



ASSOCIAZIONE  
NAZIONALE  
COMUNI  
ITALIANI

## **Protocollo ANCI-IAP**

### **Attuazione del Protocollo a tutela dell'immagine della donna e dei minori**

[Formule giuridiche adottate da alcuni Comuni per rendere cogente il vincolo autodisciplinare]

La via maestra per dare piena attuazione al Protocollo è quella indicata dallo stesso ai punti n), o), p), ovvero procedere all'integrazione dei Regolamenti di pubblicità locale e quelli per l'occupazione di spazi pubblici con clausole che prevedano l'accettazione da parte dei gestori degli impianti pubblicitari del Codice di autodisciplina IAP. I gestori dell'impianto sottoscrivendo tale clausola si impegnano in prima persona a rispettare tale Codice e a far sottoscrivere tale clausola anche agli inserzionisti pubblicitari che utilizzeranno tali impianti. Analogamente i Comuni adottano una clausola simile anche con riferimento agli impianti di proprietà del Comune in modo da obbligare gli inserzionisti pubblicitari che li utilizzano al rispetto del Codice.

Tuttavia questa previsione non esclude che altri Comuni possano giungere ad analogo risultato adottando altri modelli giuridici. Il punto principale inderogabile rimane tuttavia la previsione di una clausola di accettazione del Codice di autodisciplina della comunicazione commerciale e delle decisioni assunte dagli organismi di controllo del suddetto Codice. Una stesura tipica da adattare a seconda della tipologia di atto è la seguente:

"L'utente prende atto che le disposizioni del Codice di Autodisciplina della Comunicazione Commerciale sono vincolanti e obbligatorie per il mezzo di diffusione e si impegna a rispettare detto Codice ed a conformarsi alle decisioni dei suoi organi giudicanti, Giurì e Comitato di Controllo."

Ad oggi oltre alla modifica diretta dei Regolamenti, si sono registrate altre due modalità da parte dei comuni aderenti. La stipula di un protocollo tra il Comune interessato e lo IAP volto a fungere da passaggio preliminare alla modifica del regolamento comunale; e la stipula di un protocollo tra il Comune e le imprese affissioniste operanti nel territorio di pertinenza.

Di seguito a titolo esemplificativo e per comodità espositiva riportiamo le tre modalità indicate operando un rinvio agli atti dei Comuni che di volta in volta le hanno adottate.

#### **I. Modifica del Regolamento affissioni**

Vedi esempio a Delibera comunale e modifica del Regolamento

#### **II. Protocollo di Intesa / contratto speciale tra il Comune e le imprese inserzioniste**

Vedi esempio a punto 13

#### **III. Protocollo Comune-IAP**

Vedi esempio a punto 3) dell'Art. 1



## Fattispecie I: Modifica del Regolamento affissioni

La Giunta propone al Consiglio la seguente deliberazione :

### IL CONSIGLIO

Premesso che:

a) la Risoluzione del Parlamento Europeo del 12/03/2013 sull'eliminazione degli stereotipi di genere nell'Unione Europea (2012/2116 (INI)) sottolinea "l'importanza di promuovere la rappresentazione dell'immagine femminile rispettando la dignità delle donne e di combattere i persistenti stereotipi di genere, in particolare la prevalenza di immagini degradanti, nel pieno rispetto della libertà di espressione e della libertà di stampa";

b) dal 1996 opera in Italia l'Istituto dell'Autodisciplina Pubblicitaria (IAP) con lo scopo di affermare una comunicazione commerciale sempre più "onesta, veritiera e corretta" attraverso l'applicazione del Codice di Autodisciplina della Comunicazione Commerciale; in particolare, la materia della pubblicità discriminatoria e lesiva della dignità della donna trova esplicita disciplina agli articoli 9 e 10 del suddetto Codice. L'impegno del IAP ha avuto un riconoscimento ufficiale con la firma di un Protocollo d'Intesa con il Ministero delle Pari Opportunità sin dal 2011 e rinnovato il 31 gennaio 2013;

c) per rafforzare il sistema autodisciplinare occorre integrare i regolamenti locali in materia di pubblicità con clausole che prevedano l'accettazione, da parte dei gestori degli impianti pubblicitari, delle norme del Codice di Autodisciplina della Comunicazione Commerciale; in tale ottica, l'ANCI e lo IAP hanno siglato un Protocollo d'Intesa in data 6 marzo 2014 per attuare forme di collaborazione affinché gli operatori di pubblicità ed i loro utenti adottino modelli di comunicazione commerciale che:

