80

REGOLAMENTO

del Comune di

GASSINO TORINESE

per

l'applicazione della

Imposta Comunale sulla Pubblicità e Diritto sulle Pubbliche Affissioni

R E G O L A M E N T O

IMPOSTA COMUNALE SULLA PUBBLICITA' E DIRITTO SULLE PUBBLICHE AFFISSIONI

(Decreto Legislativo 15 novembre 1993 n. 507)

Capo I

DISPOSIZIONI GENERALI

Art. 1 - Regolamento e tariffe 1
Art. 2 - Classificazione del Comune 2
Art. 3 - Ambito di applicazione 2
Art. 4 - Categoria delle località 3
Art. 5 - Piano Generale Impianti - Finalità 4
Art. 6 - Forme di Gestione del Servizio 5

Capo II

PUBBLICITA' MODALITA' E TIPOLOGIA PIANO GENERALE IMPIANTI - CRITERI

Art. 7 - Tipologia, specifiche e quantità degli impianti pubblicitari. 7
Art. 8 - Pubblicità ordinaria 9
Art. 9 - Configurazioni di Pubblicità varie 10
Art. 10 - Divieti e Limitazioni 12
Art. 11 - Modalità ed obblighi per la installazione di impianti pubblicitari. 14
Art. 12 - Piano Generale Impianti - Criteri per gli impianti Pubblicitari. 22

Capo III

IMPOSTA COMUNALE SULLA PUBBLICITA' - APPLICAZIONE E TARIFFE - DENUNCIE, MODALITA' DI RISCOSSIONE, ACCERTAMENTO

Art. 13 - Presupposto dell'imposta 30
Art. 14 - Soggetto passivo 30

Art. 15 - Dichiarazione 31
Art. 16 - Efficacia della Dichiarazione per Pubblicità annuale 31
Art. 17 - Pagamento dell'imposta 32
Art. 18 - Modalità di applicazione dell'imposta 33
Art. 19 - Rettifica ed accertamento d'ufficio 35
Art. 20 - Pubblicità ordinaria 35
Art. 21 - Maggiorazione per grandi formati 36
Art. 22 - Pubblicità effettuata con veicoli 36
Art. 23 - Pubblicità effettuata con pannelli luminosi e proiezioni 37
Art. 24 - Pubblicità varia 38
Art. 25 - Riduzioni dell'imposta 39
Art. 26 - Esenzioni dall'imposta 40

Capo IV

PUBBLICHE AFFISSIONI MODALITA' TIPOLOGIE PIANO GENERALE IMPIANTI - PUBBLICHE AFFISSIONI

Art. 27 - Istituzione del servizio delle pubbliche affissioni 42
Art. 28 - Impianti per le Pubbliche Affissioni 42
Art. 29 - Divieti e Limitazioni 44
Art. 30 - Pubbliche Affissioni - Modalità 45
Art. 31 - Piano Generale Impianti 46

Capo V

DIRITTO SULLE PUBBLICHE AFFISSIONI - APPLICAZIONE E TARIFFE - COMMISSIONI, MODALITA' DI RISCOSSIONE

Art. 32 - Diritto sulle pubbliche affissioni 50
Art. 33 - Tariffe per le pubbliche affissioni 50
Art. 34 - Diritto sulle pubbliche affissioni - Modalità di pagamento 51
Art. 35 - Riduzioni del diritto 52
Art. 36 - Esenzioni del diritto 53

Capo VI

SANZIONI ED INTERESSI

Art. 37 - Sanzioni tributarie ed interessi 54
Art. 38 - Sanzioni amministrative 54
Art. 39 - Rimborsi 57

Art. 40 - Interessi 58

Capo VII

MODALITA' DI GESTIONE

Art. 41 - Gestione del servizio 59
Art. 42 - Funzionario responsabile 59
Art. 43 - Corrispettivo del servizio 60
Art. 44 - Durata della concessione 60
Art. 45 - Conferimento della concessione 61
Art. 46 - Incompatibilità 62
Art. 47 - Decadenza 63
Art. 48 - Disciplina del servizio in concessione 64
Art. 49 - Vigilanza del Comune sulla gestione. 64
Art. 50 - Vigilanza del Ministero delle Finanze sulla gestione. 65

Capo VIII

CONTENZIOSO, NORME TRANSITORIE E FINALI, ABROGAZIONI

Art. 51 - Contenzioso 66
Art. 52 - Norme transitorie 66
Art. 53 - Norme finali e abrogazioni 67

