi legati alla viabilità o al traffico contingenti, il Responsabile del Procedimento chiede al competente ufficio il parere in ordine alla conformità del mezzo pubblicitario al Codice della Strada ed al relativo Regolamento di attuazione. Tale parere deve essere rilasciato entro 10 giorni dal ricevimento della richiesta, la quale sospende i termini del procedimento. Il parere contrario espresso dall'ufficio competente è vincolante ai fini della conformità del mezzo pubblicitario al Codice della Strada ed al relativo Regolamento di attuazione. Decorso il termine di cui al capoverso che precede in assenza di riscontro i termini del procedimento riprendono a decorrere.
7. In ogni caso, l'Amministrazione Comunale può incidere motivatamente sul provvedimento consolidatosi mediante provvedimenti di autotutela ai sensi degli artt. 21 quinquies, 21 octies e 21 nonies della legge n. 241/1990 e s.m.i.

#### **Art. 36. Decadenza.**

1. Nel caso di spostamento di sede, l'interessato non ha più titolo per mantenere in opera i mezzi pubblicitari installati a seguito di regolare autorizzazione presso il precedente luogo di esercizio, per cui l'autorizzazione s'intende automaticamente decaduta.
2. La dichiarazione di cessazione dei mezzi pubblicitari, presentata a qualsiasi titolo, comporta l'automatica decadenza della relativa autorizzazione.
3. L'autorizzazione decade, inoltre, per i seguenti motivi:
  - a) se non vengono effettuati tutti i versamenti fiscali previsti dal presente Regolamento e dalla legge, nei tempi e modi prescritti;
  - b) per difformità rispetto all'oggetto dell'autorizzazione o per mancato rispetto delle condizioni previste;
  - c) se l'installazione rechi grave pregiudizio o comunque leda eventuali diritti di terzi giuridicamente accertati.
  - d) qualora l'Amministrazione Comunale dopo il rilascio del prescritto provvedimento autorizzatorio accerti il mancato pagamento dei versamenti dovuti a qualsiasi titolo.
4. La decadenza dell'autorizzazione è comunicata alla parte e comporta la immediata rimozione dell'impianto a cura e spese del titolare dello stesso e l'applicazione delle sanzioni vigenti.

### CAPO III - Targhe - Vetrofanie - Vetrografie - Scritte su tende ed ombrelloni

#### Art. 37. Comunicazione di installazione.

1. L'installazione dei mezzi pubblicitari di cui al presente articolo è oggetto di semplice comunicazione all'Amministrazione comunale.
2. La comunicazione deve essere redatta ai sensi dell'art. 47 del DPR 445/2000 e s.m.i.. In caso di dichiarazione mendace o di falsità della sottoscrizione, trovano applicazione, ai sensi dell'art. 76 del D.P.R. 445/2000, le sanzioni previste dal Codice Penale (art. 483) e dalle leggi penali in materia di falsità negli atti, salve le sanzioni amministrative previste per norma. L'accertamento delle situazioni di fatto di cui al presente comma determina la decadenza dei benefici eventualmente consolidati sulla base della dichiarazione non veritiera, secondo quanto disposto dall'art. 75 del D.P.R. 445/2000. La segnalazione deve altresì recare, la dichiarazione volta a sollevare il Comune da eventuali danni, ragioni e pretese di terzi, derivanti dall'esposizione del mezzo, nonché la dichiarazione di conoscere e assoggettarsi a tutte le condizioni contenute nel Regolamento e nel P.G.I.P. .
3. Il titolare del mezzo pubblicitario è obbligato ad effettuare la dovuta manutenzione (del mezzo pubblicitario e dei relativi supporti, ivi compresi gli eventuali elementi connessi di arredo urbano e di illuminazione), verificando periodicamente il buono stato del mezzo pubblicitario, nonché effettuando tutti gli interventi necessari per il mantenimento delle condizioni di sicurezza e di decoro.
4. Il titolare del mezzo pubblicitario è altresì tenuto a rispondere di tutti i danni derivanti dall'esposizione dei mezzi pubblicitari nonché è obbligato, a sollevare o comunque tenere indenne il Comune da qualsiasi azione, pretesa, richiesta, che possa essere avanzata in relazione a concessioni ed autorizzazioni di pubblicità. Inoltre e senza eccezioni o limiti di sorta, è esclusa qualsiasi rivalsa nei confronti del Comune anche sotto forma di ripetizioni di imposta.

