

COMUNE DI CASOREZZO

(Prov. di Milano)

REGOLAMENTO COMUNALE
PER LA DISCIPLINA DELLA
PUBBLICITA' E DELLE AFFISSIONI
E PER L'APPLICAZIONE
DELL'IMPOSTA SULLA PUBBLICITA'
E DEL DIRITTO
SULLE PUBBLICHE AFFISSIONI

Approvato con deliberazione C.C. n. 27 del 26.06.2003, esecutiva ai sensi dell'art. 134 – comma 3[^] – del D.Lgv. n. 267/2000.

Pubblicato all'Albo Pretorio dal 04.07.2003 al 19.07.2003.
Esecutivo ai sensi dell'art. 76 del vigente Statuto Comunale.

Casorezzo 21.07.2003

Il Segretario Comunale
Dr.ssa Leuzzi Maria

TITOLO I

DISCIPLINA DELLA PUBBLICITA' E DELLE AFFISSIONI

CAPO I DISPOSIZIONI GENERALI

Art. 1 - Oggetto del regolamento

1. Il presente regolamento disciplina l'effettuazione nel territorio di questo Comune della pubblicità esterna e delle pubbliche affissioni.
2. Stabilisce le modalità per l'applicazione dell'imposta comunale sulla pubblicità e del diritto comunale sulle pubbliche affissioni, in conformità a quanto disposto dal capo I del Decreto Legislativo 15 novembre 1993, n. 507 e successive modificazioni.

Art. 2 - Ambito territoriale di applicazione

1. Le disposizioni del presente regolamento disciplinano l'effettuazione delle forme di pubblicità di cui all'art. 1 in tutto il territorio del Comune, tenuto conto di quanto stabilito:
 - a) dal Capo I del D.Lgs. 15 novembre 1993, n. 507;
 - b) dall'art. 23 del D.Lgs. 30 aprile 1992, n. 285, modificato dall'art. 13 del D.Lgs. 10 settembre 1993, n. 360, dalla L. 7 dicembre 1999 n. 472 e dal D.M. 24 dicembre 2002;
 - c) dagli artt. da 47 a 59 del D.P.R. 16 dicembre 1992, numero 495, modificati con D.P.R. 16 dicembre 1996, n. 610;
 - d) dell'art. 14 della legge 29 giugno 1939, n. 1497, modificato dal D.Lgs. 29 ottobre 1999 n. 490;
 - e) dall'art. 22 della legge 11 giugno 1939, n. 1089, modificato dal D.Lgs. 29 ottobre 1999 n. 490;
 - f) dalla legge 18 marzo 1959, n. 132 e dall'art. 10 della legge 5 dicembre 1986, n. 856;
 - g) dalle altre norme che stabiliscono modalità, limitazioni e divieti per l'effettuazione, in determinati luoghi e su particolari immobili, di forme di pubblicità esterna.

Art. 3 - Gestione del servizio

1. L'accertamento e la riscossione della imposta di pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni nonché il servizio delle pubbliche affissioni, sono affidati, nel rispetto delle procedure vigenti per l'affidamento dei servizi pubblici locali, ad un soggetto scelto tra gli iscritti nell'Albo dei soggetti abilitati ad effettuare le attività di liquidazione e di accertamento dei tributi e quelle di riscossione dei tributi e di altre entrate delle province e dei comuni, istituito del Ministero dell'Economia e delle Finanze.
2. Per la concessione del servizio il concessionario è tenuto a corrispondere un canone annuo forfettario fisso.
3. La concessione del servizio di accertamento e riscossione dell'imposta sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni ha durata massima di sei anni, qualora la concessione sia di durata inferiore a sei, si può procedere al suo rinnovo fino al raggiungimento di tale limite, purché le condizioni contrattuali proposte siano più favorevoli per il Comune.

4. La gestione del servizio, dovrà essere esercitata in conformità a quanto stabilito dal presente regolamento e dalle disposizioni del D.Lgs. 15 novembre 1993, n.507 e s.m..

Art. 4 - Entrata in vigore del regolamento - disciplina transitoria

1. In conformità a quanto stabilito dal quarto comma dell'art. 3 del D.Lgs. 15 novembre 1993, n. 507, il presente regolamento entra in vigore dal 1° gennaio dell'anno successivo a quello in cui la relativa deliberazione è divenuta esecutiva a norma di legge.

CAPO II DISCIPLINA DELLA PUBBLICITA'

Art. 5 - Disciplina generale

1. Nell'installazione degli impianti e degli altri mezzi pubblicitari e nell'effettuazione delle altre forme di pubblicità e propaganda devono essere osservate le norme stabilite dalle leggi, dal presente regolamento e dalle prescrizioni previste nelle autorizzazioni concesse dalle autorità competenti.

2. In conformità a quanto dispone la legge 18 marzo 1959, n. 132, è riservato allo Stato di diritto di esercitare la pubblicità sui beni demaniali e patrimoniali affidati alle Ferrovie dello Stato, anche quando la pubblicità stessa sia visibile o percepibile da aree e strade comunali, provinciali o statali, nonché sui Veicoli di proprietà privata circolanti sulle linee ferroviarie.

3. Gli impianti ed i mezzi pubblicitari non autorizzati preventivamente od installati violando le disposizioni di cui al primo comma devono essere rimossi in conformità a quanto previsto dall'art. 39.

4. Le altre forme pubblicitarie non autorizzate preventivamente od effettuate in violazione delle norme di cui al primo comma devono cessare immediatamente dopo la diffida scritta degli agenti comunali.

5. Si applicano per le violazioni suddette le sanzioni previste dall'art. 24 del D.Lgs. n. 507/1993 e s.m., indicate nell'art. 39 del presente regolamento, a seconda della loro natura.

Art. 6 - Divieti di installazione ed effettuazione di pubblicità

1. Nell'ambito ed in prossimità dei luoghi sottoposti a vincoli di tutela di bellezze naturali, paesaggistiche ed ambientali non può essere autorizzato il collocamento di cartelli ed altri mezzi pubblicitari se non con il previo consenso di cui all'art. 14 della legge 29 giugno 1939, n. 1497 e s.m..

2. Sugli edifici e nei luoghi di interesse storico ed artistico, su statue, monumenti, fontane monumentali e sugli altri beni di cui all'art. 22 della legge 1 giugno 1939, numero 1089, sul muro di cinta e nella zona di rispetto dei cimiteri, sugli edifici adibiti a sede di ospedali e chiese, e nelle loro immediate adiacenze, è vietato collocare cartelli ed altri mezzi di pubblicità. Può essere autorizzata l'apposizione sugli edifici suddetti e sugli spazi adiacenti di targhe ed altri mezzi di indicazione, di materiale e stile compatibile con le caratteristiche architettoniche degli stessi e dell'ambiente nel quale sono inseriti.

3. Nelle località di cui al primo comma e sul percorso d'immediato accesso agli edifici di cui al secondo comma può essere autorizzata l'installazione, con idonee modalità d'inserimento ambientale, dei segnali di localizzazione, turistici e d'informazione di cui agli artt. 131, 134, 135 e 136 del regolamento emanato con il D.P.R. 16 dicembre 1992, n. 495.

4. Lungo le strade, in vista di esse e sui veicoli si applicano i divieti previsti dall'art. 23 del codice della strada emanato con il D.Lgs. 30 aprile 1992, n. 285, modificato dall'art. 13 del D.Lgs. 10 settembre 1993, n. 360, dalla Legge 7 dicembre 1999 n. 472 e dal D.M. 24 dicembre 2002, secondo le norme di attuazione stabilite dal paragrafo 3, capo I, titolo II, del regolamento emanato con il D.Lgs 16 dicembre 1992, n. 495.

5. All'interno del vecchio nucleo e nei luoghi di particolare pregio non è autorizzata l'installazione di insegne, cartelli ed altri mezzi pubblicitari che, su parere della Commissione edilizia comunale, risultino in contrasto con i valori ambientali e tradizionali che caratterizzano le zone predette e gli edifici nelle stesse compresi. Per l'applicazione delle presente norma si fa riferimento alle delimitazioni previste dal piano regolatore generale.

6. Nelle adiacenze degli edifici di interesse storico ed artistico, adibiti ad attività culturali, delle sedi di uffici pubblici, ospedali, case di cura. e di riposo, scuole, chiese e cimiteri, è vietata ogni forma di pubblicità fonica.

