

ISTRUZIONI PER L'USO (22): IMPIANTI PUBBLICITARI DA RIMUOVERE PERCHÉ CON AUTORIZZAZIONI DEFINITIVAMENTE SCADUTE

Con Decreto Legislativo n. 507 del 15 novembre 1993 è stata operata la *“Revisione ed armonizzazione dell'imposta comunale sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni”*: ai sensi dell'art. 3 ogni Comune è tenuto ad adottare un apposito Regolamento che deve stabilire tra l'altro le modalità per ottenere il provvedimento per l'installazione degli impianti pubblicitari, subordinato a sua volta ad una Imposta Comunale sulla Pubblicità (in sigla ICP) da pagare per ogni metro quadrato di superficie e per anno solare.

L'imposta Comunale sulla Pubblicità è rimasta in vigore fino al 15 dicembre 1997, quando è stato emanato il Decreto Legislativo n. 446 che al 1° comma dell'art. 62 ha disposto che *“I comuni possono, con regolamento adottato ..., escludere l'applicazione, nel proprio territorio, dell'imposta comunale sulla pubblicità ... , sottoponendo le iniziative pubblicitarie che incidono sull'arredo urbano o sull'ambiente ad un regime autorizzatorio e assoggettandole al pagamento di un canone in base a tariffa”*.

Il successivo 2° comma ha stabilito fra l'altro che il regolamento deve prevedere le *“procedure per il rilascio e per il rinnovo dell'autorizzazione”* e la *“indicazione delle modalità' di impiego dei mezzi pubblicitari e delle modalità e termini di pagamento del canone”*, a cui è subordinato il rilascio della stessa *“autorizzazione”*.

Il successivo 4° comma prescrive che *“Il comune procede alla rimozione dei mezzi pubblicitari privi della prescritta autorizzazione, o installati in difformità della stessa, o per i quali non sia stato effettuato il pagamento del relativo canone, nonché alla immediata copertura della pubblicità con essi effettuata, mediante contestuale processo verbale di contestazione redatto da competente pubblico ufficiale”*.

È stato così istituito il cosiddetto Canone per l'Installazione dei Mezzi Pubblicitari (in sigla CIMP) che ha sostituito la Imposta Comunale sulla Pubblicità (ICP), ma che ha conservato la qualifica di tributo, proprio di quest'ultima: con deliberazione n. 100 del 12.4.2006 il Consiglio Comunale di Roma ha introdotto il Canone per le Iniziative Pubblicitarie (in sigla CIP) che ha sostituito il CIMP e che va pagato preventivamente per ottenere il rilascio della *“autorizzazione”*.

In tutto questo frattempo il Comune di Roma aveva già rilasciato numerose *“concessioni”* quinquennali per impianti privati installati su suolo pubblico (oltre che per locazione di impianti di proprietà comunale, cosiddetti SPQR), ed *“autorizzazioni”* triennali per impianti sempre privati installati su suolo privato: Il titolo che assisteva ciascun impianto poteva essere rinnovato per un eguale periodo, previa regolarizzazione del pagamento della relativa imposta prima e poi dei canoni dovuti fino alla data dei rinnovi.

Con deliberazione n. 254 del 6 novembre 1995 il Consiglio Comunale ha approvato il 1° Piano Generale degli Impianti pubblicitari, prevedendo il *“riordino”* come procedura di carattere straordinario, stabilendo sia i requisiti per l'autodenuncia che le condizioni per il rinnovo, ma demandando alla Giunta Comunale il compito di darvi attuazione con l'emanazione di una apposita deliberazione, che è stata poi la n. 1689 del 9 maggio 1997, contenente in dettaglio le modalità di procedimento.

I numeri della pubblicità al 2004 forniti dal Comune erano i seguenti:

- impianti esistenti a Roma nel 2001: 53.000
- **domande presentate nell'ambito della procedura del riordino: 35.000**

Con deliberazione n. 175 del 25 novembre 2002 il Consiglio Comunale ha stabilito ***“il divieto di effettuare la pubblicità esterna per mezzo di impianti pubblicitari del formato 6 x 3 e, comunque, aventi una superficie espositiva facciale superiore ai 12 metri quadrati”***: ha stabilito altresì che ***“il divieto avrà efficacia a decorrere dal 12° mese successivo all'approvazione del nuovo Piano Regolatore degli impianti e dei mezzi pubblicitari e comunque non oltre il 24° mese successivo alla approvazione del presente provvedimento”***.