- non contengano immagini o rappresentazioni di violenza contro le donne o che incitino ad atti di violenza sulle donne;
- tutelino la dignità della donna, rispettino il principio delle pari opportunità e diffondano valori positivi sulla figura femminile;
- siano attenti alla rappresentazione dei generi, rispettosi dell'identità di uomini e donne, coerenti con l'evoluzione dei ruoli nella società;
- evitino il ricorso a stereotipi di genere.

d) in base al suddetto Protocollo d'Intesa ANCI-IAP, i Comuni sono invitati a regolamentare in tal senso la disciplina di pubblicità e pubbliche affissioni, operando in particolare secondo quanto previsto alle lettere n) , o) e p) delle premesse del Protocollo d'Intesa;

Dato atto che:

1) il Comune di Bologna condivide i principi sottesi in particolare agli articoli 9 e 10 del Codice e si impegna a rispettarli e farli rispettare dagli operatori pubblicitari che utilizzino impianti di proprietà comunale o installati sul suolo comunale;

2) si ritiene, pertanto, opportuno modificare in tal senso il vigente regolamento disciplinante l'applicazione della pubblicità e dei diritti sulle pubbliche affissioni (approvato con deliberazione PG n. 46001/1994 e ss.mm.ii.) introducendo nuove disposizioni che prevedono la sottoscrizione di un'apposita clausola di accettazione del Codice I.A.P.: ciò al fine di promuovere anche in ambito locale l'autodisciplina pubblicitaria quale strumento d'elezione per lo svolgimento di un'attività di promozione pubblicitaria libera e concorrenziale, ma allo stesso tempo rispettosa della sensibilità, delle convinzioni e della dignità delle persone; la sottoscrizione della suddetta clausola consente un intervento diretto dello IAP nella gestione di segnalazioni relative ad esposizioni pubblicitarie lesive dei principi sanciti nel Codice di Autodisciplina, a copertura di un vuoto normativo alla luce del quale ad oggi simili esposizioni pubblicitarie- se non abusive- non sono direttamente contestabili dal Comune potendo tutt'al più diventare oggetto di denuncia se e in quanto integrino gli estremi di un reato .

Visti:

- il Protocollo d'Intesa siglato tra ANCI e IAP in data 6 marzo 2014;
- gli articoli 52 del D.Lgs.446/97 e art.7 del D.Lgs.267/2000 in tema di potestà regolamentare del Comune;

Dato atto del coinvolgimento della Presidenza del Consiglio nella fase di avvio dell'istruttoria;



ASSOCIAZIONE  
NAZIONALE  
COMUNI  
ITALIANI

1. DI APPROVARE le modifiche al "Regolamento per l'applicazione dell'imposta di pubblicità e per l'effettuazione del servizio delle pubbliche affissioni" (approvato con delibera PG n.46001/94 e ss.mm.ii.), di cui all'allegato A che forma parte integrante e sostanziale di questa delibera ;
2. DI DARE ATTO che il testo integrato e coordinato con le modifiche di cui al punto precedente è quello che risulta nell'allegato B, in atti.

Infine, con votazione separata

DELIBERA

DI DICHIARARE la presente deliberazione immediatamente eseguibile ai sensi dell'art.134, comma 4, del D.lgs. 18 agosto 2000, n. 267.