ALLEGATI

Allegato A - Tariffe
- All. A.1 - Tariffe Imposta Comunale sulla Pubblicità
- All. A.2 - Tariffe Diritto sulle Pubbliche Affissioni
- *All. A.3 - Periodi di Maggiorazione per flussi turistici*
  - *Misura della Maggiorazione*
  - *Località in Categoria Speciale*
  - *Misura della Maggiorazione*

Allegato B - Piano Generale Impianti
- All. B.1 - Piano Impianti pubblicitari
- All. B.2 - Piano Impianti per le Pubbliche Affissioni

DOCUMENTAZIONE

Gazzetta Ufficiale n. 108 del 9 dicembre 1993
D.Lgs. 507/93
Gazzetta Ufficiale n. 130 del 6 giugno 1994
D.M. del 26 aprile 1994
Circolare n. 1 del 15 gennaio 1994
Circolare n. 10/E del 17 marzo 1994

CAPO I

Disposizioni generali

R E G O L A M E N T O

IMPOSTA COMUNALE SULLA PUBBLICITA' E DIRITTO SULLE PUBBLICHE AFFISSIONI

(Decreto Legislativo 15 novembre 1993 n. 507)

Capo I

Disposizioni Generali

Art. 1 - Regolamento e tariffe (1)

1. Il presente Regolamento viene adottato ai sensi dell'art. 3 del Decreto Legislativo 15 novembre 1993 n. 507, nonché ai sensi degli Art.li 5 e 54 della Legge 8 giugno 1990, n. 142.

2. Con il presente Regolamento il Comune disciplina le modalità di effettuazione della pubblicità e stabilisce limitazioni e divieti per particolari forme pubblicitarie in relazione ad esigenze di pubblico interesse.

3. Il presente Regolamento determina altresì la tipologia e la quantità degli impianti pubblicitari, le modalità per ottenere il provvedimento per l'installazione nonché i criteri per la realizzazione del piano generale degli impianti.

Stabilisce altresì, la ripartizione della superficie degli impianti pubblici da destinare alle affissioni di natura istituzionale, sociale o comunque prive di rilevanza economica e quella da destinare alle affissioni di natura commerciale,

---

Nota bene : gli Articoli riportati nelle Note fanno riferimento al D.Lgs. 507/93, a meno di diversa indicazione di altra Legge

(1) *Immodificabile, disposto dalla Legge, Art. 3, commi 1, 2, 3, 4 e 5;*

nonché la superficie degli impianti da attribuire a soggetti privati, comunque diversi dal Concessionario del pubblico servizio, per l'effettuazione di affissioni dirette, anche di natura commerciale.

4. Le tariffe dell'imposta sulla pubblicità e del diritto *sulle pubbliche affissioni successive a quelle già adottate per l'anno 1994, rispettivamente con atti deliberativi nn. 14 e 15 del 25 febbraio 1994 e richiamate nel presente Regolamento, del quale formano parte integrante, sono deliberate entro il 31 Ottobre di ogni anno ed entrano in vigore il primo gennaio dell'anno successivo a quello in cui la deliberazione è divenuta esecutiva a norma di Legge e, qualora non modificate entro il suddetto termine, si intendono prorogate di anno in anno.*

In caso di mancata adozione dell'atto deliberativo di variazione delle tariffe, ove ne ricorrano i presupposti si applicano le tariffe di Legge.

Art. 2 - Classificazione del Comune

1. Ai sensi dell'art. 2, comma 1 del Decreto Legislativo 15 novembre 1993 n. 507, questo Comune, con una popolazione residente al 31/12/1992 di n. *8.590* abitanti, si colloca nella *V^* classe. (2)

Art. 3 - Ambito di applicazione (3)

1. La pubblicità esterna e le pubbliche affissioni, effettuate nel territorio del Comune, sono soggette, secondo le disposizioni previste dal Decreto Legislativo 15/11/1993 n. 507, rispettivamente ad una imposta ovvero ad un diritto.