Dal momento che a tutt'oggi Piano Regolatore degli impianti e dei mezzi pubblicitari (PRIP) deve essere ancora approvato, l'efficacia del divieto comportava la decadenza di tutte le “concessioni” rilasciate per impianti pubblicitari di mt. 6 x 3 e la loro conseguente rimozione entro il 25 novembre 2004: ma a giugno del 2006 questi famigerati maxi-cartelloni continuavano a fare ancora bella mostra della loro invadente presenza.

Ignorando del tutto questa situazione, il 12 aprile 2006 il Consiglio Comunale con deliberazione n. 100 ha approvato il ***“Regolamento comunale in materie di esposizione della pubblicità e di pubbliche affissioni”*** che alla lettera b) del 2° comma dell'art. 4 disponeva che sono vietati ***“gli impianti e i mezzi del formato di metri 6x3 e, comunque, la cui superficie espositiva facciale superi i 12 metri quadrati”*** e che al successivo 1° comma dell'art. 34 stabiliva che proprio ***“a decorrere dal 25 novembre 2004”*** i formati dei cartelloni di dimensione uguale o superiore a mt. 6 x 3 sono convertiti in formati di dimensione inferiore: va messo in evidenza che quella delibera stabiliva solo la data di partenza, senza precisare quella finale entro cui dover provvedere alla rimozione con conseguente riconversione di tutti gli impianti messi al bando.

L'attuale Consiglio Comunale con delibera n. 37 del 30 marzo 2009 ha modificato quel Regolamento, confermandone però le stesse norme transitorie dell'art. 34: ciò nonostante e proprio perché non è stata fissata una data inderogabile entro cui terminare il procedimento di rimozione di tutti questi impianti, a Roma debbono essere a tutt'oggi ancora smantellati diversi cartelloni pubblicitari di dimensioni di mt. 6 x 3, di cui non è più valida la “concessione” rilasciata per essi.

Nel frattempo, per superare il forte contenzioso venutosi a determinare proprio a seguito della cosiddetta procedura di riordino, il Consiglio Comunale ha approvato la deliberazione n. 426 del 2 luglio 2004 con cui ha testualmente disposto che ***“In considerazione dei diversi tempi di attuazione della varie procedure e per garantire equità di trattamento, per tutte le concessioni il primo quinquennio, rinnovabile, avrà termine il 31 dicembre 2009, mentre per le autorizzazioni il primo triennio, rinnovabile, avrà termine il 31 dicembre 2007”***.

Il Regolamento comunale approvato dal Consiglio Comunale con delibera n. 100/2006 al comma 9 dell'art. 34 disponeva testualmente: ***“Le concessioni e le autorizzazioni rinnovate, rispettivamente per cinque e per tre anni, all'esito del procedimento di riordino di cui alle deliberazioni del Consiglio Comunale n. 289/94 e n. 254/95, in conformità all'art. 14 della deliberazione della Giunta Comunale n. 1689/97, possono essere rinnovate per ulteriori periodi, ciascuno non superiore, rispettivamente, a cinque e tre anni”***.

Il successivo comma 10 precisava che ***“l’Amministrazione comunale potrà disporre il suddetto rinnovo in conformità al presente regolamento e al Piano regolatore degli impianti e dei mezzi pubblicitari ed ai Piani di localizzazione dei medesimi, di cui all’art. 19, sempre a condizione che l’intestatario del titolo originario risulti in possesso dei requisiti prescritti, non abbia installato od usato impianti o mezzi pubblicitari abusivi e dimostri di essere in regola con i pagamenti dell’imposta di pubblicità o dei canoni di concessione”***.

L’art. 10 del Regolamento disponeva in generale che “le autorizzazioni all’esposizione di pubblicità con mezzi privati e le locazioni di impianti e altri mezzi comunali al medesimo fine hanno durata pari a cinque anni rinnovabili per una sola volta per altri cinque anni; in ogni caso, non vi è obbligo, da parte del Comune, di disdetta o altra formalità alla scadenza del secondo quinquennio ed è esclusa ogni facoltà di proroga”.

Il suddetto articolo è stato sostanzialmente confermato anche nel vigente Regolamento approvato dal Consiglio Comunale con deliberazione n. 37/2009, ma con il seguente testo: “le autorizzazioni all’esposizione di pubblicità con mezzi privati e le locazioni di impianti e altri beni comunali utilizzati per il medesimo fine hanno durata pari a cinque anni rinnovabili per una sola volta per altri cinque anni; in ogni caso, non vi è obbligo, da parte del Comune, di disdetta o altra formalità alla scadenza del secondo quinquennio”.