Il Capo Dipartimento

#### **Allegato A alla delibera PG n.274283/2014**

##### **APPROVAZIONE DI MODIFICHE AL REGOLAMENTO SULLA PUBBLICITA' E PUBBLICHE AFFISSIONI IN MATERIA DI AUTODISCIPLINA DELLA COMUNICAZIONE COMMERCIALE**

###### **Art.1 (modifiche all'art.9)**

1. All'art.9 del vigente "Regolamento per l'applicazione dell'imposta sulla pubblicità e per l'effettuazione del servizio delle pubbliche affissioni" dopo il comma 3 è inserito un nuovo comma 4:  
"4. Nella convenzione di cui al precedente comma 3 è inserita una specifica clausola contrattuale in base alla quale il concessionario è tenuto ad accettare - e far accettare agli inserzionisti pubblicitari che utilizzino quegli impianti- il Codice di Autodisciplina Pubblicitaria, con particolare riferimento ai principi in esso espressi in materia di dignità delle persone dagli art.9 (che impedisce il ricorso in pubblicità ad affermazioni o rappresentazioni di violenza fisica o morale o tali che, secondo il gusto o la sensibilità dei consumatori, debbano ritenersi indecenti, volgari o ripugnanti) e 10 (secondo cui la pubblicità non deve offendere le convinzioni morali, civili e religiose dei cittadini e deve rispettare la dignità delle persone in tutte le sue forme ed espressioni evitando ogni forma di discriminazione, compresa quella di genere). L'accettazione del Codice può operare anche in chiave preventiva consentendo, nei casi dubbi, di invitare l'inserzionista pubblicitario a sottoporre il proprio messaggio allo scrutinio preventivo del Comitato di Controllo IAP."

###### **Art.2 (modifiche all'art.10)**

1. All'art.10 del vigente "Regolamento per l'applicazione dell'imposta sulla pubblicità e per l'effettuazione del servizio delle pubbliche affissioni" dopo il comma 6 è inserito un nuovo comma 7:  
"7. Il gestore dell'impianto pubblicitario , contestualmente al rilascio dell'autorizzazione, è tenuto a sottoscrivere un'apposita clausola che gli impone di accettare - e di far accettare agli inserzionisti pubblicitari che utilizzino quell'impianto- il Codice di Autodisciplina Pubblicitaria, con particolare riferimento ai principi in esso espressi in materia di dignità delle persone dagli art.9 (che impedisce il ricorso in pubblicità ad affermazioni o rappresentazioni di violenza fisica o morale o tali che, secondo il gusto o la sensibilità dei consumatori, debbano ritenersi indecenti, volgari o ripugnanti) e 10 (secondo cui la pubblicità non deve offendere le convinzioni morali, civili e religiose dei cittadini e deve rispettare la dignità delle persone in tutte le sue forme ed espressioni evitando ogni forma di discriminazione, compresa quella di genere). . L'accettazione del Codice può operare anche in chiave preventiva consentendo, nei casi dubbi, di invitare l'inserzionista pubblicitario a sottoporre il proprio messaggio allo scrutinio preventivo del Comitato di Controllo IAP".



**Art.3**  
**(modifiche all'art.15)**

1. All'art.15 del vigente "Regolamento per l'applicazione dell'imposta sulla pubblicità e per l'effettuazione del servizio delle pubbliche affissioni" dopo il comma 1 è inserito un nuovo comma 2:  
"2. Il locatario e il concessionario di cui al precedente comma 1 sono tenuti a sottoscrivere , all'atto della stipula della convenzione o del rilascio della concessione, un'apposita clausola che impone loro di accettare -e di far accettare agli inserzionisti pubblicitari che utilizzino quegli impianti - il Codice di Autodisciplina Pubblicitaria, con particolare riferimento ai principi in esso espressi in materia di dignità delle persone dagli art.9 (che impedisce il ricorso in pubblicità ad affermazioni o rappresentazioni di violenza fisica o morale o tali che, secondo il gusto o la sensibilità dei consumatori, debbano ritenersi indecenti, volgari o ripugnanti) e 10 (secondo cui la pubblicità non deve offendere le convinzioni morali, civili e religiose dei cittadini e deve rispettare la dignità delle persone in tutte le sue forme ed espressioni evitando ogni forma di discriminazione, compresa quella di genere). L'accettazione del Codice può operare anche in chiave preventiva consentendo, nei casi dubbi, di invitare l'inserzionista pubblicitario a sottoporre il proprio messaggio allo scrutinio preventivo del Comitato di Controllo IAP."