---

(2) *Art. 2, cm. 1 e 2*
"Classe I: Comuni con oltre 500.000 abitanti;
Classe II: Comuni da oltre 100.000 a 500.000 abitanti;
Classe III: Comuni da oltre 30.000 a 100.000 abitanti;
Classe IV: Comuni da oltre 10.000 a 30.000 abitanti;
Classe V: Comuni fino a 10.000 abitanti.";

(3) *Immodificabile, disposto dalla Legge, Art. 1;*

Art. 4 - Categoria delle località
Aumento stagionale per flussi turistici

1. Vista la classe d'appartenenza del Comune, agli effetti dell'applicazione dell'imposta sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni, limitatamente alle affissioni di carattere commerciale, il Comune *ha* [4] suddiviso le località del proprio territorio *in due categorie in relazione all'importanza che rivestono ai fini pubblicitari.*

---

(4) *I Comuni "delle prime tre classi (I^, II^, III^, superiori a 30.000 abitanti) possono suddividere le località del proprio territorio in due categorie in relazione alla loro importanza ..." -Art. 4, comma 1- i territori appartenenti a Comuni della IV^ e V^ classe non potranno quindi essere suddivisi in categorie;*

Art. 5 - Piano Generale Impianti - Finalità

1. Finalità del Piano Generale Impianti [10] è di regolamentare il corretto utilizzo delle varie forme pubblicitarie salvaguardando l'unitarietà di arredo e le caratteristiche dei siti urbani coinvolti, le compatibilità di natura architettonica, archeologica, ed artistica, ambientali e paesaggistiche.

Il Piano Generale impianti determina la tipologia, il numero, le distanze, le caratteristiche dei mezzi pubblicitari, siano essi apposti su proprietà pubbliche o private, nonché il numero degli impianti destinati alla Pubblicità a mezzo di Affissione Diretta [11] di cui all'Art. 7, comma 5 ed Art. 11, comma 5.

Le forme di pubblicità previste dal Piano Generale Impianti non potranno essere in contrasto con le esigenze di viabilità, urbana ed extraurbana [12], di sicurezza, dello sviluppo delle zone di espansione residenziale, commerciale ed industriale.

Ai fini delle Pubbliche Affissioni, scopo del Piano Generale Impianti -determinando caratteristiche, quantità e dislocazione degli impianti di pubbliche affissioni- è di garantire il precipuo interesse pubblico nella diffusione di manifesti di Istituto del Comune, dello Stato, della Regione e degli altri Enti Territoriali, nonché la salvaguardia del diritto fondamentale di ciascun cittadino alla libera espressione del pensiero attraverso l'affissione di manifesti comunque privi di rilevanza economica. [13]

Inoltre il Piano Generale Impianti indica la parte di Impianti affissionali destinati ad accogliere messaggi di carattere commerciale, la cui affissione è richiesta al Servizio Pubblico.

Il Piano Generale Impianti prevede lo sviluppo programmatico degli Impianti Affissionali pubblici, la loro manutenzione ed ammodernamento utilizzando i fondi allo scopo destinati nonché

---

(10) *Art. 3, comma 3;*
(11) *Art. 3, comma 3;*
(12) *Codice della Strada D.Lgs. 285/92 e Regolamento di attuazione ed esecuzione D.P.R. 495/92;*
(13) *Art. 18, comma 1;*

quelli previsti al successivo Art. 38 (Sanzioni Amministrative). (14)

2. Il Regolamento nel Capo II°, relativo alla pubblicità, e nel Capo IV°, relativo alle Pubbliche Affissioni, detta i criteri di elaborazione ed attuazione del Piano Generale Impianti, per ciascuna delle fattispecie in esame, separatamente trattate per chiara identificazione. (15)

3. Il Piano Generale Impianti, potrà essere modificato, entro il 31 ottobre di ciascun anno, con effetto dal 1 gennaio dell'anno successivo, in relazione a tutte le esigenze di adeguamento che si dovessero manifestare.

4. Il piano Generale Impianti, è redatto e modificato da una *Commissione tecnica costituita dal Segretario Comunale che la presiede e dai Funzionari Responsabili dei seguenti Uffici : Tributi, Commercio, Urbanistica e Polizia Municipale.*
(16)

La Commissione potrà essere integrata, ove il Presidente lo ritenga utile da Membri senza diritto di voto, rappresentanti delle Associazioni di Categoria interessate e del Concessionario del Servizio.

La Commissione acquisisce i pareri tecnici necessari sul progetto di Piano Generale Impianti nei termini previsti dallo Statuto Comunale. In mancanza di osservazioni contrarie propone il Piano Generale Impianti all'approvazione della Amministrazione Comunale *entro sei mesi dalla data di adozione del presente Regolamento.*

Art. 6 - Forme di Gestione del Servizio(17)

1. La gestione del servizio di accertamento e riscossione dell'imposta sulla pubblicità e delle pubbliche affissioni è di norma effettuata in forma diretta dal Comune.