Come si può ben vedere, è stata cancellata la clausola che ribadiva che alla scadenza del secondo quinquennio “è esclusa ogni facoltà di proroga”: ne deriva comunque che ogni impianto pubblicitario può rimanere installato con regolare “autorizzazione” sul territorio del Comune di Roma per un periodo di tempo al massimo di 10 anni.

Con deliberazione n. 6 del 10 marzo 2008 il Commissario Straordinario Mario Morcone ha approvato nelle veci della Giunta Capitolina una *“modifica ed integrazione delle deliberazioni della Giunta Comunale n. 1689/1997 e n. 426/2004”* ed ha disposto che ***“la durata delle autorizzazioni e delle concessioni già rilasciate o da rilasciare attinenti alla procedura del riordino è unificata e la scadenza del primo quinquennio è fissata al 31 dicembre 2009 rinnovabile per un altro quinquennio”***.

Ne deriva che è stata portata a 5 anni, eventualmente rinnovabili, anche la durata delle “autorizzazioni” che fino a quel momento era stata invece triennale.

Il “rinnovo” eventuale per altri 5 anni sia delle “concessioni” che delle “autorizzazioni” che scadevano tutte il 31.12.2009 è stato disciplinato dal comma 9 dell’art. 34 del vigente Regolamento comunale (approvato dal Consiglio Comunale con delibera n. 37/2009) che sembra però ignorare quanto disposto dalla delibera n. 6/2008 perché ribadisce quanto già stabilito dal Regolamento approvato nel 2006, vale a dire che ***“le concessioni e le autorizzazioni rinnovate, rispettivamente per cinque e per tre anni, all’esito del procedimento di riordino ... possono essere rinnovate per ulteriori periodi, ciascuno non superiore, rispettivamente, a cinque e tre anni”***.

Il 2° comma del vigente Regolamento ribadisce anche che le iniziative pubblicitarie *“sono sottoposte ad autorizzazione e assoggettate al pagamento di un canone a tariffa”*, la cui applicazione è stabilita dall’art. 21 che al 1° comma dispone che *“le iniziative pubblicitarie, diverse da quelle assoggettate al diritto sulle pubbliche affissioni, sono soggette al canone sulla pubblicità”*

(CIP), mentre al successivo 2° comma precisa che *“la pubblicità effettuata su impianti di proprietà comunale o dati in godimento al Comune è soggetta al pagamento del canone di locazione”*: ma il 3° comma dell’art. 22 dello stesso Regolamento dispone che ***“tutte le concessioni e autorizzazioni in corso alla data di entrata in vigore del presente regolamento si intendono convertite, senza necessità di richiesta, nell’autorizzazione di cui all’art. 1. I titolari di tale autorizzazione sono soggetti pertanto, con la medesima decorrenza, al pagamento del canone sulla pubblicità di cui all’art. 21 e seguenti”***.

Ne dovrebbe derivare che il rinnovo sia delle “concessioni” che delle “autorizzazioni” non possa essere concesso indistintamente a tutti gli impianti, ma soltanto a quelli che sono stati fatti oggetto della procedura di riordino e per i quali si sia pervenuti all’esito della stessa procedura di riordino.

Il vigente Regolamento ribadisce quanto già stabilito dal Regolamento approvato nel 2006, vale a dire che *“l’Amministrazione Comunale potrà disporre il suddetto rinnovo in conformità al presente regolamento ed al Piano regolatore degli impianti e dei mezzi pubblicitari ed ai Piani di localizzazione dei medesimi, ..., sempre a condizione che l’intestatario del titolo originario risulti in possesso dei requisiti prescritti, non abbia installato od usato impianti e mezzi pubblicitari abusivi e dimostri di essere in regola con i pagamenti dell’imposta di pubblicità o dei canoni di concessione”*.

Dal momento che non sono stati ancora approvati né il Piano Regolatore delle Affissioni né i Piani di localizzazione, va messo in evidenza che il suddetto dispositivo è applicabile solo in forza del vigente Regolamento, che ha previsto una tale eventualità.