#### Art. 38. Modalità di presentazione della comunicazione e procedimento.

1. Per l'installazione dei mezzi pubblicitari di cui al presente Capo III valgono le disposizioni di cui ai precedenti art. 35, commi da 3 a 7, ed art. 36. La comunicazione deve essere corredata dalla documentazione indicata di seguito:
  - 1.1. Nel caso di Targhe poste su immobili assoggettati a vincolo Paesaggistico/Architettonico ovvero insistenti su aree assoggettate ai medesimi vincoli e/o comunque riconducibili ai "Centri e Nuclei Storici" sottoposti a specifica disciplina:
    - a) descrizione tecnica dettagliata del tipo di Targa in progetto;
    - b) elaborati grafici, presentati su copia cartacea con simbologia UNI, firmati da tecnico qualificato e abilitato, riportanti il disegno quotato in scala adeguata (1:20) con l'indicazione dei materiali;
    - c) documentazione fotografica su supporto cartaceo (formato minimo 18 x 24 comprendente sia lo stato dei luoghi ante *operam*, sia la simulazione del mezzo pubblicitario da installare idonea all'individuazione dell'esatta posizione del mezzo pubblicitario in relazione all'ubicazione specifica (fotografia del particolare) nonché al contesto architettonico più ampio del quale l'ubicazione stessa fa parte (fotografia d'insieme);
    - d) dicitura da riportare sulla Targa;

- e) certificato di iscrizione all'Ordine professionale o autocertificazione;
- f) nulla osta del condominio su cui viene installato il mezzo pubblicitario con allegata fotocopia documento di riconoscimento dell'amministratore dello stesso;
- g) delega scritta e fotocopia del documento del rappresentante legale della ditta e del delegato, nel caso in cui le istanze e le dichiarazioni siano presentate da soggetto diverso dallo stesso;
- h) fotocopia documento di riconoscimento del richiedente;
- i) eventuale altra documentazione in ordine all'attività svolta, richiesta dall'ufficio;

#### 1.1.1 In tutti gli altri casi:

- a) Descrizione scritta del tipo di targa;
- b) Fotografia dello stato ante operam;
- c) Schema grafico (in formato A3) riportante la posizione e le dimensioni della targa;
- d) Autocertificazione ex DPR 445/00 recante i requisiti soggettivi per l'esercizio della professione e/o attività per la quale si propone l'installazione della targa.

#### 1.2. Nel caso di vetrofanie e vetrografie poste in immobili assoggettati a vincolo Paesaggistico/Architettonico ovvero insistenti su aree assoggettate ai medesimi vincoli e/o comunque riconducibili ai "Centri e Nuclei Storici" sottoposti a specifica disciplina:

- a) descrizione tecnica dettagliata del tipo di vetrofanie e vetrografie in progetto;
- b) elaborati grafici, presentati su copia cartacea con simbologia UNI, firmati da tecnico qualificato e abilitato, riportanti il disegno quotato in scala adeguata (1:20 o 1:50) con l'indicazione della superficie occupata nella vetrina dal messaggio pubblicitario;
- c) documentazione fotografica su supporto cartaceo (formato minimo 18 x 24), comprendente sia lo stato dei luoghi ante *operam*, sia la simulazione del mezzo pubblicitario da installare idonea all'individuazione dell'esatta posizione del mezzo pubblicitario in relazione all'ubicazione specifica (fotografia del particolare) nonché al contesto architettonico più ampio del quale l'ubicazione stessa fa parte (fotografia d'insieme);
- d) messaggio e logo dell'attività e riproduzione dell'eventuale disegno a colori;
- e) certificato di iscrizione alla Camera di Commercio (in presenza di attività industriali, commerciali, all'ingrosso) oppure all'albo delle imprese artigiane (in presenza di attività artigiane) o autocertificazione dello stesso;
- f) autorizzazione amministrativa all'esercizio dell'attività commerciale o copia comunicazione inizio attività commerciale inviata alla competente Ripartizione Attività Economiche;
- g) delega scritta e fotocopia del documento del rappresentante legale della ditta e del delegato, nel caso in cui le istanze e le dichiarazioni siano presentate da soggetto diverso dallo stesso;
- h) fotocopia documento di riconoscimento del richiedente;
- i) eventuale altra documentazione in ordine all'attività svolta, richiesta dall'ufficio.

#### 1.2.1 In tutti gli altri casi:

- a) Descrizione scritta del tipo di targa;
- b) Fotografia dello stato ante operam;
- c) Schema grafico (in formato A3) riportante la posizione e le dimensioni della vetrofania;
- d) Autocertificazione ex DPR 445/00 recante i requisiti soggettivi per l'esercizio della professione e/o attività per la quale si propone l'installazione della vetrofania.

#### 1.3. Nel caso di tende ed ombrelloni:

- a) rappresentazione tecnica delle tipologia di tenda e dei cormatismi da adottare (rapporto tra fondo e scritta);
- b) messaggio e logo da riportare sul manufatto con relativi rapporti dimensionali;
- c) certificato di iscrizione alla Camera di Commercio (in presenza di attività industriali, commerciali, all'ingrosso) oppure all'albo delle imprese artigiane (in presenza di attività artigiane) o autocertificazione dello stesso;
- d) autorizzazione amministrativa all'esercizio dell'attività commerciale o copia comunicazione inizio attività commerciale inviata alla competente Ripartizione Attività Economiche;
- e) delega scritta e fotocopia del documento del rappresentante legale della ditta e del delegato, nel caso in cui le istanze e le dichiarazioni siano presentate da soggetto diverso dallo stesso;
- f) fotocopia documento di riconoscimento del richiedente;
- g) eventuale altra documentazione in ordine all'attività svolta, richiesta dall'ufficio.