2. Il Comune, qualora lo ritenga più conveniente sotto il profilo economico e funzionale, può affidare in concessione il

---

(14) *Immodificabile, disposto dalla Legge, Art. 24, comma 5;*
(15) *Art. 3, comma 3;*
(16) *Ovvero secondo quanto disposto, in proposito, dallo Statuto Comunale*
(17) *Immodificabile, disposto dalla Legge, Art. 25;*

servizio ai soggetti iscritti nell'albo previsto dall'art. 32 del D.Lgs. 507/93 ovvero ad apposita azienda speciale di cui all'art. 22, comma 3, lettera c), della Legge 8 giugno 1990, n. 142.

3. Il Concessionario subentra al Comune in tutti i diritti ed obblighi inerenti la gestione del servizio ed è tenuto a provvedere a tutte le spese occorrenti, ivi comprese quelle per il personale impiegato. In ogni caso, è fatto divieto al Concessionario di emettere atti o effettuare riscossioni successivamente alla scadenza della concessione.

4. Le modalità di gestione sono disciplinate al Capo VII° del presente Regolamento.

CAPO II

Pubblicità

Modalità e tipologia

Piano Generale Impianti – Criteri

Capo II°

Pubblicità
Modalità e tipologia
Piano Generale Impianti - Criteri

Art. 7 - Tipologia, specifiche e quantità degli impianti pubblicitari.

1. ***Mezzo pubblicitario - definizione e tipologie.***

Ai fini del presente regolamento è definito mezzo pubblicitario qualsiasi mezzo tecnico teso alla diffusione di messaggi aventi per finalità il potenziamento economico di una azienda, teso a sviluppare un ritorno commerciale o di immagine, ovvero di propaganda di intenti sociali o di istituto, identificabile nelle casistiche di cui ai successivi Art.li 8 e 9 del presente regolamento, con le caratteristiche e specifiche contemplate e disciplinate dal Piano Generale Impianti.

I mezzi pubblicitari possono essere acustici o visivi, con unicità o pluralità di messaggi, e possono ricomprendersi in classificazioni a seconda delle loro caratteristiche, della localizzazione, temporalità o soggettività passiva ai fini tributari.

Sono acustici i messaggi che affidano la loro efficacia alla percezione sonora, sono visivi i messaggi, figurativi o meno, che utilizzano la percezione visiva.

Forme concrete distintive dei mezzi visivi derivano dall'impatto percettivo che il messaggio pubblicitario raggiunge.

Quindi si definisce monofacciale, il mezzo che contenga il messaggio pubblicitario su un unica superficie piana, bifacciale, il mezzo che contenga su due distinte facce contrapposte messaggi pubblicitari -di eguali o differenti contenuti- la cui percezione non sia contemporanea,

polifacciale, quando il messaggio sia distribuito su più di due facce allo scopo di aumentarne l'efficacia.

Inoltre il mezzo pubblicitario può essere opaco, privo cioè di illuminazione, ovvero luminoso, quando il congegno di illuminazione è incorporato nel mezzo stesso, illuminato quando un adatto dispositivo faccia convergere un fascio di luce sul mezzo pubblicitario.

IL mezzo può essere localizzato presso l'esercizio commerciale interessato, ovvero distante da esso, anche presso terzi, su proprietà pubblica o privata.

I mezzi contenenti il messaggio pubblicitario possono ancora essere classificati in relazione alla collocazione in modo stabile o temporaneo nel corso dell'anno.

Tali mezzi possono essere anche mobili qualora utilizzino persone fisiche in movimento, se posti su autoveicoli, aeromobili, aerostati, battelli, etc.

2. ***Mezzi pubblicitari - specifiche.*** (18)

Il Piano Generale Impianti, in attuazione dei criteri dettati dal presente Regolamento, Art.li 12 e 31, determina le caratteristiche tecniche e di dislocazione degli impianti pubblicitari ed affissionali.

3. ***Impianti su Area pubblica.*** (19)

Il Piano Generale Impianti detta, con i criteri stabiliti nel presente Regolamento, le modalità per l'utilizzo di Aree o proprietà pubbliche per l'esposizione di mezzi pubblicitari, fissi o mobili, permanenti o temporanei.

Stabilisce la quantità dei mezzi e determina il rapporto tra superficie pubblicitaria, per ciascuna area pubblica, e

---

(18) *Prescrizioni dell'Art. 3, comma 3;*
(19) *Prescrizioni dell'Art. 3, comma 3;*

popolazione ivi residente, con particolare attenzione ad indici di densità di operatori commerciali e non commerciali.