Sulla applicazione delle disposizioni sopra richiamate del vigente Regolamento la ***“Indagine sul settore pubblicità e affissioni a Roma”***, che il 27 gennaio 2001 è stata ufficialmente presentata dalla Agenzia per il controllo e la qualità dei servizi pubblici locali del Comune di Roma, alla pag. 16 fa sapere che ***“nel frattempo, l’intervenuto rinnovo di 3.189 impianti privati su suolo pubblico, 60 su suolo privato e 453 impianti di proprietà di Roma Capitale (SPQR), con scadenza 31 dicembre 2014, potrebbe ritardare fino a tale data la piena attuazione alle procedure di gara previste nel regolamento della pubblicità e delle pubbliche affissioni”***.

Ne deriva che di tutti gli impianti “autorizzati” inseriti nella “procedura di riordino” (il cui numero complessivo sembra oscillare intorno alle 35.000 unità dichiarate nel 2004 dallo stesso Comune) è stato concesso il rinnovo fino al 31 dicembre 2014 di 3.642 “concessioni” e di 60 “autorizzazioni”, per cui tutti gli impianti di proprietà privata di cui non è stata rinnovata la rispettiva “concessione” o “autorizzazione” (pari a complessive 3.249 unità) dovrebbero essere rimossi ad opera delle stesse ditte titolari degli impianti: per differenza con le complessive 35.000 unità del riordino, si tratta di ben 31.751 impianti con titolo autorizzatorio definitivamente scaduto, comunque non ulteriormente rinnovabile.

Ai sensi del 2° comma dell’art. 1 dello stesso vigente Regolamento *“le iniziative pubblicitarie ... in difetto ... della prescritta autorizzazione, , sono da considerarsi abusive a tutti gli effetti”*: ne consegue che sono da considerarsi abusivi anche i 31.751 impianti che risultano ormai privi di “autorizzazione”.

Nell’elenco delle ditte pubblicitarie censite nella Nuova Banca Dati (in sigla NBD), che è pubblicato sul sito web del Comune alla pagina

http://www.comune.roma.it/PCR/resources/cms/documents/DittePubblicitariePresentiBD_08settembre2011.pdf, risultano riportate le seguenti Determinazioni Dirigenziali con cui il dott. Francesco Paciello ha dichiarato "annullate" le 3 ditte di seguito riportate e "decadute" le altre 3 pur esse di seguito riportate, nonché "abusiva" la pubblicità fatta da una 7° ditta:

- D.D. n. 1338 del 3 maggio 2010 con cui è stata annullata la S.r.l. "MEDIA 2000";
- D.D. n. 2599 del 10 agosto 2010 con cui è stata annullata la S.r.l. "EMMETRE PUBBLICITÀ";
- D.D. n. 2600 del 10 agosto 2010 con cui è stata annullata la S.r.l. "EUROPA PUBBLICITÀ 92";
- D.D. n. 3261 del 20 ottobre 2010 con cui è stata dichiarata decaduta la S.r.l. "PROMOIDEA";
- D.D. n. 116 del 20 gennaio 2011 con cui è stata dichiarata abusiva la pubblicità su paline, pensiline e fermate CO.TRAL della S.r.l. "GESCOTRAL";
- D.D. n. 1999 del 12 luglio 2011 con cui è stata dichiarata decaduta la S.r.l. "STUDIO ZETA PUBBLICITÀ";
- D.D. n. 2000 del 12 luglio 2011 con cui è stata dichiarata decaduta la S.r.l. "G.I.P. GESTIONE IMPIANTI PUBBLICITARI".

Il 3° comma dell'art. 7 del vigente Regolamento elenca i casi che "costituiscono causa di decadenza di diritto dall'autorizzazione": il successivo 5° comma stabilisce ad ogni modo che "In caso di sopravvenute ragioni di pubblico interesse ed in qualsiasi momento, l'autorizzazione può essere modificata o sospesa, ovvero revocata con provvedimento motivato, nel rispetto delle norme previste dalla L. n. 241/1990 e successive modifiche ed integrazioni".

Nella Nuova Banca Dati lo stato degli impianti di proprietà delle suddette 7 società, quanto meno per la S.r.l. "STUDIO ZETA PUBBLICITÀ", è registrato come "revocato", ma buona parte dei rispettivi impianti risultano ancora installati ed utilizzati per fare una pubblicità irregolare.

Per quanto riguarda le "autorizzazioni" relative ad ogni impianto pubblicitario, la Nuova Banca Dati riporta per lo più soltanto l'anno (senza riferimento né al mese né al giorno) del rilascio della "concessione" o della "autorizzazione": in alcuno casi risultano dichiarati come posizione censita per le "Vecchie concessioni" l'anno 1900 o addirittura l'anno 3333.