**Art.4**  
**(modifiche all'art.25)**

1. All'art.25 del vigente "Regolamento per l'applicazione dell'imposta sulla pubblicità e per l'effettuazione del servizio delle pubbliche affissioni" dopo il comma 6 è inserito un nuovo comma 7:  
"7. Al committente di una pubblica affissione può essere richiesta la previa sottoscrizione di un'apposita clausola di accettazione del Codice di Autodisciplina Pubblicitaria, con particolare riferimento ai principi in esso espressi in materia di dignità delle persone dagli art.9 (che impedisce il ricorso in pubblicità ad affermazioni o rappresentazioni di violenza fisica o morale o tali che, secondo il gusto o la sensibilità dei consumatori, debbano ritenersi indecenti, volgari o ripugnanti) e 10 (secondo cui la pubblicità non deve offendere le convinzioni morali, civili e religiose dei cittadini e deve rispettare la dignità delle persone in tutte le sue forme ed espressioni evitando ogni forma di discriminazione, compresa quella di genere). L'accettazione del Codice può operare anche in chiave preventiva consentendo, nei casi dubbi, di invitare l'inserzionista pubblicitario a sottoporre il proprio messaggio allo scrutinio preventivo del Comitato di Controllo IAP."

**Art.5**  
**(modifiche all'art.27)**

1. All'art.27 del vigente "Regolamento per l'applicazione dell'imposta sulla pubblicità e per l'effettuazione del servizio delle pubbliche affissioni" dopo il comma 3 è inserito un nuovo comma 3bis:  
"3bis. In presenza di sottoscrizione della clausola di accettazione del Codice di Autodisciplina Pubblicitaria i medesimi funzionari di cui al comma 3 e - se presente e per quanto di competenza- la Concessionaria incaricata dell'applicazione dell'Imposta di pubblicità e dei diritti sulle pubbliche affissioni, trasmettono all'Istituto dell'Autodisciplina Pubblicitaria (IAP) , anche su segnalazione dei cittadini, le comunicazioni commerciali ritenute lesive dei principi espressi in particolare dagli art.9 e 10 del Codice stesso (tra cui le comunicazioni lesive della dignità della donna, che contengano immagini o rappresentazioni di violenza contro le donne o che incitino ad atti di violenza sulle donne) al fine di una tempestiva valutazione da parte dello IAP in funzione dell'eventuale inibizione di comunicazioni commerciali contrarie al Codice mediante ingiunzione di desistenza."



## Fattispecie II: Protocollo di Intesa / contratto speciale tra il Comune e le imprese inserzioniste

polizza assicurativa dell'impresa per eventuali danni a persone o cose e una dichiarazione di esonero dell'Amministrazione comunale da ogni responsabilità derivante da tali impianti pubblicitari.

7. Le imprese, entro 6 mesi dalla notifica dei nuovi provvedimenti autorizzatori, dovranno rimuovere e collocare gli impianti nei siti assegnati a loro spese.

8. Tutti i provvedimenti confermativi delle autorizzazioni in base alla procedura qui indicata avranno validità temporale fino all'approvazione di entrata in vigore del nuovo regolamento e del nuovo piano generale degli impianti e comunque con i tempi e le modalità previsti dalla disciplina transitoria di detto regolamento.

9. Gli impianti dovranno essere tassativamente collocati nelle posizioni indicate nei provvedimenti. Ogni impresa dovrà consegnare ai competenti uffici dell'Amministrazione comunale un elenco sia in forma cartacea che digitale, corredato dalle foto di ogni singolo impianto e della sua collocazione e dovrà dotarsi di un sistema di rilevazione GPS da cui fornirà agli uffici le coordinate geografiche per gli opportuni controlli.

10. E' condizione essenziale per ottenere il rilascio dei provvedimenti previsti ai precedenti punti 2, 3, 4 e 5 essere in regola con il pagamento delle imposte relative ai mezzi pubblicitari e parimenti è indispensabile, per mantenere tali autorizzazioni, corrispondere i tributi dovuti in base alla vigente normativa in materia.