4. *Impianti su area od immobile privato.* (20)

Anche per questa fattispecie il Piano Generale Impianti, utilizzando i medesimi parametri di cui al comma precedente, con la salvaguardia della libertà di iniziativa economica, ma nel rispetto dell'arredo urbano, fissa gli indici di quantificazione metrica consentiti a ciascun operatore commerciale della medesima zona, desumendo la densità delle attività commerciali dai piani di commercio.

5. *Impianti destinati alla Affissione diretta - definizione.*

Gli impianti destinati alle affissioni dirette rappresentano una fattispecie peculiare di impianto pubblicitario, contraddistinto dalle caratteristiche del messaggio pubblicitario, che si realizza con l'affissione diretta di manifesti, dal continuo rinnovo del manifesto per una maggiore efficacia temporale dei messaggi stessi e dalle modalità di utilizzo del mezzo per questo tipo di pubblicità.

Art. 8 - Pubblicità ordinaria

Le insegne, i cartelli, le locandine, le targhe, gli stendardi, le bandiere, gli impianti per affissione diretta (21) o qualsiasi altra fattispecie residuale non prevista al successivo Art. 9, costituiscono la pubblicità ordinaria, hanno sempre carattere visivo e sono distinti in base alla classificazione di cui all'Art. 7 del presente Regolamento.

---

(20) *Prescrizioni dell'Art. 3, comma 3;*
(21) *Combinato e disposto degli Art. 12, comma 3, e 3, comma 3, e Reg. Art. 7, comma 5;*

Art. 9 - Configurazioni di Pubblicità varie

1. ***Pubblicità effettuata con veicoli.***

Il mezzo pubblicitario visivo installato su veicoli si distingue in :

- a) installato su veicoli in genere -autoveicoli, vetture autofilotranviarie, battelli, etc.- di uso pubblico o privato, recante messaggi pubblicitari per conto proprio od altrui; (22)

- b) installato su veicoli di proprietà dell'impresa od adibiti a trasporti per suo conto, anche con rimorchio al seguito. (23)

2. ***Pubblicità effettuata con pannelli a messaggi variabili.***

E' classificata in questa fattispecie la pubblicità effettuata per conto proprio od altrui con insegne, pannelli od analoghe strutture luminose caratterizzate dall'utilizzo di controlli meccanici od elettronici tali da garantire la variabilità del messaggio o la sua visione intermittente, in guisa da accrescerne l'efficacia di impatto pubblicitario. (24)

3. ***Pubblicità effettuata mediante proiezione.***

Si qualifica come realizzata mediante proiezione la pubblicità effettuata con diapositive, proiezioni luminose o cinematografiche, effettuate su schermi o pareti riflettenti. (25)

---

(22) *Prescrizioni dell'Art. 13, comma 1;*
(23) *Prescrizioni dell'Art. 13, comma 3;*
(24) *Prescrizioni dell'Art. 13, comma 1;*
(25) *Prescrizioni dell'Art. 14, comma 4;*

4. ***Pubblicità effettuata mediante striscioni.***

E' pubblicità effettuata mediante striscioni quella che effettuata con tali mezzi, festoni di bandierine o similari, attraversi strade o piazze, in maniera da accrescere l'efficacia del mezzo. (26)

5. ***Pubblicità effettuata con aeromobili.***

Si definiscono come pubblicità effettuate da aeromobile le scritte, il traino di striscioni, i disegni fumogeni, il lancio di oggetti paracadutati o manifestini, che avvenga a mezzo di aeroveicoli -aerei, dirigibili, o simili- dotati di propulsione autonoma o meno -alianti, aquiloni non frenati- e che vengono effettuate anche su specchi d'acqua e fasce marittime limitrofe al territorio comunale. (27)

6. ***Pubblicità effettuata con palloni frenati.***

Si definisce in questa maniera la pubblicità effettuata da mezzi aerei non dotati di propulsione autonoma e, comunque, ancorati al suolo. (28)

7. ***Pubblicità effettuata in forma ambulante.***

E' così definita la pubblicità che si effettui con la distribuzione di manifestini o di altro materiale pubblicitario ovvero mediante persone circolanti con cartelli od altri mezzi pubblicitari, comunque in forma ambulante. (29)

---

(26) *Prescrizioni dell'Art. 15, comma 1;*
(27) *Prescrizioni dell'Art. 15, comma 2;*
(28) *Prescrizioni dell'Art. 15, comma 3;*
(29) *Prescrizioni dell'Art. 15, comma 4;*

8. ***Pubblicità effettuata mediante messaggi sonori.***

Si definisce in tal modo la diffusione, a mezzo di apparecchi amplificatori e simili, di messaggi pubblicitari commerciali o non commerciali a carattere sonoro, da postazione fissa o mobile. (30)

Art. 10 - Divieti e Limitazioni(31) - Pubblicità, criteri -

1. ***Divieti.***

Le forme pubblicitarie di cui agli Art.li 8 e 9, sono sottoposte a divieti e limitazioni in relazione alla localizzazione dell'impianto pubblicitario ed alle sue caratteristiche.