La Nuova Banca Dati non riporta invece la data di scadenza delle "autorizzazioni" relative ad ogni impianto pubblicitario, che non è deducibile nemmeno dal codice identificativo così come predisposto dal Servizio Affissioni e Pubblicità, che appare quindi in aperta violazione con quanto prescrive riguardo alle "targhette di identificazione" il 1° comma dell'art. 55 del Regolamento di Attuazione del Codice della Strada, emanato con D.P.R. n. 495 del 16 dicembre 1992, secondo il quale "su ogni cartello o mezzo pubblicitario autorizzato dovrà essere saldamente fissata, a cura e a spese del titolare dell'autorizzazione, una targhetta metallica, posta in posizione facilmente accessibile, sulla quale sono riportati, con caratteri incisi, i seguenti dati:

- a) amministrazione rilasciante;*
- b) soggetto titolare;*
- c) numero dell'autorizzazione;*
- d) progressiva chilometrica del punto di installazione;*
- e) data di scadenza".*

A titolo di esempio comparativo si portano il fac-simile della targhetta che deve essere apposta su ogni impianto pubblicitario, fornito dal Comune di Roma alla pagina web <http://www.comune.roma.it/wps/portal/pcr?jppagecode=d atec pr fo la eco aff ele.wp>, e

la sottostante foto della targhetta di un impianto pubblicitario installato nel vicino Comune di Fiumicino.

COMUNE DI ROMA



Codice Soggetto

Identifica univocamente la ditta pubblicitaria

Progressivo Impianto

Identifica univocamente la tipologia e l'ubicazione dell'impianto

Tipologia di Impianto

Identifica la tipologia di impianto (P = Permanente / T = Temporaneo)

COMUNE DI FIUMICINO



Il 4° comma dell'art. 7 del vigente Regolamento stabilisce che *“in caso di decadenza a norma del precedente comma 3, ad eccezione di quella dichiarata per la perdita dei requisiti, il soggetto nei cui confronti viene dichiarata non è ammesso a partecipare per i cinque anni successivi a gara pubblica per esposizione pubblicitaria”*: la “gara pubblica” di cui si parla è quella che il precedente 2° comma prevede ai fini del rilascio delle “autorizzazioni” tanto per impianti di proprietà privata da installare su suolo pubblico quanto per la locazione degli impianti “SPQR” di proprietà comunale.

La “gara pubblica” era stata già prevista dal 2° comma dello stesso art. 7 del Regolamento approvato nel 2006, di cui la delibera n. 37/2009 ha completamente abrogato proprio il testo che disciplinava le modalità di svolgimento della “gara pubblica”, che doveva essere bandita per lotti territoriali e che consentiva di partecipare anche in raggruppamento temporaneo di imprese.

Il successivo 3° comma stabiliva che *“l’ambito di ciascun lotto territoriale è costituito da una delle sottozone nelle quali il Piano regolatore degli impianti e dei mezzi pubblicitari suddivide, a norma dell’art. 19, comma 1, il territorio comunale”*: in base invece al comma 1-bis, che è stato aggiunto con la deliberazione n. 37/2009, *“il territorio comunale viene suddiviso in quattro lotti territoriali”*.

La “gara pubblica” per il rilascio delle “autorizzazioni”, decisa fin dal 2006, quando era Sindaco l’On. Valter Veltroni, non è stata poi mai bandita perché la deliberazione n. 426 del 2 luglio 2004 aveva prorogato al 31 dicembre 2007 la scadenza del 1° triennio delle “autorizzazioni” ed al 31 dicembre 2009 la scadenza del 1° quinquennio delle “concessioni”: per tali motivi sotto la Giunta Veltroni non sono state rilasciate nuove “autorizzazioni” di nessun tipo.

Come già detto in precedenza, la delibera n. 6 del 10 marzo 2008 del Commissario Morcone ha unificato sia per le “concessioni” che per le “autorizzazioni” la scadenza del primo quinquennio al 31.12.2009 e l’attuale Consiglio Comunale con l’approvazione della delibera n. 37/2009 ha aggiunto al Regolamento l’art. 33 Bis che consente il rilascio di nuovi titoli solo per impianti che insistano esclusivamente su area privata, disponendo al comma 2 dell’art. 7 soltanto che *“il Comune procede al rilascio delle autorizzazioni previa gara pubblica per ognuno dei quattro lotti territoriali”*, dal momento che è stata abrogata del tutto la disciplina che determinava le modalità di svolgimento della “gara pubblica”.