7. Agli impianti, ai mezzi pubblicitari ed alle altre forme vietate dal presente articolo si applicano, a carico dei soggetti responsabili, i provvedimenti e le sanzioni di cui ai commi 3, 4 e 5 del precedente art. 5.

Art. 7 - Condizioni e limitazioni per la pubblicità lungo le strade

1. L'installazione di mezzi pubblicitari consentita lungo le strade od in vista di esse fuori dei centri abitati dall'art. 23 del D.Lgs. 30 aprile 1992, n. 285 e s.m., è soggetta alle condizioni, limitazioni e prescrizioni previste da detta norma e dalle modalità di attuazione della stessa stabilite dal par.3^a, capo I, titolo II, del regolamento emanato con il D.P.R. 16 dicembre 1992, n. 495.

2. All'interno del centro abitato delimitato dal piano topografico dell'ultimo censimento:

a) si osservano le disposizioni di cui al 5^a comma dell'art. 6 per la superficie degli stessi eventualmente classificata "vecchio nucleo";

b) l'installazione di mezzi pubblicitari è disciplinata dall'art. 10 ed è autorizzata con le modalità stabilite dall'art. 10 del presente regolamento. Il Sindaco può concedere deroghe alle distanze minime di posizionamento dei cartelli su strade urbane di quartiere e strade locali, tenuto conto di quanto dispongono le norme in precedenza richiamate;

c) per la dimensione dei cartelli si osservano le disposizioni contenute nell'art.48 del D.P.R. n. 495/1992 modificato con D.P.R. 16 dicembre 1996, n. 610.

Art. 8 - Tipologia dei mezzi pubblicitari

1. Le tipologie pubblicitarie oggetto del presente regolamento sono classificate, secondo il D.Lgs. 15 novembre 1993, n. 507, in :

- a) pubblicità ordinaria;
- b) pubblicità effettuata con veicoli;
- c) pubblicità varia.

2. La pubblicità ordinaria è effettuata mediante insegne, cartelli, locandine, targhe, stendardi e con qualsiasi altro mezzo non previsto dai successivi commi.

Per le definizioni relative alle insegne, targhe, cartelli, locandine, stendardi ed altri mezzi pubblicitari si fa riferimento a quelle effettuate dai commi 1, 3, 5, 6, 7 e 8 dell'art. 47 del regolamento emanato con D.P.R. 16 dicembre 1992, n. 495 e s.m., intendendosi compresi negli "altri mezzi pubblicitari" i "segni orizzontali reclamistici" ed esclusi gli "striscioni", disciplinati dalle norme del presente regolamento relative alla "pubblicità varia".

E' compresa nella "pubblicità ordinaria" la pubblicità mediante affissioni effettuate direttamente, anche per conto altrui, di manifesti e simili su apposite strutture adibite all'esposizione di tali mezzi.

3. La pubblicità effettuata con veicoli è distinta come appresso:

- a) pubblicità visiva effettuata per conto proprio od altrui all'interno ed all'esterno di veicoli in genere, di uso pubblico o privato, di seguito definita "pubblicità ordinaria con veicoli";
- b) pubblicità effettuata per conto proprio su veicoli di proprietà dell'impresa o adibiti ai trasporti per suo conto, compresi i veicoli circolanti con rimorchio, di seguito definita "pubblicità con veicoli dell'impresa".

Per l'effettuazione di pubblicità con veicoli si osservano le disposizioni di cui agli artt. 57 e 59 del regolamento emanato con D.P.R. 16 dicembre 1992, n. 495 e s.m..

4. La pubblicità varia comprende:

- a) la pubblicità effettuata con striscioni, festoni di bandierine od altri mezzi simili, che attraversano strade o piazze di seguito definita "pubblicità con striscioni";
- b) la pubblicità eseguita con palloni frenati o simili, definita "pubblicità con palloni frenati";
- c) la pubblicità effettuata a mezzo di apparecchi amplificatori e simili, definita "pubblicità fonica".

Art. 9 - Caratteristiche e modalità di installazione e manutenzione

1. I cartelli e gli altri mezzi pubblicitari non luminosi devono avere le caratteristiche ed essere installati con le modalità e cautele prescritte dall'art. 49 del D.P.R. 16 dicembre 1992, n. 495 e s.m. e con l'osservanza di quanto stabilito dall'art. 8 del presente regolamento.

2. I cartelli e gli altri mezzi pubblicitari posti fuori dei centri abitati, lungo o in prossimità delle strade dove ne è consentita l'installazione, devono essere conformi a quanto prescrive l'art. 50 del D.P.R. 16 dicembre 1992, numero 495 e s.m..

Art. 10 - Autorizzazioni

1. Il rilascio delle autorizzazioni al posizionamento ed alla installazione di cartelli ed altri mezzi pubblicitari fuori dai centri abitati, sulle strade ed aree pubbliche comunali ed assimilate o da esse visibili è soggetto alle disposizioni stabilite dall'art. 53 del D.P.R. 16 dicembre 1992, numero 495 e s.m. ed è effettuato dal Comune al quale deve essere presentata la domanda con la documentazione prevista dal successivo terzo comma.

2. Il rilascio delle autorizzazioni al posizionamento ed alla installazione di insegne, targhe, cartelli ed altri mezzi pubblicitari nei centri abitati è di competenza del Comune, salvo il preventivo nulla-osta tecnico dell'ente proprietario se la strada è statale, regionale o provinciale, in conformità al quarto comma dell'art. 23 del D.Lgs. 30 aprile 1992, n. 285 e s.m..

3. Il soggetto interessato al rilascio dell'autorizzazione presenta la domanda presso l'ufficio comunale, in originale e copia, allegando:

a) una auto-attestazione, redatta ai sensi della legge 4 gennaio 1968, n. 15 così come modificata dalla L. 15.05.1997 n. 127, con la quale dichiara che il mezzo pubblicitario che intende collocare ed i suoi sostegni sono calcolati, realizzati e posti in opera in modo da garantirne sia la stabilità sia la conformità alle norme previste a tutela della circolazione di veicoli e persone, con assunzione di ogni conseguente responsabilità;

b) un bozzetto od una fotografia del mezzo pubblicitario con l'indicazione delle dimensioni, del materiale con il quale viene realizzato ed installato;

c) una planimetria con indicata la posizione nella quale s'intende collocare il mezzo;

d) il nulla-osta tecnico dell'ente proprietario della strada, se la stessa non è comunale.

Per l'installazione di più mezzi pubblicitari è presentata una sola domanda ed una sola auto-attestazione. Se l'autorizzazione viene richiesta per mezzi aventi lo stesso bozzetto e caratteristiche, è allegata una sola copia dello stesso.

Copia della domanda viene restituita con l'indicazione:

a) della data e numero di ricevimento al protocollo comunale;

b) del funzionario responsabile del procedimento;

c) della ubicazione del suo ufficio e dei numeri di telefono o fax;

d) del termine di cui al successivo comma, entro il quale sarà emesso il provvedimento.

4. Il responsabile del procedimento istruisce la richiesta, acquisendo direttamente il parere tecnico dell'unità organizzativa interna ed entro 60 giorni dalla presentazione concede o nega l'autorizzazione. Il diniego deve essere motivato.

5. Il Comune provvede agli adempimenti prescritti dall'art. 53, commi 9 e 10, del D.P.R. 16 dicembre 1992, n. 495 e s.m..

Art. 11 - Obblighi del titolare dell'autorizzazione

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

a) verificare periodicamente il buono stato di conservazione dei cartelli e degli altri mezzi pubblicitari e delle loro strutture di sostegno;

b) effettuare tutti gli interventi necessari al mantenimento delle condizioni di sicurezza;

c) adempiere nei tempi prescritti a tutte le disposizioni impartite dal Comune, sia al momento del rilascio dell'autorizzazione, sia successivamente per intervenute e motivate esigenze;

d) provvedere alla rimozione in caso di scadenza, decadenza o revoca dell'autorizzazione o del venire meno delle condizioni di sicurezza previste all'atto dell'installazione o di motivata richiesta del Comune.

2. In ogni cartello o mezzo pubblicitario autorizzato deve essere applicata la targhetta prescritta dall'art. 55 del D.P.R. n. 495/1992 e s.m..