Resta comunque vietata l'esposizione di mezzi pubblicitari su edifici di interesse storico, su monumenti, statue, fontane artistiche e non, siti archeologici e vestigia murali storiche e comunque sui luoghi tutelati dalle Leggi n. 1089/39, 1497/39 e 431/85.

E' vietata l'installazione di mezzi pubblicitari di grande formato sovrapposti l'uno all'altro, siano essi sostenuti da muri ovvero da sostegni autonomi.

E' altresì vietata l'installazione di mezzi pubblicitari a ridosso o nelle immediate vicinanze di ospedali, chiese, cimiteri e sulle loro mura di cinta.

E' vietata l'installazione di avancorpi, quale richiamo pubblicitario d'immagine, installati su ingressi e vetrine di esercizi commerciali che modifichino la struttura architettonica dell'edificio sia esso pubblico o privato e l'assetto dell'arredo urbano.

E' vietata l'effettuazione di pubblicità sonora nei pressi dei cimiteri, degli ospedali e case di cura, scuole, edifici pubblici nei parchi, nei giardini pubblici e comunque in

(30) *Prescrizioni dell'Art. 15, comma 5;*
(31) *Facoltà prevista dall'Art. 3, comma 2;*

prossimità di particolari strutture pubbliche o private a carattere culturale che possano ricevere disturbo dall'effettuazione di tale pubblicità, nonché in tutto il territorio del Comune dalle ore 21 alle ore 8 e dalle ore 13 alle ore 16.

E' comunque sempre vietata l'affissione di manifesti effettuata fuori dagli appositi impianti a ciò destinati e comunque indiscriminatamente sui muri.

E' vietata ogni forma di volantinaggio pubblicitario, su tutto il territorio Comunale. (32)

Ulteriori o particolari divieti sono disciplinati agli Art.li 12 e 31 del presente Regolamento.

2. ***Rinvii al Codice della Strada e Regolamento di esecuzione - divieti e limitazioni.***

Operano i divieti e le limitazioni dettati dal D.Lgs. 285/92 -Codice della Strada- e dal D.P.R. 495/92 -Regolamento di attuazione ed esecuzione- e dalle modifiche ed aggiornamento contenuti nel D.Lgs. 360/93, in merito alla pubblicità sulle strade, in prossimità di esse ed alla pubblicità su veicoli.

Dette norme sono recepite nel Piano Generale Impianti.

3. *Limitazioni.*

Alle attività aventi sede negli edifici di cui al comma 1) è consentita una limitata forma di pubblicità, come pure nelle zone sottoposte a vincoli di tutela ambientale, naturalistica e paesaggistica, secondo quanto disposto nel Piano Generale Impianti, e comunque sottoposta all'ottenimento dei previsti nulla osta, secondo le norme di cui alle Leggi citate nei commi precedenti.

Altra limitazione è posta alla dimensione delle targhe od altri mezzi di indicazione dei luoghi di interesse storico, artistico e turistico e comunque nei limiti e con le caratteristiche di uniformità delineate nel Piano Generale Impianti, come altresì per le insegne e le targhe rese obbligatorie dalle Leggi.

---

(32) *Tale eventuale divieto va' correlato a quanto stabilito dall'articolo 12, comma 3.c), del presente Regolamento;*

Ogni ulteriore limitazione di carattere particolare è disciplinata dal Piano Generale Impianti, con i criteri di cui agli Art.li 12 e 31 del presente Regolamento.

Art. 11 - Modalità ed obblighi per la installazione di impianti pubblicitari.(33)

1. ***Autorizzazioni - provvedimenti.***

E' vietato installare e diffondere pubblicità, con qualsiasi mezzo, visivo od acustico, senza aver ottenuto la autorizzazione dell'Autorità comunale competente, così come disciplinata nel presente Articolo.

Non può essere concessa autorizzazione alla effettuazione di qualsiasi pubblicità, comunque realizzata, ove ostino norme del presente Regolamento o prescrizioni del Piano Generale Impianti.