## TITOLO IV – NORME SANZIONATORIE E DISCIPLINA DELL'ATTIVITA' DI CONTROLLO DEL TERRITORIO

### **Art. 39. Mezzi pubblicitari abusivi. Definizione.**

1. Sono considerati abusivi i mezzi pubblicitari installati in carenza di valido atto di assenso alla installazione reso da parte dell'Amministrazione.
2. Similmente sono considerati abusivi i mezzi pubblicitari risultanti non conformi alle condizioni stabilite dal titolo abilitativo all'installazione ed all'esercizio rilasciato o per tipologia o per forma o per dimensioni o per ubicazione e, in generale, difformi alle caratteristiche tecniche (strutturali e impiantistiche) assentite ovvero i mezzi pubblicitari oggetto di revoca o decadenza ai sensi degli artt. 24 e 25 del presente Regolamento. Parimenti è considerata abusiva ogni variazione non autorizzata, apportata alle installazioni ed esposizioni in opera.

### **Art. 40. Sanzioni amministrative per pubblicità e affissioni abusive o difformi.**

1. Costituiscono illecito amministrativo l'installazione non autorizzata di qualsiasi mezzo pubblicitario, le installazioni effettuate - per misura, posizione, tipologia - in maniera difforme dal titolo abilitativo, l'affissione abusiva di manifesti e le violazioni di ogni norma del presente Regolamento e P.G.I.P., nonché del D.Lgs. n.507/1993 e s.m.i, del D.lgs. 285/1992 e s.m.i. e del D.P.R. 495/1992 e s.m.i.
2. In base al principio di specialità sono applicabili le seguenti sanzioni amministrative, non cumulabili:

#### **a) Decreto Legislativo 30 aprile 1992 n. 285 "Nuovo Codice della Strada", art. 23 comma 11 (da € 343,00 a € 1.377,00):**

- in caso di pubblicità abusiva lungo le strade o in vista di esse, in violazione delle disposizioni di cui all'art 23 del Codice della Strada e di cui agli artt 47-59 del D.P.R. 495/1992, anche se recepite nel Regolamento Comunale e P.G.I.P. (vedasi disposizioni concernenti l'ubicazione degli impianti lungo le strade o in vista di esse);
- in caso di pubblicità abusiva sui veicoli, in violazione delle disposizioni del Codice della Strada;
- in caso di pubblicità abusiva sugli edifici e nelle aree tutelate come beni culturali, nell'ambito e in prossimità di beni paesaggistici, lungo le strade site nell'ambito o in prossimità dei beni culturali e/o paesaggistici, ai sensi degli artt. 49, 153 e 168 del D.lgs. n. 42 del 22.01.2004) e s.m.i;

#### **b) Decreto legislativo 15 novembre 1993, n. 507 art. 24 comma 2 (da € 206, 58 a € 1.549,37):**

- in caso di pubblicità abusiva su aree private visibili dalle strade;
- in caso di pubblicità abusiva in luoghi pubblici;
- in caso di pubblicità abusiva sonora, ambulante (volantinaggio), o a mezzo aeromobili;
- nei restanti casi di violazioni di disposizioni del presente regolamento comunale e P.G.I.P. derogatorie o complementari rispetto alle disposizioni del "Codice della Strada".

Nell'ambito della fattispecie generale di cui all'art 27 comma 2, le violazioni del D.Lgs. 507/1993 sono così sanzionate:

- quelle riguardanti i mezzi pubblicitari delle tipologie "IV", "V", "VI" di cui all'art. 6 del presente Regolamento sono punite con la sanzione amministrativa ( da € 206, 58 a € 929,62);
- quelle riguardanti tutte le restanti tipologie, compresa la pubblicità varia, sono punite con la sanzione amministrativa.(da € 413,17 a € 1.549,37);

**c) Dlgs 285/92 art 23 co. 13 bis** (da € 4.455,00 a € 17.823,00)

- in caso di mancata rimozione del mezzo pubblicitario abusivo nel termine di 10 giorni dalla notifica della diffida di cui all'art 41 comma 2;
- per le violazioni di cui all'art 26 comma 7 D.lgs 285/92;

