

CITTÀ DI TORINO  
DETERMINAZIONE DIRIGENZIALE

N. Cronologico 1  
approvata il 8 gennaio 2015

DETERMINAZIONE: REGOLAMENTO CIMP. DISPOSIZIONI OPERATIVE PER IL SERVIZIO AUTORIZZAZIONI PUBBLICITARIE. APPROVAZIONE.

Premesso che, l'art. 3 (Presupposti dell'autorizzazione e del canone) del Regolamento per l'applicazione del Canone sulle Iniziative Pubblicitarie (n. 335) approvato con deliberazione del Consiglio Comunale in data 27 aprile 2010 (mecc. [2010 01889/013](#)), esecutiva dal 10 maggio 2010 e s.m.i. prevede quanto segue:

1. *Salvo i casi espressamente previsti dalla legge o dal presente Regolamento è soggetta ad autorizzazione ed al pagamento del canone comunale sulla pubblicità la diffusione, anche temporanea, di ogni **messaggio pubblicitario effettuata in qualsiasi forma visiva o acustica - diversa da quella assoggettata al diritto sulle pubbliche affissioni - in luoghi pubblici o aperti al pubblico, o che sia da tali luoghi percepibile.***
2. *Si considerano **rilevanti** ai fini dell'assoggettamento al canone i messaggi diffusi allo scopo di **promuovere la domanda di beni o servizi** ovvero finalizzati a **migliorare l'immagine del soggetto pubblicizzato nonché i mezzi atti ad indicare o individuare il luogo nel quale viene esercitata un'attività.***
3. *(omissis)*
4. *Non è oggetto di autorizzazione la pubblicità effettuata all'interno di locali, pubblici o privati, ancorché aperti al pubblico purché **non visibile dall'esterno.***

L'attuazione di tale norma, sia in sede di verifica con l'utente dei requisiti di ricevibilità delle domande di autorizzazione all'installazione di impianti pubblicitari, sia nella successiva fase istruttoria, può comportare difficoltà interpretative ed operative, dovute alla molteplicità degli ambiti applicativi e alla complessità delle pratiche.

Le maggiori criticità si riscontrano nei casi in cui l'operatore e l'utente sono tenuti a valutazioni soggettive:

- in merito alla **rilevanza** del messaggio ai fini dell'assoggettamento all'autorizzazione qualora appaia dubbia la prevalenza del contenuto informativo su quello pubblicitario;
- in merito all'**attribuzione** della qualifica di **impianto** pubblicitario ad oggetti la cui destinazione d'uso risulta diversa ma che incidentalmente costituiscono il supporto di un messaggio promozionale;

- in merito alla **visibilità** / percepibilità dall'esterno (luogo pubblico o aperto al pubblico) della pubblicità collocata all'interno di locali pubblici o privati.

Tali valutazioni risultano ancor più complesse perché da effettuarsi sulla base della sola documentazione (tecnica e fotografica) consegnata dall'utente.

Si ritiene opportuno, in una prospettiva di semplificazione nonché di trasparenza e tutela dell'affidamento del contribuente, dettare disposizioni tese ad individuare ulteriori elementi per la verifica dei presupposti dell'autorizzazione e del canone.

Tutto ciò premesso,

#### IL DIRIGENTE

Visto l'art. 107 del Testo Unico delle Leggi sull'Ordinamento degli Enti Locali, approvato con D.Lgs 18 Agosto 2000 n. 267;

Visto l'art. 74 dello Statuto della Città;

Visto l'art. 36 del Regolamento di Contabilità;

Nell'ambito delle risorse finanziarie assegnate.

...

#### DETERMINA

l'approvazione delle seguenti disposizioni operative che gli addetti del Servizio Pubblicità devono seguire per la gestione delle pratiche di competenza relative alle seguenti tipologie:

### **1. Distributori di carburante**

#### *Impianti a mero contenuto informativo*

In base alla Risoluzione del Ministero delle Finanze n. 173 del 30/07/1997:

a) sono da considerarsi esonerati dall'autorizzazione e dal canone perché al di fuori dal campo di applicazione, i mezzi di qualsivoglia tipologia (cartello/cassone, mono/bifacciale, luminoso/opaco, mobile/fisso, ecc.) e dimensione, esposti nell'area di pertinenza del punto vendita, che si sostanziano in semplici forme di comunicazione al pubblico.

A mero titolo esemplificativo (e non esaustivo) si richiamano i seguenti messaggi:

- frecce e/o cartelli che indicano il distributore o la corsia
- simboli di parcheggio, telefono, servizi igienici
- tipologia di veicolo e di carburante (benzina, senza pb, diesel, gpl, ecc.), "fai da te"

- i prezziari fissi o mobili, sconti sul prezzo carburante (anche se col marchio del distributore)
- aperto / chiuso fisso o mobile (anche se col marchio del distributore)

b) sono da considerarsi esonerati dall'autorizzazione e dal canone in quanto avvisi al pubblico (Reg. CIMP: art. 21, comma 1, lett. c) i mezzi di qualsiasi tipologia, ma di superficie non eccedente il mezzo metro quadrato, esposti nell'area di pertinenza del punto vendita, che descrivano i servizi offerti nell'area di vendita del distributore.