Le autorizzazione possono essere :

a) **autorizzazione alla effettuazione di pubblicità con mezzi che comportino alterazione allo stato dei luoghi**, anche parziale, sia in modo permanente che temporaneo;

Tali autorizzazioni sono rilasciate dalla Autorità *Comunale, su istruttoria dell'Ufficio Tecnico acquisito il parere della Commissione Pubblicità, di cui al sucessivo comma 3), nelle forme della Concessione, se di durata non inferiore ad un anno, ovvero del formale Atto Autorizzativo scritto.*

b) **autorizzazioni alla effettuazione di pubblicità con mezzi che non comportino alterazioni allo stato dei luoghi;**

Queste autorizzazioni sono rilasciate dall'Autorità Comunale su istruttoria dell'Ufficio *Tecnico* , acquisito il parere del Comando dei Vigili Urbani, per motivi di sicurezza e viabilità;

---

(33) *Prescrizioni dell'Art. 3, comma 3;*

c) **Pubblicità effettuata con mezzi che non richiedono autorizzazione;**

Non richiedono formale autorizzazione le forme pubblicitarie, anche quelle che siano sottoposte alla imposizione di cui al Capo III° del presente Regolamento, effettuate all'interno di locali aperti al pubblico e non visibili all'esterno;

Non richiede, altresì, autorizzazione la esposizione di locandine pubblicitarie, anche se sottoposte ad eventuale imposizione di cui al successivo Capo III°, sulle vetrine di locali aperti al pubblico anche se visibili dallo esterno, nonché degli avvisi di locazione e vendita di immobili purché rispettino le modalità e caratteristiche previste all'Art. 26, comma 1, lett. c) del presente Regolamento.

Parimenti non è necessaria autorizzazione per la pubblicità effettuata con autoveicoli, nelle forme previste dall'Art. 9, comma 1, lett. b) del presente Regolamento.

Qualora il mezzo utilizzato per l'effettuazione di pubblicità comporti l'occupazione di Suolo Pubblico, le norme di cui al presente Regolamento dovranno essere integrate con la osservanza di quelle disciplinate dal Regolamento Comunale Occupazione Spazi ed Aree Pubbliche. (34)

Tutte le autorizzazioni sono rilasciate fatti salvi i diritti di terzi, al tempo stesso gli interessati dovranno preventivamente ottenere autorizzazione di ogni altro Ente od Autorità -diverso dal Comune- eventualmente competente.

Il procedimento di rilascio delle autorizzazioni è esperito nel termine massimo di 90 giorni, fatti salvi i tempi per ulteriore istruttoria necessaria.

Qualora l'autorizzazione non venga utilizzata dal richiedente entro il 6° mese dal rilascio, questa si ha per rinunciata ed il richiedente dovrà produrre nuova istanza.

---

(34) *Immodificabile, disposto dalla Legge, Art. 9, comma 7;*

Le autorizzazioni denegate vengono archiviate e la documentazione prodotta è posta a disposizione dello interessato.

L'autorizzazione è rinnovabile, salvo diverso intendimento del Comune, previa domanda da presentarsi almeno 90 giorni prima della scadenza della autorizzazione originaria.

L'attività pubblicitaria effettuata nell'ambito delle Ferrovie dello Stato, ai sensi della Legge n. 132/59, è regolata dalle disposizioni all'uopo emanate. (35)

2. ***Autorizzazioni - richiesta, documentazione.***

La richiesta di autorizzazione all'installazione *(eventualmente su apposito stampato predidposto dal Comune)* dovrà essere presentata dal titolare del mezzo o dei mezzi pubblicitari da utilizzarsi, nelle forme previste dal presente articolo.

a) - La predetta istanza, in bollo, dovrà recare la completa Ragione Sociale, ovvero denominazione dell'Ente, della Ditta o del Soggetto -pubblico o privato- che richiede la autorizzazione, con indicazione della Sede Sociale o dell'indirizzo di recapito. Dovrà altresì indicarsi la durata della esposizione pubblicitaria e la localizzazione precisa del mezzo.

b) - Nel testo della richiesta andrà dichiarata la piena adesione ai disposti del presente Regolamento e del Piano Generale Impianti.

c) - Richieste di autorizzazione per l'installazione di impianti di cui al comma 1, lett. a); le istanze per l'installazione di impianti, in via temporanea od ultrannuale, che comportino l'alterazione dello stato dei luoghi vanno corredate :

c.1) di una planimetria indicante il sito di installazione dell'impianto, corredata di materiale fotografico rappresentante anche il contesto urbano adiacente;