3. Il titolare dell'autorizzazione per la posa di segni orizzontali reclamistici sui piani stradali nonché di striscioni e stendardi, ha l'obbligo di provvedere alla rimozione degli stessi entro le quarantotto successive alla conclusione della manifestazione o spettacolo per il cui svolgimento sono stati autorizzati, ripristinando il preesistente stato dei luoghi e delle superfici stradali.

4. Le disposizioni del presente articolo si applicano anche nel caso in cui l'installazione o la posa del mezzo pubblicitario sia avvenuta a seguito del verificarsi del silenzio-assenso da parte del Comune.

CAPO III IL PIANO GENERALE DEGLI IMPIANTI PUBBLICITARI

Art. 12 - Criteri generali

1. La pubblicità esterna e le pubbliche affissioni sono effettuate nel territorio di questo Comune in conformità al piano generale degli impianti pubblicitari da realizzarsi in attuazione delle modalità e dei criteri stabiliti dal D.Lgs. 15 novembre 1993, n. 507 e dal presente regolamento.

2. Il piano degli impianti pubblicitari è articolato in due parti. La prima parte determina gli ambiti del territorio comunale nei quali sono localizzati i mezzi di pubblicità esterna, compresi nelle tipologie di cui all'art. 8, commi 2 e 4 del presente regolamento. La seconda parte definisce la localizzazione nel territorio comunale degli impianti per le pubbliche affissioni di cui al successivo art. 14.

3. Il piano generale degli impianti pubblicitari è approvato con apposita deliberazione da adottarsi dalla Giunta comunale.

4. Alla formazione del piano provvede un gruppo di lavoro costituito dai funzionari comunali responsabili dei servizi pubblicità ed affissioni, urbanistici, della viabilità e della polizia municipale. Se il servizio è affidato in concessione fa parte del gruppo di lavoro responsabile del servizio designato dal concessionario. Il progetto del piano è sottoposto a parere della Commissione Edilizia che è dalla stessa espresso entro 20 giorni dalla richiesta. Il gruppo di lavoro, esaminato il parere della Commissione o preso atto della scadenza del termine senza osservazioni, procede alla redazione del piano definitivo che è approvato secondo quanto previsto dal precedente comma.

5. Dall'entrata in vigore del presente regolamento e del piano generale degli impianti viene dato corso alle istanze per l'installazione di impianti pubblicitari per i quali i relativi provvedimenti erano già stati adottati alla data di entrata in vigore del D.Lgs. n. 507/93. Dalla stessa data il Comune provvede a dar corso ai procedimenti relativi alle richieste di installazione di nuovi impianti.

6. il piano generale degli impianti può essere adeguato o modificato entro il 31 ottobre di ogni anno, con decorrenza dall'anno successivo, per effetto delle variazioni intervenute nella consistenza demografica del Comune, dell'espansione dei centri abitati, dello sviluppo della viabilità e di ogni altra causa rilevante che viene illustrata nella motivazione del provvedimento di modifica.

Art. 13 - La pubblicità esterna

1. Il piano comprende i mezzi destinati alla pubblicità esterna ed indica le posizioni nelle quali è consentita la loro installazione nel territorio comunale.

2. Sono pertanto escluse dal piano le localizzazioni vietate dall'art. 6 del presente regolamento, salvo quanto previsto dal quinto comma dello stesso per l'installazione di mezzi pubblicitari all'interno dei centri storici. Per tali mezzi il piano definisce, in linea generale, le caratteristiche delle zone e degli edifici in cui l'installazione può essere consentita, con l'espletamento della procedura stabilita dalla norma suddetta.

3. Per l'installazione dei mezzi pubblicitari fuori dei centri abitati, lungo le strade comunali ed in vista di esse il piano, osservato quanto stabilito dal primo comma dell'articolo 7, individua le località e le posizioni nelle quali, per motivate esigenze di pubblico interesse, determinate dalla natura e dalla situazione dei luoghi, il collocamento è soggetto a particolari condizioni od a limitazioni delle dimensioni dei mezzi.

4. Nell'interno dei centri abitati il piano prevede, per la installazione di mezzi pubblicitari lungo le strade comunali, provinciali, regionali, statali ed in vista di esse, autorizzata dal Comune previo nulla-osta tecnico dell'ente proprietario:

a) le caratteristiche delle zone nelle quali, su aree pubbliche o private, concesse dal soggetto proprietario, può essere autorizzata l'installazione dei mezzi pubblicitari e le dimensioni per gli stessi consentite nell'ambito di quelle massime stabilite dall'art. 7. Per quanto possibile individua le zone utilizzabili per le predette installazioni pubblicitarie;

b) le caratteristiche degli edifici sui quali può essere autorizzata l'installazione di cartelli ed altri mezzi pubblicitari e le dimensioni per gli stessi consentite;

c) le tipologie generali e le dimensioni massime delle insegne, targhe ed altri mezzi pubblicitari, correlate a quelle sia degli edifici sui quali devono essere installati, sia delle caratteristiche delle zone ove questi sono situati.

5. Il piano comprende:

a) la definizione degli edifici, impianti, opere pubbliche, strutture ed aree attrezzate ed altri luoghi di proprietà o in disponibilità del Comune, pubblici o aperti al pubblico, nei quali può essere autorizzata l'installazione di mezzi per la diffusione di messaggi pubblicitari effettuata attraverso forme di comunicazione visiva od acustica percepibili nell'interno e dall'esterno;

b) la definizione dei luoghi pubblici od aperti al pubblico, di proprietà o gestione privata, nei quali si effettuano le attività pubblicitarie di cui alla precedente lettera a);

c) i criteri per la localizzazione e le modalità tecniche per la collocazione, in condizioni di sicurezza per i terzi, di striscioni, locandine, stendardi, festoni di bandierine e simili.

Art. 14 - Gli impianti per le pubbliche affissioni

1. La seconda parte del piano degli impianti pubblicitari è costituita dagli impianti da adibire alle pubbliche affissioni.

2. In conformità a quanto dispone il terzo comma dell'articolo 18 del D.Lgs. 15 novembre 1993, n. 507, tenuto conto che la popolazione del Comune al 31 dicembre 1992, era costituita da n. 4.380 abitanti, la superficie degli impianti da adibire alle pubbliche affissioni è stabilita in complessivi mq. 50, proporzionata al predetto numero di abitanti e, comunque, non inferiore a mq. 12 per ogni mille abitanti.

3. La superficie complessiva degli impianti per le pubbliche affissioni, sopra determinata, è ripartita come appresso:

a) = mq. 16,80, pari al 21,80% è destinata alle affissioni di natura istituzionale, sociale o comunque priva di rilevanza economica, effettuata dal servizio comunale;

b) = mq. 60,20, pari al 78,20% è destinata alle affissioni di natura commerciale, effettuate dal Concessionario.

4. Gli impianti per le pubbliche affissioni possono essere costituiti da:

a) vetrine per l'esposizione di manifesti;

b) stendardi porta manifesti;

c) superfici adeguatamente predisposte e delimitate, ricavate da muri di recinzione, di sostegno, da strutture appositamente predisposte per questo servizio;

d) da armature, steccati, ponteggi, schermature di carattere provvisorio prospicienti il suolo pubblico, per qualunque motivo costruiti.

5. Tutti gli impianti hanno, di regola, dimensioni pari o multiple di cm. 70x100 e sono collocati in posizioni che consentono la libera e totale visione e percezione del messaggio pubblicitario da spazi pubblici per tutti i lati che vengono utilizzati per l'affissione.

6. Gli impianti non possono essere collocati nei luoghi nei quali è vietata l'installazione di mezzi pubblicitari dall'art. 6 del presente regolamento.

7. L'installazione di impianti per le affissioni lungo le strade è soggetta alle disposizioni di cui all'art. 7 del presente regolamento e, in generale, alle disposizioni del D.Lgs. 30 aprile 1992, n. 285 e s.m. e del D.P.R. 16 dicembre 1992, n. 495 e s.m..

8. Il piano per gli impianti per le pubbliche affissioni indica, per ciascuno di essi:

a) la destinazione dell'impianto secondo quanto previsto dal comma 3;

b) l'ubicazione;

c) la tipologia secondo quanto previsto dal comma 4;

d) la dimensione ed il numero di fogli cm. 70x100 che l'impianto contiene;

e) la numerazione dell'impianto ai fini della sua individuazione.