Così, anziché provvedere a bandire una “gara pubblica” per rilasciare quanto meno “autorizzazioni” per un numero di impianti tale da rimpiazzare se non altro i quasi 32.000 impianti del riordino con titolo autorizzatorio definitivamente scaduto, il Comune di Roma – grazie anche alla Nuova Banca Dati che non registra le vecchie “concessioni” definitivamente scadute – permette che rimangano installati sul territorio impianti pubblicitari che sono abusivi a tutti gli effetti e che numericamente rappresentano la quasi totalità di quelli installati in tutta la città, ma per i quali si continua a pretendere il pagamento del Canone per le Iniziative Pubblicitarie (CIP).

Non vi è dubbio in conclusione che dovranno prima o poi essere rimossi, con le buone o con le cattive, quanto meno:

- gli impianti pubblicitari di mt. 6 x 3 che risultano ancora installati sul territorio;

- gli impianti pubblicitari delle 3 ditte dichiarate “annullate” che risultano ancora installati sul territorio;
- i manifesti pubblicitari che la S.r.l. “Gescotral” ha affisso su paline, pensiline e fermate CO.TRAL e che sono stati dichiarati “abusivi”;
- gli impianti pubblicitari delle 3 ditte dichiarate “decadute” che risultano ancora installati sul territorio;
- gli impianti pubblicitari con scadenza definitiva accertata delle rispettive autorizzazioni che risultano ancora installati sul territorio.

La “gara pubblica” che dovrà essere bandita per rimpiazzare (anche e soprattutto in termini di cassa) tutti i suddetti impianti pubblicitari con il rilascio di “autorizzazioni” decennali dovrà essere rimandata ormai a dopo che saranno stati approvati sia il PRIP che i Piani di Localizzazione e si potrà finalmente sapere dove esattamente debba essere installato ogni cartellone ed in che forme e dimensioni.

Traduzione in estrema sintesi per i meno esperti.

Attualmente a Roma ci sono moltissimi impianti pubblicitari che hanno definitivamente scaduto il titolo che li aveva autorizzati e che sono quindi da rimuovere perché risultano abusivi a tutti gli effetti.

Istruzione per l’uso, stavolta per tutti: invitiamo tutti i lettori di buona volontà a segnalare a vas.roma@alice.it (ora circolo.vas.roma@gmail.com) quanto meno tutti gli impianti ancora in piedi di dimensioni di mt. 6 x 3 o che abbiano una targhetta che riporti come codici identificativi (primi 4 numeri) 0094 (S.r.l. “GESCOTRAL”), 0101 (S.r.l. “EMMETRE PUBBLICITÀ”), 0104 (S.r.l. “EUROPA PUBBLICITÀ 92”), 0107 (S.r.l. “G.I.P. GESTIONE IMPIANTI PUBBLICITARI”), 0112 (S.r.l. “STUDIO ZETA PUBBLICITÀ”), 0130 (S.r.l. “PROMOIDEA”) e 0147 (S.r.l. “PROMOIDEA”).

A titolo esemplificativo si riportano le sottostanti foto che sono relative a 2 impianti segnalati da VAS.



Installazione di un impianto di mt. 6 x 3 a ridosso del Viadotto della Magliana - Segnalazione trasmessa anche a polmunicipaleseg12@comune.roma.it, francesco.paciello@comune.roma.it, davide.bordoni@comune.roma.it e polmunicipalesegssu@comune.roma.it alle ore 19,38 del 22 febbraio 2011, con allegate le foto del megaimpianto.



Impianto pubblicitario installato in Viale Parioli - Segnalazione trasmessa anche a polmunicipaleseg02@comune.roma.it, polmunicipalesegssu@comune.roma.it, assessorato.ambiente@comune.roma.it e info@aequaroma.it alle ore 13,50 del 16 luglio 2011, con allegate le foto dell'impianto.

Con nota prot. n. 62151/RHBD del 27 settembre 2011 il Comandante del II Gruppo di Polizia Municipale ha comunicato quanto segue: "Piazza Ungheria, 1/b a seguito di sopralluogo è stata accertato che l'impianto pubblicitario n° identificativo 0112/BP489/P risulta inserito nella N.B.D. come stato impianto "revocato", pertanto, anche in questo caso si è proceduto a carico della società proprietaria a norma di legge".

Dott. Arch. Rodolfo Bosi