11. L'Amministrazione si impegna per gli impianti che risulteranno regolarmente posizionati, a fronte dell'applicazione delle deroghe del Codice della Strada di cui al punto 1, a compiere tutti gli atti necessari a riesaminare, nei limiti e nei termini previsti dalla vigente normativa, ai fini della revoca in autotutela, gli atti di verbalizzazione ancorché impugnati ma non ancora coperti dal giudicato, successivi ai provvedimenti di riordino della Direzione Ragioneria Generale adottati nell'anno 2013.

12. Le imprese si impegnano, a fronte del rilascio dei provvedimenti previsti ai precedenti punti 2, 3, 4 e 11, a rinunciare ai relativi giudizi pendenti.

13. Le imprese sottoscrittrici del presente protocollo si impegnano, in base a quanto stabilito dal protocollo siglato in data 6.3.2014 dall'Anci e dallo Iap (Istituto di Autodisciplina Pubblicitaria), a rispettare il codice di autodisciplina della comunicazione commerciale con particolare riguardo ad evitare di diffondere sui propri mezzi pubblicitari pubblicità lesiva della dignità delle donne e che incitano o rappresentino atti di violenza sulle donne.

14. L'Amministrazione prende atto della collaborazione che le imprese sottoscrittrici il presente protocollo d'intesa offrono per la repressione del fenomeno dell'abusivismo e accetta tale collaborazione che si concretizzerà nei seguenti servizi da realizzarsi, ad esito del rilascio dei provvedimenti di cui ai punti 2, 3, 4 e 5 e della procedura di annullamento dei verbali di cui al punto 11:

- due camion, di cui uno dotato di autogru con n°3 (tre) tecnici specializzati dotati di attrezzature necessarie alla rimozione e/o alla ricopertura d'impianti pubblicitari, per 300 giornate lavorative;

- due autisti con autovettura, dotati di macchine fotografiche digitali un software cartografico con cui gestire l'inventario delle autorizzazioni presenti nel territorio comunale;

- n.° 10 tablet da consegnare agli ispettori del Comune, contenenti all'interno un data base fotografico relativo alle autorizzazioni rilasciate dal Comune, un applicativo web nel quale potere pubblicare on line tutte le foto e gli elenchi degli impianti autorizzati;

- il personale messo a disposizione dalle Ditte pubblicitarie avrà soltanto funzione esecutiva e sarà pertanto subordinato alle disposizioni impartite dal personale tecnico e/o agenti di Polizia Municipale.

- tali servizi verranno offerti dalle ditte che sottoscriveranno la presente convenzione in misura proporzionale ai metri quadrati di spazi pubblicitari autorizzati, oggetto dei provvedimenti confermativi.

15. Le parti si impegnano a dare ampia comunicazione sia del protocollo che dei servizi offerti sugli organi d'informazione locale.

16. L'Amministrazione si impegna a consegnare, prima della loro approvazione, copia del nuovo



## Fattispecie III: Protocollo Comune-IAP

ROMA



IAP Istituto dell'Autodisciplina Pubblicitaria

### SCHEMA ALLEGATO A)

Il rispetto del citato Codice può operare anche in chiave preventiva prima della diffusione dei messaggi con la richiesta di un parere preventivo al Comitato di Controllo dell'Istituto dell'Autodisciplina Pubblicitaria.”

Tutto ciò premesso le parti come sopra rappresentate

convengono quanto segue

#### Articolo 1

1. Le premesse costituiscono parti integranti e sostanziali del presente Protocollo.
2. Con il presente Protocollo, le parti si impegnano a:
  - a) collaborare per fare in modo che gli operatori di pubblicità e i loro utenti adottino modelli di comunicazione commerciale che:
    - rispettino il Codice di autodisciplina della comunicazione commerciale e le decisioni assunte dagli organismi di controllo di tale Codice;
    - rispettino la dignità della persona in tutte le sue forme ed espressioni;
    - evitino ogni forma di discriminazione, compresa quella di genere;
    - non contengano immagini o rappresentazioni di violenza contro le donne o che incitino ad atti di violenza sulle donne;
    - rispettino il principio di pari opportunità e non discriminazione;
    - evitino il ricorso a stereotipi di genere;
    - evitino qualsiasi forma di comunicazione commerciale contraria all'art.28 ter del Codice di autodisciplina della comunicazione commerciale;