9. Il piano degli impianti per le pubbliche affissioni è corredato da un quadro di riepilogo comprendente l'elenco degli impianti con il numero distintivo, l'ubicazione, la destinazione e la superficie.

10. La ripartizione degli spazi di cui al terzo comma può essere rideterminata ogni due anni, con deliberazione da adottarsi entro il 31 ottobre e che entra in vigore dal 1° gennaio dell'anno successivo, qualora nel periodo trascorso si siano verificate ricorrenti eccedenze od insufficienze di spazi in una o più categorie, rendendo necessario il riequilibrio delle superfici alle stesse assegnate in relazione alle effettive necessità accertate.

11. Il Comune ha facoltà di provvedere allo spostamento dell'ubicazione di impianti per le pubbliche affissioni in qualsiasi momento risulti necessario per esigenze di servizio, circolazione stradale, realizzazione di opere od altri motivi. Nel caso che lo spostamento riguardi impianti attribuiti a soggetti che effettuano affissioni dirette, convenzionate con il Comune per utilizzazioni ancora in corso al momento dello spostamento, gli stessi possono accettare di continuare l'utilizzazione dell'impianto nella nuova sede oppure rinunciare alla stessa, ottenendo dal Comune il rimborso del diritto già corrisposto per il periodo per il quale l'impianto non viene usufruito.

TITOLO II

**DISCIPLINA DELL'IMPOSTA SULLA PUBBLICITA' DEL SERVIZIO E DEL DIRITTO
SULLE PUBBLICHE AFFISSIONI**

**CAPO I
DISCIPLINA GENERALE**

Art. 15 - Applicazione dell'imposta e del diritto

1. In conformità alle disposizioni del Capo I del D.Lgs. 15 novembre 1993, n. 507 e del presente regolamento, la pubblicità esterna è soggetta ad un'imposta e le pubbliche affissioni ad un diritto, dovuti al Comune nel cui territorio sono effettuate.

Art. 16 - Classificazione del Comune

1. In base alla popolazione residente al 31 dicembre dell'anno 1992, penultimo precedente a quello 1994, in corso al momento di adozione del presente regolamento, che dai dati pubblicati risulta costituita al 30.06.1994 da n. 4.380 abitanti, il Comune è classificato, in conformità all'art. 12 del D.Lgs. 15 novembre 1993, n. 507, nella classe V.a.

Verificandosi variazioni della consistenza della popolazione determinate con riferimento a quanto stabilito nel precedente comma, che comportino la modifica della classe di appartenenza del Comune, la Giunta comunale ne prende atto con deliberazione da adottarsi entro il 31 ottobre e, contestualmente, dispone l'adeguamento delle tariffe per l'anno successivo.

Art. 17 - La deliberazione delle tariffe

1. Le tariffe dell'imposta sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni sono deliberate dalla Giunta Comunale entro il 31 dicembre di ogni anno ed entrano in vigore il 1° gennaio dell'anno successivo; qualora non vengano modificate entro il termine predetto, s'intendono prorogate di anno in anno.

2. Copia autentica della deliberazione di approvazione delle tariffe deve essere trasmessa al Ministero delle Finanze - Direzione centrale per la fiscalità locale, entro trenta giorni dall'adozione.

**CAPO II
IMPOSTA SULLA PUBBLICITA' - DISCIPLINA**

Art. 18 - Presupposto dell'imposta

1. E' soggetta all'imposta comunale sulla pubblicità la diffusione di ogni messaggio pubblicitario, effettuata con qualsiasi forma di comunicazione visiva od acustica - diversa da quelle assoggettate al diritto sulle pubbliche affissioni - in luoghi pubblici ed aperti al pubblico o che sia percepibile da tali luoghi.

2. Si considerano luoghi aperti al pubblico quelli a cui si può accedere senza necessità di particolari autorizzazioni.

3. Si considerano rilevanti ai fini dell'imposizione:

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 il luogo nel quale viene esercitata un'attività.

Art. 19 - Soggetto passivo

1. Il soggetto passivo tenuto al pagamento dell'imposta comunale sulla pubblicità, in via principale, è colui che dispone, a qualsiasi titolo, del mezzo attraverso il quale il messaggio pubblicitario è diffuso.

2. E' obbligato solidalmente al pagamento dell'imposta colui che produce o vende i beni o fornisce i servizi oggetto della pubblicità.

3. Il titolare del mezzo pubblicitario di cui al precedente primo comma è pertanto tenuto all'obbligo della dichiarazione iniziale della pubblicità, delle variazioni della stessa ed al connesso pagamento dell'imposta. Allo stesso è notificato l'eventuale avviso di accertamento e di rettifica e nei suoi confronti sono effettuate le azioni per la riscossione coattiva dell'imposta, accessori e spese.

4. Nel caso in cui non sia possibile individuare il titolare del mezzo pubblicitario, installato senza autorizzazione, ovvero il procedimento di riscossione nei suoi confronti abbia esito negativo, il Concessionario notifica avviso di accertamento, di rettifica od invito al pagamento al soggetto indicato al secondo comma del presente articolo, sperando nei suoi confronti le azioni per il recupero del credito d'imposta, accessori e spese.

Art. 20 - Modalità di applicazione dell' imposta

1. L'imposta sulla pubblicità è determinata in base alla superficie della minima figura piana geometrica nella quale è circoscritto il mezzo pubblicitario, indipendentemente dal numero dei messaggi nello stesso contenuti.

2. L'imposta per i mezzi polifacciali è calcolata in base alla superficie complessiva adibita alla pubblicità.

3. Le iscrizioni pubblicitarie, espresse anche in forma simbolica, non collocate su struttura propria, sono assoggettate all'imposta per la superficie corrispondente all'ideale figura piana minima in cui sono comprese.

4. L'imposta per i mezzi pubblicitari aventi dimensioni volumetriche è calcolata in base alla superficie complessiva determinata in base allo sviluppo del minimo solido geometrico nel quale può essere ricompreso il mezzo.

5. Le superfici inferiori ad un metro quadrato sono arrotondate, per eccesso, al metro quadrato e le frazioni di esso, oltre il primo, a mezzo metro quadrato.
6. L'imposta non si applica per superfici inferiori a trecento centimetri quadrati.
7. Agli effetti del calcolo della superficie imponibile i festoni di bandierine, i mezzi di identico contenuto pubblicitario e quelli riferibili al medesimo soggetto passivo, purché collocati in connessione fra loro, senza soluzione di continuità e funzionalmente finalizzati a diffondere nel loro insieme lo stesso messaggio o ad accrescerne l'efficacia, sono considerati come unico mezzo pubblicitario.
8. La pubblicità ordinaria effettuata mediante locandine da collocare a cura dell'utenza all'esterno od all'interno di locali pubblici od aperti al pubblico, è autorizzata dal concessionario, previo pagamento dell'imposta, mediante apposizione di timbro con la data di scadenza dell'esposizione.
Quando il collocamento diretto di locandine ha carattere ricorrente il committente deve presentare, con la prescritta dichiarazione, l'elenco completo dei locali nei quali detti mezzi pubblicitari vengono collocati. Quando tale esposizione ha carattere occasionale si prescinde dall'obbligo di presentare l'elenco dei locali.
9. L'imposta sulla pubblicità relativa alle affissioni dirette sugli impianti alle stesse destinati, è commisurata alla superficie complessiva di ciascun impianto, calcolata con l'arrotondamento di cui al comma 5, applicato per ogni impianto.
10. Le maggiorazioni d'imposta a qualunque titolo sono sempre applicate alla tariffa base e sono cumulabili. Le riduzioni d'imposta non sono cumulabili.
11. L'imposta per le fattispecie pubblicitarie previste dagli artt. 12, commi 1 e 3, 13, 14, commi 1 e 3, del D.Lgs. 15 novembre 1993, n. 507 è dovuta per anno solare di riferimento a cui corrisponde un'autonoma obbligazione tributaria; per le altre fattispecie il periodo d'imposta è quello specificato nelle disposizioni alle stesse relative.