3. I proventi delle sanzioni amministrative sono devoluti all'Amministrazione comunale e destinati al potenziamento e miglioramento dell'impiantistica comunale, nonché alla redazione ed aggiornamento degli strumenti di governo ed uso del territorio a fini pubblicitari.
4. Nel rispetto della procedura di cui all'art.18 della Legge 24 novembre 1981 n.689, qualora il trasgressore dimostri di aver proceduto all'immediata eliminazione del fatto abusivo, nonché al pagamento dell'imposta e di quanto dovuto a qualsiasi titolo a causa dell'effettuata pubblicità o affissione, entro il termine assegnato per la rimozione, la sanzione amministrativa pecuniaria è ridotta nella misura pari al minimo edittale previsto dal presente articolo.
5. Sono fatte salve le sanzioni amministrative pecuniarie comminate in esecuzione del Regolamento di Polizia Urbana, del Regolamento Edilizio e del Regolamento di Igiene. Restano salvi i principi fissati dalla Legge 24 novembre 1981 n.689 con le integrazioni introdotte dal D. Lgs. n. 507/1993, in quanto compatibili, nonché ogni conseguenza che possa costituire reato.
6. Salvo che sia diversamente stabilito dalla legge, chi con un'azione o omissione viola diverse disposizioni che prevedono sanzioni amministrative o commette più violazioni della stessa disposizione, soggiace alla sanzione prevista per la violazione più grave aumentata sino al triplo.

**Art. 41. Controllo e rimozione dei mezzi pubblicitari abusivi.**

1. Ai sensi e per gli effetti del comma 2 dell'art. 24 del D.Lgs. 507/1993, delle norme del Codice della Strada e del relativo Regolamento di esecuzione e attuazione del Codice della Strada (D.P.R. 16.12.1992 n. 495) e s.m.i, la vigilanza sulla corretta realizzazione e sull'esatto posizionamento dei cartelli e degli altri mezzi pubblicitari rispetto a quello autorizzato, nonché il controllo e la verbalizzazione degli abusi pubblicitari sul territorio comunale competono, per compiti d'istituto, al Corpo della Polizia Municipale.
2. In presenza di collocazioni abusive di manufatti pubblicitari privi di autorizzazione ovvero difformi rispetto a quanto indicato nell'eventuale atto autorizzativo/concessorio realizzati nell'ambito del territorio comunale, il verbale di illecito amministrativo, da trasmettersi tempestivamente alla Ripartizione competente al rilascio dell'autorizzazione/concessione e in ogni caso anche alla Ripartizione Tributi – Settore Pubblicità, deve anche contenere:
  - la contestazione degli estremi di fatto della violazione (descrizione dell'illecito);
  - la contestazione degli articoli di legge o di regolamento violati;
  - l'irrogazione della sanzione amministrativa pecuniaria con l'indicazione delle modalità con cui si può far luogo al pagamento in misura ridotta entro un termine di 60 giorni;
  - l'indicazione dell'Ufficio del Dirigente presso il quale è possibile presentare scritti difensivi avverso il provvedimento amministrativo;

- la diffida alla rimozione del manufatto abusivo entro 10 giorni dalla notifica, ai sensi dell'art 23 D.Lgs. 285/1992 e s.m.i., comma 13 bis per la pubblicità permanente ed entro 3 giorni non prorogabili per la pubblicità temporanea;
- l'obbligo della dimostrazione dell'avvenuto pagamento della sanzione stessa mediante esibizione della ricevuta di pagamento alla Ripartizione Tributi, competente per la riscossione coattiva.

I suddetti termini perentori decorrono dalla data di notifica da effettuarsi, entro e non oltre 150 giorni dall'accertamento, nei confronti:

- o del proprietario del manufatto pubblicitario, nel caso di installazione insistente su suolo pubblico;
- o del proprietario del manufatto pubblicitario e del proprietario o possessore del suolo privato in quanto responsabile solidale, nel caso di impianto insistente su suolo privato.

3. Nell'ipotesi di installazioni abusive lungo le strade appartenenti ad altri enti o in vista di esse, l'agente accertatore trasmette copia del verbale di cui al comma 2, all'ente proprietario della strada competente al rilascio dell'autorizzazione.

4. Le modalità per la contestazione sono quelle previste dall'art. 14 della Legge 689/81.

In caso di violazione dell'art 24 comma 2 D.Lgs. 507/1993, entro il termine di 30 giorni dalla data della contestazione o notificazione della violazione, gli interessati possono far pervenire al Dirigente della Ripartizione Tributi, competente alla riscossione dell'imposta, gli scritti difensivi e documenti inerenti la violazione amministrativa, e possono chiedere di essere sentiti dalla medesima autorità con le modalità di cui all'art. 18 L. 689/81.

Il Dirigente della Ripartizione Tributi, se ritiene fondato l'accertamento, determina con ordinanza motivata, con i criteri di cui all'art. 11 della L. 689/81, la somma dovuta per la violazione e ne ingiunge il pagamento insieme alle spese nel termine di 30 giorni dalla notifica all'autore della violazione e alle persone solidalmente obbligate (dandone comunicazione alla Ripartizione Tributi); altrimenti emette ordinanza motivata di archiviazione comunicandola all'organo accertatore.

L'ordinanza ingiunzione è disciplinata dall'art. 18 Legge 689/81.

La Ripartizione che ha emesso l'ordinanza ne verifica l'ottemperanza; l'eventuale conseguente procedura di riscossione coattiva delle somme ingiunte è eseguita a cura della Ripartizione Tributi.

