



<b>Comune di Rimini</b>	Direzione Risorse Finanziarie U.O. Tributo per il servizio rifiuti, tributi a domanda e gestione mezzi pubblicitari Ufficio autorizzazioni impianti pubblicitari Pratica trattata da Paola Rocchi	Via Ducale, 7 - 47900 Rimini tel. 0541 704176 - fax 0541 704170 www.comune.rimini.it/servizi/imposte/pagina.htm e-mail: impianti.pubblicitari@comune.rimini.it C.F. -p.iva 00304260409
-------------------------	--	--

### Relazione Dirigenziale

Oggetto: Proposta di deliberazione del Consiglio Comunale: Modifiche al Regolamento per la disciplina degli impianti di pubblicità e propaganda e degli altri mezzi pubblicitari sulle strade e sulle aree pubbliche e di uso pubblico.

Con deliberazione di C.C. n.160 del 13.12.2001 fu istituito il Regolamento in oggetto che disciplina la collocazione degli impianti pubblicitari nel territorio comunale.

Di conseguenza nei primi mesi del 2002 veniva attivato presso il Settore Tributi un ufficio incaricato al rilascio delle autorizzazioni all'installazione degli impianti pubblicitari.

Dalle esperienze maturate negli anni di applicazione del Regolamento si era riscontrata, al fine di rendere la normativa di più scorrevole applicazione nonché di facile intendimento da parte dell'utenza, la necessità di apportare modifiche alle norme in esso contenute e di ridefinire taluni concetti in ordine alle caratteristiche dei mezzi pubblicitari, alle dimensioni degli stessi, ed alle zone di collocazione.

Data la molteplicità delle modifiche si ritenne opportuno sostituire integralmente il Regolamento con una nuova formulazione.

Con deliberazione di C.C. n.26 del 15.03.2007 fu disposta la sostituzione integrale del Regolamento con successive modifiche: deliberazioni n.15 del 31.01.2008 e n.41 del 21.05.2015.

Nell'attuale fase di modifiche regolamentari si è aderito e pertanto tenuto conto delle linee di indirizzo in materia di pubblicità discriminatoria, lesiva della dignità della persona o finalizzata alla promozione del gioco d'azzardo adottate dall'Amministrazione comunale dirette a contrastare l'uso strumentale del corpo e il fenomeno dilagante del gioco d'azzardo patologico, a seguito del patto d'intesa siglato tra ANCI e IAP "Istituto dell'Autodisciplina Pubblicitaria, (accordo rinnovato attraverso atto scritto in data 27.06.2016 per un successivo biennio), della Deliberazione di Consiglio Comunale n.4 del 09.02.2017 e del parere favorevole espresso dalla G.C. con referto n.70110 del 21.03.2017.

Lo IAP è una associazione riconosciuta che dal 1966 opera affinché la comunicazione commerciale sia onesta, veritiera e corretta a tutela del pubblico dei consumatori e venga realizzata quindi nell'interesse generale. A tutela di ciò l'Istituto emanò il Codice di Autodisciplina della Comunicazione Commerciale la cui prima edizione risale al 12.05.1966, le norme in esso contenute vengono periodicamente aggiornate ed



adattate in relazione all'evoluzione della società e delle tecniche di comunicazione inserite nella promozione di un libero mercato in continua espansione.

I sistemi di autodisciplina pubblicitaria sono stati riconosciuti sia a livello comunitario che nazionale, accanto a tali riconoscimenti, va tenuto presente il Protocollo di Intesa tra il Dipartimento per le pari opportunità e l'Istituto dell'autodisciplina pubblicitaria in relazione alla comunicazione commerciale con contenuti di genere, cui ha fatto seguito il protocollo di intesa sottoscritto con ANCI volto a indurre gli inserzionisti pubblicitari ad adottare modelli di comunicazione commerciale non contrastanti a quanto dettato dal Codice di Autodisciplina.

L'Amministrazione comunale intende far propri i principi enunciati dal Codice di Autodisciplina della Comunicazione Commerciale inserendo nel Regolamento per la disciplina degli impianti di pubblicità e propaganda e degli altri mezzi pubblicitari sulle strade e sulle aree pubbliche e di uso pubblico, l'art. 1bis, deputato appunto ad introdurre divieti e comunque a limitare la possibilità di effettuare pubblicità, in qualunque forma essa si presenti, che non rispetti i principi copiosamente dettagliati nel citato Codice. Il disposto regolamentare, facendo rimando al Codice nella sua interezza, aderisce ai contenuti dello stesso nella sua veste dinamica, pretendendo di conseguenza che tutti coloro che realizzano comunicazioni commerciali rispettino i principi ivi contenuti. Il citato Codice è tanto più efficace quanto più si aggiorna e sta al passo con i tempi, a questo proposito va ricordato che, nato oltre 50 anni fa, è attualmente alla sua 62° edizione.

Il Codice, che comunque per la sua stessa natura giuridica vincola solamente le parti che abbiano aderito, prevede tra le altre cose che, in presenza di pubblicità non conformi, possa essere avanzata una segnalazione al Comitato di controllo.

Nello specifico le principali innovazioni, indicate nel nuovo art. 1bis, ad integrazione del vigente Regolamento possono sintetizzarsi come segue:

- introduzione di disposizioni che vietano le comunicazioni commerciali che non rispettano i principi espressi dal Codice di Autodisciplina della Comunicazione Commerciale relativi a "Violenza, volgarità, indecenza", "Convinzioni, morali, civili, religiose e dignità della persona" e "Giochi con vincita in denaro";
- introduzione di disposizioni che vietano in tutto il territorio comunale qualsiasi forma di pubblicità (anche fonica) contrastante con i principi del Codice di Autodisciplina della Comunicazione Commerciali;
- introduzione di disposizioni che vietano qualsiasi comunicazione commerciale effettuata attraverso i veicoli in genere di uso pubblico o privato contrastante con i principi del Codice di Autodisciplina della Comunicazione Commerciali;
- introduzione di disposizioni che vietano qualsiasi comunicazione commerciale da effettuarsi sugli impianti comunali per le pubbliche affissioni contrastante con i principi del Codice di Autodisciplina della Comunicazione Commerciali;
- introduzioni di disposizioni che vietano le pubblicità effettuate sugli immobili di proprietà dell'Amministrazione o in gestione alla stessa, così come sugli immobili comunali dati in concessione/affitto/uso a terzi contrastanti con i principi del citato Codice;
- introduzione di disposizioni che vietano ogni forma di pubblicità quale oggetto di sponsorizzazione per le attività svolte dall'Amministrazione Comunale contrastante con le disposizioni dettate dal citato Codice
- introduzione in caso di inosservanza delle disposizioni su menzionate della revoca immediata del titolo autorizzativo relativo all'installazione dei mezzi pubblicitari.



- introduzione delle disposizioni che disciplinano l'adeguamento delle autorizzazioni rilasciate prima della nuova normativa all'atto del loro rinnovo o subentro.

Dell'integrazione apportata e resa necessaria per le ragioni sopra espresse, si trasmette in allegato il prospetto di raffronto che al pari della presente relazione costituisce parte integrante e sostanziale della proposta di deliberazione.

Il Responsabile U.O.

“Tributo per il servizio rifiuti, tributi a domanda  
e gestione mezzi pubblicitari”

(Dott.ssa Antonella Spazi)