Art. 21 - Dichiarazione

1. Ottenuta l'autorizzazione prevista dall'art. 10, il soggetto passivo dell'imposta, prima di iniziare la pubblicità, è tenuto a presentare al Concessionario su apposito modulo presso lo stesso disponibile, la dichiarazione, anche cumulativa, delle caratteristiche, quantità ed ubicazione dei mezzi pubblicitari. La dichiarazione è esente da bollo (tabella B, art. 5, D.P.R. 26.10.1972, n. 642, modif. dal D.P.R. 30 dicembre 1982, n. 955).
2. La dichiarazione deve essere presentata anche nel caso di variazione della pubblicità che comporti modifica dell'imposizione. Quando dalla stessa risulti dovuta l'integrazione dell'imposta pagata per lo stesso periodo, è allegata l'attestazione del pagamento eseguito. Nel caso che sia dovuto un rimborso da parte del Concessionario questo provvede, dopo le necessarie verifiche, entro 90 giorni, a mezzo assegno di c/c postale, senza spese per l'utente.
3. La dichiarazione della pubblicità annuale ha effetto anche per gli anni successivi, salvo che si verificano variazioni nei mezzi esposti che comportino la modifica dell'imposta entro il 31 gennaio dell'anno in riferimento, a meno che non venga presentata denuncia di cessazione entro il predetto termine.

4. Nei casi in cui sia omessa la presentazione della dichiarazione, la pubblicità ordinaria, effettuata con veicoli di cui all'art. 8, commi 2, 3 e del presente regolamento si presume effettuata, in ogni caso, con decorrenza dal 1° gennaio dell'anno in cui è stata accertata. Le altre forme di pubblicità di cui al predetto art. 8, comma 4, si presumono effettuate dal primo giorno del mese in cui è stato effettuato l'accertamento.

Art. 22 - Rettifica ed accertamento d'ufficio

1. Entro due anni dalla data in cui è stata - o avrebbe dovuto essere - presentata la dichiarazione, il Concessionario procede a rettifica o ad accertamento d'ufficio mediante apposito avviso notificato al contribuente a mezzo di raccomandata postale con A.R..

2. Nell'avviso devono essere indicati il soggetto passivo, le caratteristiche e l'ubicazione del mezzo, l'ammontare dell'imposta o della maggiore imposta accertata, delle soprattasse dovute e dei relativi interessi ed il termine di sessanta giorni per il pagamento.

3. Nell'avviso devono essere inoltre precisate:

- il Concessionario emittente, il suo indirizzo ed orario di servizio ed il numero telefonico;

- il termine entro il quale può essere proposto ricorso, la commissione tributaria competente e la forma da osservare, in conformità agli artt. 18, 19, 20 e 21 del D.Lgs. 31 dicembre 1992, n. 546 e s.m.;

4. Gli avvisi di accertamento e rettifica sono sottoscritti dal rappresentante del Concessionario.

Art. 23 - Pagamento dell'imposta e del diritto

1. Il pagamento dell'imposta sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni aventi carattere commerciale deve essere effettuato a mezzo di conto corrente postale intestato al Concessionario. L'attestazione dell'avvenuto pagamento dell'imposta sulla pubblicità è allegata alle dichiarazioni di cui ai commi 1 e 2 dell'art. 21. Negli anni successivi a quello della dichiarazione, l'attestazione e la ricevuta sono conservate dal soggetto d'imposta per essere esibite per eventuali controlli. Per il pagamento è utilizzato modello conforme a quello autorizzato con decreto ministeriale.

2. L'imposta per la pubblicità relativa a periodi inferiori all'anno solare deve essere corrisposta in unica soluzione prima dell'effettuazione, al momento della dichiarazione.

3. L'imposta per la pubblicità annuale deve essere corrisposta in unica soluzione entro il 31 gennaio di ogni anno. Qualora l'importo annuale sia superiore a euro 1549,37 il pagamento può essere effettuato in rate trimestrali, entro il 31 gennaio, 30 aprile, 31 luglio e 31 ottobre.

3.bis. E' facoltà dell'Amministrazione comunale, con apposito provvedimento di giunta, prorogare i termini di cui al comma 3.

4. Il pagamento del diritto relativo alle pubbliche affissioni non aventi carattere commerciale può essere effettuato sia a mezzo di conto corrente postale, sia direttamente al Concessionario al momento della richiesta del servizio d'affissione. L'attestazione del pagamento del diritto a mezzo del conto corrente postale è allegata alla commissione per l'affissione dei manifesti. Per il pagamento diretto l'ufficio rilascia ricevuta da apposito bollettario.

5. La riscossione coattiva dell'imposta e del diritto si effettua secondo le disposizioni degli artt. 67 e 68 del D.P. R. 28 gennaio 1988, n. 43 e successive modificazioni. Il ruolo deve essere formato e reso esecutivo entro il 31 dicembre del secondo anno successivo a quello in cui l'avviso di accertamento o di rettifica è stato notificato secondo le istruzioni di cui al decreto del Ministero delle Finanze 28 dicembre 1989 e successive modificazioni. Nel caso di sospensione della riscossione il ruolo è formato e reso esecutivo entro il 31 dicembre dell'anno successivo a quello di scadenza del periodo di sospensione.

6. I crediti del Concessionario relativi all'imposta sulla pubblicità ed ai diritti sulle pubbliche affissioni hanno privilegio generale sui mobili del creditore, subordinatamente a quello dello Stato, ai sensi dell'art. 2752, comma quarto, del Codice Civile.

7. Entro il termine di due anni decorrente dal giorno nel quale è stato effettuato il pagamento dell'imposta sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni, oppure quello in cui è stato definitivamente accertato il diritto al rimborso, il contribuente può chiedere la restituzione di somme versate e non dovute mediante istanza in carta libera (tabella B, art. 5, D.P.R. n. 642/1972) indirizzata al Concessionario che provvede al rimborso nel termine di 90 giorni dalla richiesta.

CAPO III

IMPOSTA SULLA PUBBLICITA' - TARIFFE

Art. 24 - Tariffe

1. Le tariffe dell'imposta sulla pubblicità sono deliberate dalla Giunta Comunale nelle misure stabilite dal D.Lgs. 15 novembre 1993, n. 507 e secondo quanto disposto dal presente regolamento per l'attuazione del predetto decreto:

- a) con l'art. 8 per la tipologia dei mezzi pubblicitari;
- b) con l'art. 16 per la classe demografica alla quale appartiene il Comune;
- e) con l'art. 17 per le modalità, i termini e la procedura dell'atto deliberativo;
- d) dalle norme di cui al presente capo.

Art. 25 - Pubblicità ordinaria

1. L'imposta per la pubblicità ordinaria, effettuata con i mezzi di cui all'art. 9, comma 2, del regolamento, si applica, secondo la tariffa stabilita, per la classe del Comune, con l'art. 12 del D.Lgs. n. 507/1993, per anno solare e per metro quadrato di superficie determinato con le modalità di cui al precedente art. 23.

2. Per la pubblicità che ha durata non superiore a tre mesi si applica per ogni mese o frazione una tariffa pari ad un decimo di quella annua. Per la pubblicità che ha durata superiore a tre mesi si applica la tariffa annua.

3. Per la pubblicità effettuata mediante affissioni dirette, anche per conto altrui, di manifesti e simili sulle apposite strutture riservate all'esposizione diretta di tali mezzi, si applica l'imposta

ordinaria in base alla superficie di ciascun impianto determinata in conformità all'art. 21, nella misura stabilita per anno solare, indipendentemente dall'effettiva durata dell'utilizzazione.

4. La pubblicità di cui ai commi precedenti ha la superficie minima di mq. 5,5.

Art. 26 - Pubblicità ordinaria con veicoli

1. L'imposta per la pubblicità ordinaria effettuata con veicoli ed altri mezzi compresi nelle tipologie previste dall'art. 8, comma terzo, lettera a) del regolamento, si applica secondo la tariffa stabilita, per la classe del Comune, dal I comma dell'art. 13 del D.Lgs. n. 507/1993, per anno solare e per metro quadrato di superficie determinata con le modalità di cui al precedente art. 23.

2. Per i veicoli adibiti ad uso pubblico l'imposta è dovuta al Comune che ha rilasciato la licenza di esercizio.

3. Per i veicoli adibiti a servizio di linea interurbana l'imposta è dovuta per metà a ciascuno dei comuni in cui ha inizio e fine la corsa.