3. Roma Capitale si impegna a far sottoscrivere, con riferimento e in applicazione dell'articolo 12 *bis* della deliberazione di Assemblea Capitolina relativa Regolamento comunale recante le norme in materia di esposizione della pubblicità e di pubbliche affissioni al concessionario, al gestore dell'impianto pubblicitario, al locatario, al committente di una pubblica affissione, una clausola con la quale questi soggetti s'impegnino ad accettare, a rispettare e far rispettare nella sua interezza il Codice di Autodisciplina della Comunicazione Commerciale dell'Istituto dell'Autodisciplina Pubblicitaria, e in particolare le norme in materia di dignità della persona: art. 9 (che vieta il ricorso ad affermazioni o rappresentazioni di violenza fisica o morale o tali che, secondo il gusto o la sensibilità dei consumatori, debbano ritenersi indecenti, volgari o ripugnanti); art.10 (che vieta di offendere le convinzioni morali, civili e religiose dei cittadini e impone il rispetto della dignità della persona in tutte le sue forme ed espressioni evitando ogni forma di discriminazione, compresa quella di genere); art. 11 (che impone il rispetto dei bambini); art 28 ter (che impone stringenti parametri di liceità alla comunicazione commerciale dei giochi con vincita in denaro).



ASSOCIAZIONE  
NAZIONALE  
COMUNI  
ITALIANI

ROMA



Istituto dell'Autodisciplina Pubblicitaria

#### SCHEMA ALLEGATO A)

4. I soggetti summenzionati si obbligano altresì al rispetto delle decisioni assunte dagli organismi di controllo del Codice di Autodisciplina della Comunicazione Commerciale.

5. Il rispetto del citato Codice può operare anche in chiave preventiva prima della diffusione dei messaggi con la richiesta di un parere preventivo al Comitato di Controllo dell'Istituto dell'Autodisciplina Pubblicitaria.

6. Roma Capitale si impegna a denunciare all'Istituto dell'Autodisciplina Pubblicitaria, anche su segnalazione dei cittadini, le comunicazioni che ritenga lesive della dignità delle persone o che contengano immagini o rappresentazioni discriminatorie o di violenza di genere o che promuovano il gioco d'azzardo, e a invitare gli operatori a sottoporre nei casi dubbi in via preventiva la loro i messaggi allo scrutinio del Comitato di Controllo dello IAP;

7. L'Istituto dell'Autodisciplina Pubblicitaria si impegna, attraverso il proprio Comitato di Controllo, a verificare con la massima celerità i messaggi sottoposti in via preventiva e le segnalazioni di Roma Capitale utilizzando, ove possibile, l'ingiunzione di desistenza, per inibire nel più breve tempo possibile le comunicazioni commerciali manifestamente contrarie al Codice.

#### Articolo 2

1. Per l'attuazione del presente Protocollo, nonché per il monitoraggio, il sostegno e la promozione delle finalità in esso previste, le parti concordano di verificare lo stato di attuazione degli obiettivi del presente protocollo, monitorando le segnalazioni trasmesse da Roma Capitale ed il numero dei provvedimenti emessi ai sensi del Codice;

2. Al termine di ogni anno di attuazione del presente Protocollo, le parti predisporranno una relazione sulle attività svolte, unitamente ad eventuali proposte di ulteriore attuazione del presente Protocollo;

#### Articolo 3

Il presente protocollo decorre dalla data di sottoscrizione e potrà essere, su comune volontà delle parti, modificato in ogni momento e non comporta spese.

Roma,

Il presente Protocollo d'Intesa si compone di 3 articoli ed è redatto in due esemplari.

Letto, approvato e sottoscritto

**Roma Capitale**

L'Assessora

Marta Leonori

Alessandra Cattoi

**Istituto dell' Autodisciplina Pubblicitaria**

Il Presidente