L'ordinanza è altresì trasmessa per conoscenza alla Polizia Municipale, quale organo accertatore.

5. Nelle ipotesi di cui all'art. 23 comma 13 bis D.Lgs. 285/1992 e s.m.i., decorso il termine previsto per la rimozione, la Polizia Municipale verifica l'ottemperanza all'intimazione notificata. In caso di inottemperanza da comunicazione al competente Ufficio dell'Amministrazione Comunale, che provvede ai seguenti adempimenti:

a) emissione dell'ordinanza dirigenziale, da notificarsi ai soggetti di cui al comma 2, con cui si dispone l'esecuzione in danno e si ingiunge al contravventore il pagamento entro 30 giorni degli oneri per la rimozione, per il ripristino dello stato dei luoghi, per l'eventuale deposito in custodia, distruzione del manufatto abusivo e per lo smaltimento in discarica.

I citati oneri saranno posti a carico:

- del proprietario del mezzo se l'impianto è su suolo pubblico, ovvero del soggetto che utilizza lo spazio pubblicitario se il proprietario del mezzo non è identificabile;
- del proprietario o possessore del suolo se l'impianto è su suolo privato in solido col proprietario del mezzo pubblicitario.

Nell'ipotesi di esecuzione in danno su suolo privato l'ordinanza indica altresì la data di esecuzione; a tal fine gli organi di polizia stradale sono autorizzati ex lege ad accedere su suolo privato.



L'ordinanza, che costituisce titolo esecutivo, conterrà infine l'obbligo della dimostrazione dell'avvenuto pagamento delle somme ingiunte entro un termine dato, nonché l'avvertenza che in difetto si procederà alla riscossione coattiva.

- b) rimozione dell'impianto previa comunicazione alla ditta appaltatrice del servizio di rimozione degli impianti abusivi, di provvedere alla rimozione stessa.
  - c) immediata copertura della pubblicità abusiva in modo che sia privata di efficacia pubblicitaria, ovvero la defissione dei manifesti abusivi.
  - d.1) al fine del recupero delle spese di esecuzione in danno trasmissione della nota delle spese di rimozione, deposito e distruzione o smaltimento del manufatto; nelle ipotesi di installazioni abusive di cui all'art 23 comma 13 quater al Prefetto, affinché emetta l'ordinanza ingiunzione di pagamento. Tale ordinanza costituisce titolo esecutivo ai sensi di legge. Nel caso di sanzione amministrativa diversa da quelle derivanti da installazioni in contrasto con le disposizioni del CdS, il recupero delle spese per esecuzione in danno viene effettuato dalla Ripartizione Tributi che vi provvede in analogia a quanto previsto al successivo punto sub d2.
  - d.2) nelle restanti ipotesi alla Ripartizione Tributi che provvede: a) quando la gestione dell'entrata è svolta interamente dall'Amministrazione comunale in proprio ovvero affidata a terzi ex art. 52 D.Lgs. 446/1997, con la procedura indicata dal R.D. 14.04.1910 n. 639; b) ove la gestione venga affidata al Concessionario di riscossione, con la procedura di cui al D.P.R. 29.09.1973 n. 602 come modificato dal D.Lgs. 26 febbraio 1999, n. 46 recante: "Riordino della disciplina della riscossione mediante ruolo, a norma dell'articolo 1 della L. 28 settembre 1998, n. 337".
6. Nelle ipotesi di cui all'art 23 comma 13 quater D.lgs. 285/92, il competente Ufficio dell'Amministrazione Comunale procede alla rimozione immediata del mezzo pubblicitario abusivo anche senza i preventivi adempimenti di cui ai precedenti commi 3, 4 e 5 lett. a).
7. La Ripartizione Tributi, ricevuta copia del verbale di accertamento ai sensi del comma 2, vista l'eventuale successiva ordinanza ingiunzione emessa ai sensi del comma 4, nonché ricevuta la comunicazione dell'Ordinanza di esecuzione in danno di cui al comma 5, provvede ai seguenti adempimenti:
- a) determinazione e contestazione dell'imposta sulla pubblicità e della tassa di occupazione del suolo pubblico (anche per il tramite dell'eventuale concessionario), dell'eventuale canone di concessione e/o per pubblicità evasi e delle conseguenti sanzioni tributarie e interessi;
  - b) verifica del pagamento in misura ridotta della sanzione amministrativa entro i termini previsti dal verbale della Polizia Municipale ovvero della sanzione amministrativa definitivamente ingiunta con l'ordinanza di cui al comma 4;
  - c) eventuali procedimenti di riscossione coattiva di tutte le somme dovute e non pagate dal contravventore, comprese le sanzioni amministrative e gli oneri della esecuzione coatta, nelle ipotesi in cui già non provveda la Prefettura ai sensi dell'art 23 comma 13 bis D.Lgs. 285/92 e s.m.i.;
8. Sia in caso di esecuzione spontanea che coattiva, i supporti (tralicci di sostegno, pali, cassoni illuminati, telai, quadri per affissioni) degli impianti pubblicitari abusivi devono essere rimossi unitamente alla pubblicità, con successivo ripristino della pavimentazione e dello stato dei luoghi;
9. In ogni caso, ai sensi dell'art 23 comma 13 quater D.Lgs. 285/1992 s.m.i., il Comune può liberamente disporre dei mezzi pubblicitari rimossi ai sensi dei commi 5 e 6, decorsi 60 giorni senza che l'autore della violazione o il proprietario o possessore del terreno ne abbiano richiesto la restituzione; il predetto termine decorre dalla data della diffida nei casi di cui all'art 23 comma 13 bis D.Lgs. 285/92 e s.m.i., e dalla data di effettuazione della rimozione nelle ipotesi