4. Per i veicoli ad uso privato l'imposta è dovuta al Comune in cui il proprietario del veicolo ha la residenza anagrafica o la sede.

Art. 27 - Pubblicità con veicoli dell'impresa

1. L'imposta per la pubblicità effettuata per proprio conto con veicoli di proprietà dell'impresa o adibiti ai trasporti per conto della stessa è dovuta, per anno solare:

- al Comune ove ha sede l'impresa o qualsiasi sua dipendenza;
- ovvero al Comune dove sono domiciliati i suoi agenti mandatarari che alla data del 1° gennaio di ciascun anno, o a quella successiva di immatricolazione, hanno in dotazione i veicoli suddetti;
- secondo la tariffa deliberata dalla Giunta comunale in conformità all'art. 13, comma terzo, del D.Lgs. n. 507/1993.

2. Per i veicoli di cui al precedente comma circolanti con rimorchio sul quale viene effettuata la pubblicità, la tariffa dell'imposta è raddoppiata.

3. Non è dovuta l'imposta per l'indicazione sui veicoli di cui ai precedenti commi del marchio, della ragione sociale e dell'indirizzo dell'impresa, purché tali indicazioni siano apposte per non più di due volte e ciascuna iscrizione non superi la superficie di mezzo metro quadrato.

4. L'attestazione dell'avvenuto pagamento dell'imposta deve essere conservata in dotazione al veicolo ed esibita a richiesta degli agenti autorizzati.

Art. 28 - Pubblicità varia

1. La tariffa dell'imposta per la pubblicità effettuata:

1.1. con striscioni od altri mezzi simili che attraversano strade o piazze si applica, per ciascun metro quadrato e per ogni periodo di esposizione di 15 giorni o frazione, nella misura stabilita, per la classe del comune, dal primo comma dell'art. 15 del decreto. La superficie soggetta ad

imposta è determinata con le modalità di cui all'art. 20, commi secondo e settimo, del regolamento. Non si applicano maggiorazioni riferite alla dimensione del mezzo pubblicitario;

1.2. in forma ambulante, mediante distribuzione, a mezzo di persone o veicoli, di manifestini od altro materiale pubblicitario oppure mediante persone circolanti con cartelli ed altri mezzi pubblicitari è dovuta, per ciascuna persona impiegata nella distribuzione od effettuazione e per ogni giorno o frazione, indipendentemente dalla dimensione dei mezzi pubblicitari o dalla quantità di materiale distribuito, nella misura stabilita, per la classe del Comune, dal quarto comma dell'art. 15 del decreto;

1.3. a mezzo di amplificatori e simili è dovuta, per ciascun punto di pubblicità e per ciascun giorno o frazione della misura stabilita, per la classe del Comune, dal quinto comma dell'art. 15 del decreto.

2. L'indicazione "decreto", contenuta nei precedenti commi, s'intende riferita al D.Lgs. 15 novembre 1993, n. 507 e successive modificazioni.

Art. 29 - Imposta sulla pubblicità - riduzioni

1. La tariffa dell'imposta sulla pubblicità è ridotta alla metà:

a) per la pubblicità - avente caratteristiche e finalità di cui alle lettere b) e c) del terzo comma dell'art. 18 del presente regolamento - effettuata da Comitati, Associazioni, Fondazioni e da ogni altro ente che non abbia scopo di lucro;

b) per la pubblicità, relativa a manifestazioni politiche, sindacali e di categoria, culturali, sportive, filantropiche e religiose, da chiunque realizzate, con il patrocinio o la partecipazione di enti pubblici;

c) per la pubblicità relativa a festeggiamenti patriottici, religiosi, a spettacoli viaggianti e di beneficenza.

2. Alla pubblicità realizzata con mezzi che comprendono, con i messaggi relativi ai soggetti ed alle manifestazioni di cui al primo comma anche l'indicazione di persone, ditte e società che hanno contribuito all'organizzazione delle manifestazioni stesse, si applica la riduzione prevista dal presente articolo. Nei casi in cui tali indicazioni siano associate a messaggi aventi le caratteristiche e le finalità di cui all'art. 18, terzo comma, lettera a), si applica la tariffa dell'imposta senza alcuna riduzione.

3. I requisiti soggettivi previsti dalla lettera a) del primo comma sono autocertificati dal soggetto passivo nella dichiarazione di cui all'art. 21, con formula predisposta dal Concessionario e sottoscrizione dell'interessato autenticata dal Funzionario responsabile. Quando sussistono motivi per verificare l'effettivo possesso dei requisiti autocertificati, il Funzionario responsabile invita il soggetto passivo a presentare al Concessionario, che ne acquisisce copia, la documentazione ritenuta necessaria per comprovarli, fissando un congruo termine per adempiere. L'autocertificazione e la documentazione sono acquisite per la prima dichiarazione e non devono essere ripetute dallo stesso soggetto in occasione di successive esposizioni di mezzi pubblicitari.

4. I requisiti oggettivi di cui alle lettere b) e c) del primo comma sono, per quanto possibile, verificati direttamente dal Concessionario attraverso l'esame dei mezzi pubblicitari o dei loro fac-simili.

Art. 30 - Imposta sulla pubblicità - esenzioni

1. Sono esenti dall'imposta sulla pubblicità:

a) la pubblicità realizzata all'interno dei locali adibiti alla vendita di beni od alla prestazione di servizi quando si riferisca all'attività esercitata nei locali stessi; i mezzi pubblicitari - ad eccezione delle insegne - esposti nelle vetrine e sulle porte d'ingresso dei locali suddetti purché siano attinenti all'attività in essi esercitata e non superino, nel loro insieme, la superficie complessiva di mezzo metro quadrato per ciascuna vetrina od ingresso;

b) gli avvisi al pubblico:

1) esposti nelle vetrine o sulle porte d'ingresso dei locali o, ove queste manchino, nelle immediate adiacenze del punto di vendita, relativi all'attività svolta;

2) riguardanti la locazione e la compravendita degli immobili sui quali sono affissi, di superficie non superiore ad un quarto di mq;

c) la pubblicità all'interno, sulle facciate esterne o sulla recinzione dei locali di pubblico spettacolo, quando si riferisce alle rappresentazioni in programma nei locali predetti;

d) la pubblicità - escluse le insegne - relative ai giornali ed alle pubblicazioni periodiche, esposta sulle sole facciate esterne delle edicole o all'interno, nelle vetrine e sulle porte d'ingresso dei negozi ove si effettua la vendita;

e) la pubblicità comunque effettuata in via esclusiva dallo Stato e dagli enti pubblici territoriali;

f) le insegne, le targhe e simili apposte per l'individuazione delle sedi di comitati, associazioni, fondazioni e di ogni altro ente che non persegue scopi di lucro;

g) le insegne, le targhe e simili la cui esposizione sia obbligatoria per disposizione di legge o di regolamento, di dimensioni non superiori a mezzo metro quadrato di superficie, salvo che le stesse non siano espressamente stabilite dalle disposizioni predette.

1.bis. Ai sensi dell'art.10, comma 1, lettera c) della legge 448/2001, l'imposta non è dovuta per insegne ad esercizio di attività commerciali e di produzioni di beni o servizi che contraddistinguono la sede ove si svolge l'attività cui si riferisce, di superficie complessiva fino a 5 metri quadrati.

2. Ai fini dell'esenzione dall'imposta di cui al precedente comma l'attività esercitata è quella risultante dalle autorizzazioni comunali, di pubblica sicurezza, di altre autorità od accertata dal registro delle imprese presso la Camera di Commercio.

3. L'esenzione dall'imposta prevista dalla lettera e) del precedente primo comma compete agli enti pubblici territoriali per la pubblicità effettuata nell'ambito della loro circoscrizione.

4. I soggetti di cui alla lettera f) del primo comma devono presentare in visione al Concessionario idonea documentazione od autocertificazione relativa al possesso dei requisiti richiesti per beneficiare dell'esenzione. La mancata presentazione dei documenti suddetti nei termini stabiliti, comporta l'applicazione dell'imposta sulla pubblicità non essendo stato privato il diritto all'esenzione.