A mero titolo esemplificativo (e non esaustivo) si richiamano i seguenti messaggi:

- simboli, eventualmente corredati da scritte, che indicano attività di ristorazione / ospitalità / vendita: bicchiere, tazzina, letto, pacco dono, ecc.
- simboli e scritte che indicano i servizi di controllo e manutenzione del veicolo: controllo olio, controllo gomme, controllo acqua, officina, autolavaggio, ecc.

Gli impianti di cui ai punti a) e b) possono non essere riprodotti nel progetto tecnico allegato alla domanda di autorizzazione. Gli impianti di cui al punto b), se di superficie eccedente il mezzo metro quadrato, sono da considerarsi, ai fini dell'applicazione dell'esenzione prevista dall'art. 2 bis della Legge 75/2000, insegne di esercizio.

#### *Erogatore di carburante e Accettatore pagamenti*

Il marchio di fabbrica del distributore, nonché tutti gli altri messaggi di cui al punto precedente, apposti direttamente sull'erogatore di carburanti o sull'accettatore di pagamenti non sono assoggettabili ad autorizzazione e canone in quanto i supporti citati non sono idonei ad essere considerati impianti pubblicitari. Non rientrano in tale esonero gli impianti a carattere pubblicitario, collegati all'erogatore o all'accettatore, che non ne costituiscono parte integrante (ad es. cassonetti col marchio di fabbrica e cartelli promozionali sovrappompa).

#### *Impianto su palo/pali collocato su suolo pubblico*

Poiché l'art. 6, comma 18, del Piano Generale degli Impianti Pubblicitari (Reg. n. 248), prevede che per procedere al posizionamento di impianti pubblicitari collocati su suolo e/o verde pubblico sia necessario attenersi alle prescrizioni dei competenti Servizi Tecnici (*Suolo e Parcheggio, Verde Gestione*), per richiedere l'autorizzazione all'installazione di nuove insegne su palo/pali che *segnalino la presenza di impianti di distribuzione carburanti* (art. 10, comma 3, T.2 del PGI) non è possibile avvalersi della procedura semplificata disciplinata dall'art. 9 del Regolamento CIMP (Reg. n. 335). La norma non si applica in caso di sostituzione dell'insegna senza movimentazione del palo/pali.

## **2. Impianti pubblicitari / di esercizio interno negozio**

*Visibilità/percepibilità dall'esterno della pubblicità*

Non sono soggetti ad autorizzazione i mezzi pubblicitari collocati all'interno dei locali distanti oltre due metri dalla vetrina.

*Messaggi promozionali / informativi su arredamenti e attrezzature*

Non sono oggetto di autorizzazione gli impianti posti sugli elementi di arredamento (ad es. scaffalature o vetrinette) a contenuto meramente descrittivo dei prodotti/servizi commercializzati o comunque di superficie inferiore a 0,03 mq.

Non sono assoggettabili ad autorizzazione i messaggi pubblicitari apposti su elettrodomestici professionali (frigoriferi, forni, ecc.) ed espositori in quanto tali supporti non sono da considerarsi impianti pubblicitari.

### **3. Vetrotanie**

*Pellicole ad effetto satinato*

L'effetto satinatura realizzato mediante lavorazione del vetro ovvero mediante pellicola adesiva non determina di per sé superficie assoggettabile ad autorizzazione e canone. Risultano invece rilevanti gli eventuali ulteriori elementi grafici (scritte e/o immagini) presenti sulla vetrina realizzati con la stessa tecnica o con vetrotanie sovrapposte.

La superficie da considerarsi a fini impositivi è pertanto commisurata a quella della minima figura piana geometrica in cui sono contenuti i suddetti elementi grafici.

Qualora l'occultamento dell'intera vetrina si realizzi mediante l'effetto satinatura non si ritiene necessaria l'acquisizione del parere del Servizio Arredo Urbano.

*Vetrotanie a messaggio variabile*

La variabilità del messaggio pubblicitario non è ammessa per le vetrotanie occultanti l'intera vetrina in quanto non compatibile con la valutazione prescritta dall'art. 7, comma 1, lett. F.1 del vigente Piano Generale degli Impianti Pubblicitari (Reg. n. 248).

*Vetrotanie su dehors*

L'esenzione prevista dell'art. 21, comma 1, lett. b) (*i mezzi pubblicitari, ad eccezione delle insegne, esposti nelle vetrine, sulle porte d'ingresso e sulle serrande dei locali, purché siano attinenti all'attività in essi esercitata e non superino, nel loro insieme, la superficie complessiva di mezzo metro quadrato per ciascuna vetrina o ingresso o serranda*) è applicabile anche alle vetrotanie apposte sulle pareti vetrate di dehors, padiglioni e chioschi, realizzate secondo quanto prescritto nella concessione rilasciata dal competente Servizio, nel rispetto del vigente

*Regolamento in materia di occupazione del suolo pubblico mediante l'allestimento di dehors stagionali e continuativi.*

**Il presente provvedimento ha decorrenza dal 01/01/2015.**

...

Torino, 8 gennaio 2015

IL DIRIGENTE  
Daniela Maria Vitrotti