di cui all'art 23 comma 13 quater D.Lgs. 285/92 e s.m.i. E' facoltà dell'Amministrazione distruggere o alienare a terzi il materiale di risulta nel rispetto della normativa sul riciclaggio dei rifiuti di cui al T.U. 156/06. Le spese per la rimozione e l'eventuale deposito e smaltimento sono addebitate al responsabile della violazione.

**TITOLO V - Pubblicità Varia ( Pubblicità sui veicoli e su velocipedi a più di due ruote; Pubblicità fonica – Pubblicità con aeromobili; Volantinaggio; Locandine e manifesti; Ogni altra forma di pubblicità non riconducibile alle classificazioni riportate ai punti che precedono precedenti) e Mezzi Pubblicitari Tipologia IV. ("striscioni" e "standardi" "bandiere", "festoni" e "totem pubblicitari temporanei")**

**Art. 42. Pubblicità sui veicoli e su velocipedi.**

1. La pubblicità sui veicoli effettuata in modo non luminoso o con pellicole rifrangenti deve attenersi a quanto disposto dall'art. 23, comma 2, del Codice della Strada e dall'art. 57 del relativo Regolamento di esecuzione e attuazione.
2. In tutti i casi, le scritte, i simboli e la combinazione dei colori non devono generare confusione con i segnali stradali e, in particolare, non devono avere forme di disco o di triangolo, né disegni confondibili con i simboli segnaletici regolamentari di pericolo, obbligo, prescrizione o indicazione.
3. Nel caso di velocipedi la superficie pubblicitaria non deve sporgere oltre il limite di sagoma esterna del velocipede. In ogni caso la stabilità del mezzo alla spinta del vento deve essere autocertificata ai sensi del D.P.R. 445/2000 e s.m.i da tecnico abilitato.
4. Le disposizioni richiamate non si applicano ai veicoli al seguito delle competizioni sportive, autorizzate ai sensi dell'art. 9 del Codice della Strada.
5. La pubblicità effettuata su veicoli a quattro ruote è ammessa solo con mezzi specifici del tipo "vela" e limitatamente alle zone autorizzate dall'Amministrazione Comunale, ad eccezione del periodo elettorale.

**Art. 43. Pubblicità fonica.**

1. La pubblicità fonica fuori dal Centro Abitato si effettua nei limiti di cui all'art. 23 comma 8 del Codice della Strada e D.lgs. 285/92 e dell'art. 59 del relativo Regolamento di esecuzione e attuazione.
2. Nel Centro abitato la pubblicità fonica effettuata con apparecchi amplificatori e simili è ammessa solo all'interno di impianti sportivi e, su suolo pubblico, previa autorizzazione, solo se finalizzata alla promozione di manifestazioni sportive, culturali o di particolare rilevanza cittadina o nazionale, limitatamente alla durata della manifestazione stessa.
3. E' ammessa pubblicità dei candidati alle cariche pubbliche nel periodo della campagna elettorale, con le modalità e prescrizioni previste dalla legge.
4. In ogni caso la pubblicità fonica non potrà superare i limiti massimi di esposizione al rumore, fissati dal D.P.C.M. 01.03.1991 e s.m.i.

**Art. 44. Pubblicità a mezzo di aeromobili.**

1. La pubblicità a mezzo di aerei mediante scritte, striscioni e disegni fumogeni è consentita in occasione di manifestazioni sportive e fieristiche solo negli spazi sovrastanti i luoghi ove si

svolgono le manifestazioni stesse e loro adiacenze. In deroga tale pubblicità può essere consentita anche in altre occasioni, da autorizzarsi di volta in volta.