CAPO IV IL SERVIZIO DELLE PUBBLICHE AFFISSIONI

Art. 31 - Finalità

1. Il Concessionario, per conto del Comune assicura l'affissione negli appositi impianti a ciò destinati, di manifesti costituiti da qualunque materiale idoneo, contenenti comunicazioni aventi finalità istituzionali, sociali o comunque prive di rilevanza economica e, nella misura prevista dall'articolo 14, di messaggi diffusi nell'esercizio di attività commerciali.

2. I manifesti aventi finalità istituzionali, sociali o comunque privi di finalità economiche sono quelli pubblicati dal Comune e, di norma, quelli per i quali l'affissione è richiesta dai soggetti e per le finalità di cui all'art. 20 e 21 del D.Lgs. 15 novembre 1993, n. 507, richiamati nei successivi artt. 35 e 36 del presente regolamento.

3. La collocazione degli impianti destinati alle affissioni di cui al precedente comma deve essere particolarmente idonea per assicurare ai cittadini la conoscenza di tutte le informazioni relative all'attività del Comune, per realizzare la loro partecipazione consapevole all'amministrazione dell'ente e per provvedere tempestivamente all'esercizio dei loro diritti.

4. I manifesti che diffondono messaggi relativi all'esercizio di un'attività economica sono quelli che hanno per scopo di promuovere la domanda di beni o servizi o che risultano finalizzati a migliorare l'immagine del soggetto pubblicizzato.

5. I manifesti di natura commerciale la cui affissione viene richiesta direttamente al Concessionario sono dallo stesso collocati negli spazi di cui all'art. 14, nei limiti della capienza degli stessi.

6. I manifesti di natura commerciale da affiggere negli spazi da attribuire a soggetti privati per l'effettuazione di affissioni dirette nei limiti di cui all'art. 14 del regolamento sono classificati, ai fini tributari, come pubblicità ordinaria in conformità a quanto dispone il terzo comma dell'art. 12 del D.Lgs. 15 novembre 1993, n. 507, con applicazione dell'imposta in base alla superficie di ciascun impianto, nella misura e con le modalità di cui al comma terzo del precedente art. 25.

7. Verificandosi perduranti eccedenze di manifesti da affiggere in una classe degli impianti e, contemporaneamente, disponibilità ricorrente di spazi non utilizzati nelle altre classi la Giunta, su proposta del Concessionario, può disporre la temporanea deroga, per non più di 3 mesi, dai limiti stabiliti per ciascuna classe dall'art. 14. Alla scadenza del periodo di deroga il servizio viene effettuato con le modalità di cui all'art. 14. Qualora nel prosieguo del tempo siano confermate le eccedenze e disponibilità che hanno motivato la deroga, il Concessionario propone la definitiva modifica della ripartizione degli spazi.

Art. 32 - Affissioni - prenotazioni - registro cronologico

1. L'affissione s'intende prenotata dal momento in cui perviene al Concessionario preposto al servizio.
2. Il registro cronologico è tenuto presso l'ufficio affissioni e deve essere esibito a chiunque ne faccia richiesta.

Art. 33 - Criteri e modalità per l'espletamento del servizio

1. I manifesti devono essere fatti pervenire al Concessionario che organizza l'affissione.
2. Le affissioni devono essere effettuate secondo l'ordine di precedenza relativo al ricevimento, risultante dal registro cronologico di cui all'art. 32.
3. La durata dell'affissione decorre dal giorno in cui essa è stata effettuata al completo. Nello stesso giorno, su richiesta del committente, il Concessionario mette a sua disposizione l'elenco delle posizioni utilizzate con l'indicazione dei quantitativi affissi.
4. Su ogni manifesto affisso viene impresso il timbro del Concessionario con la data di scadenza prestabilita.
5. Il ritardo nell'effettuazione delle affissioni causato da avverse condizioni atmosferiche è considerato causa di forza maggiore. In ogni caso quando il ritardo è superiore a dieci giorni dalla data che era stata richiesta, il Concessionario provvede a darne tempestiva comunicazione, per scritto, al committente.
6. La mancanza di spazi disponibili deve essere comunicata al committente, per scritto, entro 10 giorni dalla richiesta di affissione, con l'indicazione del periodo nel quale si ritiene che l'affissione possa essere effettuata.
7. Nei casi di cui ai commi 5 e 6 il committente può annullare la commissione con avviso da inviarsi al Concessionario entro 10 giorni dal ricevimento delle comunicazioni negli stessi previste. L'annullamento della commissione non comporta oneri a carico del committente al quale il Concessionario provvede a rimborsare integralmente la somma versata entro novanta giorni dal ricevimento dell'avviso di annullamento. I manifesti restano a disposizione del committente presso il Concessionario per 30 giorni e, per disposizioni di questo, possono essere allo stesso restituiti od inviati ad altra destinazione dallo stesso indicata, con il recupero delle sole spese postali, il cui importo viene detratto dal rimborso del diritto.
8. Nel caso in cui la disponibilità degli impianti consenta di provvedere all'affissione di un numero di manifesti inferiore a quelli pervenuti o per una durata inferiore a quella richiesta, il Concessionario provvede ad avvertire il committente per scritto. Se entro cinque giorni da tale comunicazione la commissione non viene annullata, il Concessionario provvede all'affissione nei termini e per le quantità rese note all'utente e dispone entro 30 giorni il rimborso al committente dei diritti eccedenti quelli dovuti. I manifesti non affissi restano a disposizione dell'utente presso il Concessionario per 30 giorni, scaduti i quali saranno inviati al macero, salvo che ne venga richiesta la restituzione o l'invio ad altra destinazione, con il recupero delle sole spese, il cui importo viene detratto dai diritti eccedenti.

9. In tutti i casi in cui compete al committente il rimborso totale o parziale del diritto sulle affissioni lo stesso, con apposita comunicazione in scritto, può autorizzare il Concessionario ad effettuare il conguaglio fra l'importo dovuto per affissioni successivamente richieste e quella di cui spetta il rimborso.

10. Il Concessionario deve presentare per la pubblica consultazione di chiunque ne faccia richiesta:

- a) le tariffe del servizio;
- b) il registro cronologico delle commissioni.

11. Le disposizioni previste dal D.Lgs. 15 novembre 1993, n. 507 e dal presente regolamento per l'imposta sulla pubblicità si applicano, per quanto compatibili e non previsto in questo capo, anche al diritto sulle pubbliche affissioni.

CAPO V

DIRITTO SULLE PUBBLICHE AFFISSIONI

TARIFFE

Art. 34 - Tariffe - applicazione e misura

1. Il diritto sulle pubbliche affissioni è dovuto al Concessionario che provvede alla loro effettuazione, in solido da chi richiede il servizio e da colui nell'interesse del quale esso viene effettuato.

2. Il diritto è comprensivo dell'imposta sulla pubblicità relativa ai manifesti ed agli altri mezzi affissi e per i quali il diritto viene corrisposto.

3. Il diritto sulle pubbliche affissioni è dovuto, per ciascun foglio di dimensioni fino a cm 70x100, nella misura stabilita per la classe del Comune dal secondo comma dell'articolo 19 del D.Lgs. n. 507/1993, distintamente per i primi 10 giorni e per ogni periodo successivo di 5 giorni o frazione.

4. Per le commissioni inferiori a 20 fogli il diritto di cui al precedente comma è maggiorato del 50 per cento.

5. Per i manifesti costituiti da 8 fino a 12 fogli il diritto è maggiorato del 50%; per quelli costituiti da più di 12 fogli è maggiorato del 100%.

6. Le maggiorazioni del diritto, a qualunque titolo previsto, sono cumulabili tra loro e si applicano sulla tariffa base.

7. Le eventuali aggiunte ai manifesti già affissi sono soggette al pagamento del diritto corrispondente alla tariffa prevista per i primi 10 giorni.

Art. 35 - Tariffa - riduzioni

1. La tariffa del diritto per il servizio delle pubbliche affissioni è ridotta alla metà:

- a) per i manifesti riguardanti in via esclusiva lo Stato e gli enti pubblici territoriali e che non rientrano nei casi per i quali è prevista l'esenzione dall'art. 36.
- b) per i manifesti relativi ad attività politiche, sindacali e di categoria, culturali, sportive, filantropiche e religiose, da chiunque realizzate, con il patrocinio e la partecipazione degli enti pubblici territoriali;
- c) per i manifesti relativi ai festeggiamenti patriottici, religiosi, a spettacoli viaggianti e di beneficenza;
- d) per gli annunci mortuari.

2. I requisiti soggettivi previsti dalla lettera b) sono accertati con le modalità di cui al terzo comma dell'art. 29.

3. I requisiti oggettivi previsti dalle lettere c) e d) sono verificati attraverso l'esame di cui al quarto comma dell'art. 29.

Art. 36 - Diritto - esenzioni

1. Sono esenti dal diritto sulle pubbliche affissioni:

- a) i manifesti riguardanti le attività e funzioni istituzionali del comune, da esso svolte in via esclusiva, esposti nell'ambito del proprio territorio;
- b) i manifesti delle autorità militari relative alle iscrizioni nelle liste di leva, alla chiamata ed ai richiami alle armi;
- c) i manifesti dello Stato, delle regioni e delle province in materia di tributi;
- d) i manifesti dell'autorità di polizia in materia di pubblica sicurezza;
- e) i manifesti relativi ad adempimenti di legge in materia di referendum, elezioni politiche, per il parlamento europeo, regionali ed amministrative;
- f) ogni altro manifesto la cui affissione sia obbligatoria per legge;
- g) i manifesti concernenti corsi scolastici e professionali gratuiti regolarmente autorizzati;
- h) i manifesti di comitati, associazioni, fondazioni e di ogni altro Ente che non abbia scopo di lucro.

2. Per i manifesti di cui alla lettera a) si fa riferimento alle attività e funzioni che il Comune esercita secondo le leggi statali e regionali, le norme statutarie, le disposizioni regolamentari e quelle che hanno per finalità la cura degli interessi e la promozione dello sviluppo delle comunità, ai sensi del D.Lgv. n. 267/2000 e s.m..

3. Per i manifesti di cui alla lettera f) il soggetto che richiede l'affissione gratuita è tenuto a precisare, in tale richiesta, la disposizione di legge per effetto della quale l'affissione sia obbligatoria.

4. Per l'affissione gratuita dei manifesti di cui alla lettera g) il soggetto richiedente deve allegare alla richiesta copia dei documenti dai quali risulta che i corsi sono gratuiti e regolarmente autorizzati dall'autorità competente.

TITOLO III

DISPOSIZIONI FINALI E TRANSITORIE

CAPO I SANZIONI

Art. 37 - Sanzioni tributarie

1. Le sanzioni applicate sono quelle previste dai D.Lgs 471-472-473 del 23.12.97
2. Le sanzioni di cui al precedente comma sono ridotte ad un quarto se entro il termine per ricorrere alle commissioni tributarie interviene adesione del contribuente con il pagamento dell'imposta o del diretto, se dovuti, e della sanzione.

Art. 38 - Interessi

1. Sulle somme dovute e non corrisposte nei termini ordinari prescritti per l'imposta sulla pubblicità e per il diritto sulle pubbliche affissioni e per le relative soprattasse si applicano interessi di mora nella misura del 3,5 per cento per ogni semestre compiuto, a decorrere dal giorno nel quale dette somme sono divenute esigibili e fino a quello dell'effettuato pagamento.
2. Per le somme dovute a qualsiasi titolo al contribuente sono dovuti allo stesso, a decorrere dalla data del pagamento dallo stesso eseguito e del quale il Concessionario è tenuto al rimborso, gli interessi di mora nella misura e con le modalità di cui al precedente comma.

Art. 39 - Sanzioni Amministrative

1. Il Concessionario è tenuto a vigilare, se necessario con l'ausilio del Corpo di Polizia Municipale e dell'Ufficio Tecnico, sulla corretta osservanza delle disposizioni legislative e regolamentari riguardanti l'effettuazione della pubblicità e delle affissioni dirette alla stessa assimilate, richiamate o stabilite dal presente regolamento.
2. Le violazioni delle disposizioni di cui al primo comma comportano sanzioni amministrative per la cui applicazione si osservano le norme stabilite dal capo I, sezione I e II della legge 24 dicembre 1981, n. 689, salvo quanto espressamente stabilito dai commi successivi.
3. Per la violazione delle norme stabilite dal presente regolamento in esecuzione del D.Lgs. 15 novembre 1993, n. 507 e di quelle stabilite nelle autorizzazioni alle installazioni degli impianti si applica la sanzione di € 258,23. Il verbale con riportati gli estremi delle violazioni e l'ammontare delle sanzioni è notificato agli interessati entro 150 giorni dall'accertamento delle violazioni.
4. Il Concessionario dispone la rimozione degli impianti pubblicitari abusivi, dandone avviso all'interessato a mezzo del verbale di cui al precedente comma, con diffida a provvedere alla rimozione ed al ripristino dell'immobile occupato entro il termine nell'avviso stesso stabilito. Nel caso di inottemperanza all'ordine di rimozione e di ripristino dei luoghi entro il termine stabilito, il Concessionario provvede d'ufficio, addebitando ai responsabili le spese sostenute e richiedendone agli stessi il rimborso con avviso notificato a mezzo raccomandata A.R.. Se il rimborso non è effettuato mediante versamento a mezzo c/c postale intestato al Concessionario

entro il termine prestabilito, si procede al recupero coattivo del credito con le modalità di cui al D.P.R. 28 gennaio 1988, n. 43 e s.m. e con ogni spesa di riscossione a carico del l'interessato.

5. Indipendentemente dalla procedura di rimozione degli impianti e dell'applicazione della sanzione di cui al terzo comma, il Concessionario del servizio può effettuare l'immediata copertura della pubblicità, in modo che sia privata di efficacia pubblicitaria e disporre la rimozione delle affissioni abusive. In ambedue i casi, oltre all'applicazione delle sanzioni di cui al presente articolo, il Concessionario provvede all'accertamento d'ufficio dell'imposta o del diritto dovuto per il periodo di esposizione abusiva, disponendo il recupero delle stesse e l'applicazione delle soprattasse e, se dovuti, degli interessi, di cui ai precedenti articoli 37 e 38.

CAPO II CONTENZIOSO

Art. 40 - Giurisdizione tributaria

1. La giurisdizione tributaria per l'imposta sulla pubblicità e per il diritto sulle pubbliche affissioni è esercitata dalla Commissione Tributaria provinciale e dalle commissioni tributarie regionali, secondo quanto dispone il D.Lgs. 31 dicembre 1992, n. 546 e s.m..

2. Il processo è introdotto con ricorso alla Commissione Tributaria provinciale.

Art. 41 - Procedimento

1. Per la presentazione del ricorso, l'individuazione degli atti impugnabili ed oggetto del ricorso, la proposizione del ricorso, i termini relativi e le costituzioni in giudizio si osservano le norme stabilite dagli artt. 18, 19, 20, 21, 22 e 23 del D.Lgs. 31 dicembre 1992, n. 546 e s.m..

2. Gli atti per i quali è proponibile il ricorso devono contenere l'indicazione del termine entro il quale il ricorso deve essere proposto, della Commissione Tributaria competente nonché delle relative forme da osservare per la prestazione, ai sensi dell'art. 20 del decreto richiamato nel precedente comma.

CAPO III DISPOSIZIONI TRANSITORIE E FINALI

Art. 42 - Accertamenti e rettifiche d'ufficio

1. Il Concessionario può procedere a rettifica ed accertamento d'ufficio dell'imposta e diritto dovuti ai sensi del D.P.R. 26 ottobre 1972, n. 639 e s.m., entro il termine di due anni dalla data in cui la dichiarazione è stata o doveva essere presentata, notificando apposito avviso al contribuente con le modalità di cui all'art. 23 del predetto decreto.

Art. 43 - Pubblicità annuale iniziata nel 1993

1. La pubblicità annuale iniziata prima dell'anno 1993 o nel corso dello stesso, per la quale sia stata pagata l'imposta dovuta fino al 31 dicembre di detto anno, è prorogata per l'anno 1994 e

per quelli successivi senza la presentazione di una nuova dichiarazione, con il versamento dell'imposta dovuta annualmente secondo il presente regolamento e la relativa tariffa, tenuto conto di quanto stabilito dal precedente art. 21.

Art. 44 - Entrata in vigore - effetti

1. Con effetto dalla data di entrata in vigore del presente regolamento, di cui al primo comma dell'art. 4, esso sostituisce le norme in precedenza approvate, nella materia, da questo Comune.