2. La pubblicità a mezzo di luce abbagliante è vietata.

**Art. 45. Pubblicità a mezzo di volantinaggio, locandine e manifesti, striscioni, stendardi, bandiere e festoni.**

1. Il volantinaggio è consentito sul territorio urbano solo nelle forme che prevedono la consegna diretta del volantino nelle mani del destinatario del messaggio pubblicitario, con divieto assoluto di imbrattare il suolo pubblico nonché di apporre i volantini sui parabrezza, lunotti e cristalli degli autoveicoli in genere.
2. Lo stesso è comunque vietato lungo l'intero territorio costiero, nel quartiere Murat, in prossimità di piazze, di luoghi di culto, cimiteri e nei parchi cittadini.
3. La Pubblicità a mezzo di locandine, manifesti, striscioni, stendardi, bandiere e festoni deve essere rimossa entro e non oltre il termine ultimo indicato nell'autorizzazione.
4. La Pubblicità a mezzo di striscioni, stendardi, bandiere e festoni, è consentita quando non arreca danno al decoro o alla sicurezza stradale, è comunque vietata l'installazione di quest'ultimi sui balconi.
5. Gli striscioni, stendardi, bandiere e festoni, devono essere fissati solo ad appositi ancoraggi a ciò predisposti.
6. Qualora occupino aree pubbliche, non possono essere installati su pali della pubblica illuminazione, semafori, impianti di arredo urbano e stradale, e similari.
7. In deroga al divieto previsto al comma 6 è possibile, solo su pali della pubblica illuminazione, l'installazione di stendardi, bandiere e festoni in occasione di particolari eventi o manifestazioni per la durata degli stessi e per un max di giorni 30 consecutivi.

**Art. 46. Altre forme di pubblicità – Disposizioni comuni.**

1. La pubblicità a mezzo palloni frenati, mongolfiere e gonfiabili vari è consentita, previa autorizzazione quale pubblicità temporanea.
2. La pubblicità di tipo "temporaneo" deve essere realizzata su impianti provvisori e non può avere una durata superiore a tre mesi. La verifica ed il rispetto di tali norme competono al Corpo di Polizia Municipale, in quanto demandato al controllo del territorio comunale.
3. L'autorizzazione all'occupazione del suolo e aree pubbliche dovrà contenere l'obbligo del ripristino dello stato dei luoghi.
4. Non sono consentite altre forme di pubblicità che non siano espressamente previste e disciplinate nel presente Regolamento e nel P.G.I.P.

**Art. 47. Organi competenti al rilascio dell'autorizzazione e istruttoria del procedimento.**

1. L'autorizzazione all'effettuazione della pubblicità varia è rilasciata dal competente organo della Ripartizione Tributi per:

- a) pubblicità temporanea di durata inferiore o uguale a 90 giorni, con esclusione della pubblicità sui ponteggi che viene in ogni caso rilasciata dall'Ufficio competente. Qualora l'effettuazione della pubblicità temporanea comporti l'occupazione di suolo pubblico necessita la previa concessione della stessa da parte della competente circoscrizione;
  - b) pubblicità sui veicoli come da art. 13 del D.Lgs. n. 507/1993, pubblicità su velocipedi e pubblicità fonica: è richiesto il preventivo parere obbligatorio e vincolante della ripartizione Polizia Municipale al fine della verifica del rispetto delle norme del Codice della Strada (ad esclusione delle scritte sulle fiancate delle auto);
  - c) pubblicità riferita a spettacoli viaggianti. Qualora l'effettuazione di tale forma di pubblicità comporti l'occupazione di suolo pubblico è necessario acquisire preliminarmente la concessione di suolo pubblico da parte dell'Ufficio competente, dall'Amministrazione Comunale.
2. L'autorizzazione all'effettuazione della pubblicità varia o l'eventuale diniego motivato viene rilasciata dal competente organo della Ripartizione Tributi nei seguenti termini:
- a) pubblicità di natura temporanea per la quale non è richiesto il preventivo parere di alcun altro ufficio (Volantinaggio, ecc.) entro 10 giorni dalla presentazione dell'istanza;
  - b) pubblicità di natura temporanea o permanente per la quale è richiesto il preventivo parere di altro ufficio entro 30 giorni dall'acquisizione del predetto parere.
3. All'esito dell'istruttoria, nel caso in cui la pubblicità oggetto di istanza risulti autorizzabile, l'ufficio richiede all'interessato l'eventuale ulteriore documentazione integrativa necessaria per il rilascio del provvedimento autorizzatorio. Qualora l'ulteriore documentazione integrativa non sia prodotta dall'interessato entro 20 giorni dalla richiesta, l'istanza viene archiviata dandone apposita comunicazione all'interessato.

## TITOLO VI – DISPOSIZIONI TRANSITORIE E FINALI

### **Art. 48 Norme transitorie**

1. Per periodo transitorio si intende l'intervallo di tempo intercorrente tra l'approvazione delle norme di cui agli artt. 48 e 49 del presente Regolamento sulla Pubblicità e il compimento delle verifiche di adeguatezza - rese da parte degli uffici comunali competenti - degli strumenti pianificatori comunali esistenti e/o a farsi che disciplinano la materia, ivi incluso il P.G.I.P. approvato con deliberazione di C.C. n. 73 del 14.06.2005.  
Ove, in esito alle verifiche di cui al periodo che precede, dovesse emergere la necessità di procedere alla modifica del P.G.I.P. il regime transitorio si intenderà esteso al maggior tempo necessario all'approvazione del Piano medesimo.  
Salvo quanto disposto al comma successivo il regime transitorio non potrà superare i sei mesi di tempo.
2. La Giunta Comunale, al fine di evitare un decremento degli introiti per tasse ed imposte derivanti dall'attività pubblicitaria ed altresì allo scopo di consentire lo svolgimento dell'attività pubblicitaria sul territorio senza soluzione di continuità, potrà definire, con proprio atto, una proroga alla durata del regime transitorio di cui al comma precedente. Detta proroga non potrà in ogni caso superare il termine di identificazione, a mezzo di provvedimento amministrativo, dell'operatore esercente l'attività pubblicitaria su suolo pubblico di cui agli artt. 12 e 13 del regolamento.
3. Le autorizzazioni relative a mezzi pubblicitari di tipologia I regolarmente rilasciate, ivi comprese le autorizzazioni rilasciate da altri Enti (Autorità portuale, Autorità aeroportuale, Enti e società ferroviarie, Demanio regionale e dello Stato, Consorzio ASI, Società di gestione dei servizi pubblici locali, etc) che rientrano nella perimetrazione del nuovo Centro abitato approvato con Delibera di giunta Comunale n. 282 del 1.06.2011 e le autorizzazioni provvisorie rilasciate dalla Ripartizione Urbanistica ed Edilizia privata, che non siano già scadute per effetto della decorrenza dei termini di durata del presente regolamento e/o della scadenza dei termini previsti nei singoli titoli abilitativi, continueranno ad avere efficacia durante il periodo transitorio di cui ai precedenti commi 1 e 2. Nel medesimo termine gli Enti Pubblici provvedono ad acquisire il Nulla Osta dell'Amministrazione Comunale redigendo progetti per ambiti unitari secondo quanto disposto ai precedenti articoli 9, comma 3 e 13, comma 2.
4. A condizione che i relativi titoli abilitativi non siano già scaduti per decorrenza del relativo termine di durata, durante il periodo transitorio di cui ai precedenti commi 1 e 2, sarà inoltre consentita la permanenza sul territorio comunale degli impianti pubblicitari, riconducibili ai sottoscrittori del Protocollo d'Intesa approvato con Deliberazione di Giunta Municipale n.542 del 28.05.2009, compresi nell'autocertificazione presentata da ciascun operatore entro il 31 dicembre 2008 e corrispondenti ad una delle seguenti fattispecie:
  - a) impianti autorizzati privi della targhetta o con la stessa illeggibile, previo ripristino della targhetta medesima;
  - b) impianti autorizzati che non siano conformi alle condizioni stabilite dall'autorizzazione rilasciata o per forma o per dimensioni o per ubicazione o per tipologia, purché conformi alle normative ed ai regolamenti vigenti e purché in regola con il pagamento delle imposte e tasse relative all'esercizio della pubblicità.
5. Decorso il periodo transitorio di cui ai precedenti commi 1 e 2, tutte le autorizzazioni relative a mezzi pubblicitari di tipologia I cesseranno di avere efficacia. I relativi impianti dovranno essere

rimossi, entro e non oltre trenta giorni dalla conclusione del periodo transitorio, a cura e spese del titolare dell'autorizzazione e/o gestore dell'attività pubblicitaria. Gli impianti non rimossi nei tempi e nei modi prescritti saranno considerati abusivi e l'Amministrazione Comunale provvederà alla loro rimozione e custodia, ponendo i relativi oneri a carico del titolare dell'autorizzazione secondo quanto previsto dall'art. 23 c. 13-bis del Codice della Strada.

6. Nel periodo transitorio di cui ai precedenti commi 1 e 2 sarà consentita l'installazione di nuovi cartelli pubblicitari di tipologia I attraverso il rilascio di autorizzazioni provvisorie, previo parere della Ripartizione Tributi in relazione alle superfici disponibili, unicamente in esito a procedure ad evidenza pubblica. Le autorizzazioni di cui al presente comma decadranno allo scadere del periodo transitorio.

#### **Art. 49 Disposizioni finali.**

1. Il presente Regolamento entra in vigore alla data di approvazione da parte del Consiglio Comunale con delibera resa esecutiva a norma di legge.
2. Fatta salva la validità del P.G.I.P. approvato con deliberazione di C.C. n. 73 del 14.06.2005, con l'entrata in vigore del presente Regolamento, sono abrogate tutte le precedenti norme regolamentari in materia.
3. Con l'approvazione del presente Regolamento, cessa definitivamente l'efficacia della Delibera di Giunta Comunale n. 1483/1997.
4. Per quanto non espressamente disposto nel presente Regolamento si applicano le disposizioni del Codice della Strada D.Lgs. n. 285/1992 s.m.i. e relativo Regolamento di esecuzione ed attuazione D.P.R. n. 495/1992 e s.m.i. nonché il D.Lgs. 507/93 e s.m.i. e le altre norme di legge e di regolamento applicabili alla materia.