---

(35) *Disciplinato altresì dal combinato e disposto, dell'Art. 17, lett. g) e 16 lett. b), D.Lgs. 507/93 e Circ. Min. Fin. n. 10/E, del 17/3/94, pag. 17;*

c.2) di un progetto, corredato di Relazione tecnica che attesti la conformità dell'impianto a quanto specificatamente previsto dal Piano Generale Impianti, nonché l'adesione a particolari garanzie tecniche, che la Commissione ritenesse necessarie per la istruttoria della pratica;

c.3) in caso di impianti pubblicitari che utilizzino circuiti elettrici, a qualunque fine predisposti, il progetto dovrà contenere lo schema del circuito stesso e la dichiarazione della sua conformità a tutta la normativa vigente in materia, attestata, mediante sottoscrizione, dalla Ditta costruttrice dei congegni elettrici utilizzati;

c.4) la Commissione può comunque sempre richiedere altra eventuale documentazione ritenuta necessaria al completamento della pratica.

Il trasferimento o subentro nella titolarità dello impianto dovrà essere sempre comunicata per iscritto al Comune, indicando il numero e la data della autorizzazione originaria, allegando questa alla domanda; nella medesima richiesta il subentrante dichiarerà i propri dati identificativi; il trasferimento od il subentro deve risultare da apposito Atto fra le parti, che sarà allegato, anche in copia, alla domanda stessa, il Comune potrà richiedere l'esibizione degli originali.

d) - Richieste di autorizzazione per l'effettuazione di pubblicità di cui al comma 1, lett. b); per le richieste di autorizzazione all'effettuazione di pubblicità che non comportino alterazione dello stato dei luoghi, non è prescritta la documentazione di cui al precedente punto c);

in deroga a quanto prescritto nel presente punto d), per la sola pubblicità effettuata mediante striscioni o simili, che attraversino strade o piazze, è richiesta, in allegato alla domanda, un bozzetto completo delle misure del mezzo, ed una documentazione fotografica dei luoghi interessati.

e) - Le richieste di autorizzazione dovranno essere corredate da dichiarazione liberatoria degli eventuali terzi interessati, siano essi soggetti pubblici o privati, nei confronti dei quali il Comune resta completamente estraneo.

f) - Il titolare dell'autorizzazione può rinunciare con formale Atto, in qualsiasi momento, alla pubblicità comunque effettuata, fatte salve le prescrizioni di carattere tributario e tecniche disciplinate nel presente Regolamento.

3. ***Commissione competente.***

La Commissione prevista dai precedenti commi ha la medesima composizione di quella delegata alla redazione e modifica del Piano Generale Impianti, di cui all'Art. 5, comma 4, del presente Regolamento, integrata dal Sindaco o dall'Assessore Delegato che la presiede, con esclusione di rappresentanti senza diritto di voto.

La Commissione acquisisce pareri e documentazione aggiuntiva, attesta la conformità dei mezzi pubblicitari al Piano Generale Impianti e ad ogni altra norma regolamentare.

Propone il rilascio o il diniego motivato all'autorizzazione.

4. ***Obblighi del soggetto autorizzato.***

Il soggetto autorizzato ha l'obbligo di rispettare quanto prescritto nella autorizzazione rilasciatagli e di conformarsi alle disposizioni del presente Regolamento e del Piano Generale Impianti.

Ha altresì l'obbligo di rispettare, nella effettuazione della pubblicità, le norme di sicurezza prescritte dal Codice della Strada e dai Regolamenti Comunali.

Deve curare la manutenzione del mezzo, salvaguardandone l'aspetto e la funzionalità originale, garantendone la sicurezza.

Deve cessare la pubblicità e rimuovere i mezzi alla scadenza della autorizzazione, oppure, ove presenti Atto di Rinunzia, ovvero in seguito ad ordinanza motivata di revoca, disposta dalle Autorità interessate e nei termini ivi fissati; in caso di inottemperanza l'impianto sarà considerato abusivo con la conseguente applicazione di tutte le sanzioni previste dal presente Regolamento.

Nel caso di revoca dell'Autorizzazione, disposta dall'Autorità, il titolare, avrà diritto alla restituzione di quanto corrisposto in anticipo a titolo di Imposta, per la parte competente il periodo di mancata esposizione e nei limiti conseguenti alla modalità di pagamento.

Il titolare del mezzo pubblicitario, deve, prima della installazione dei mezzi di cui al comma 1°, lett. a) nonché degli striscioni che attraversino strade e piazze, ed in genere di tutte le pubblicità che comportino il rischio di danni a terzi, stipulare idonea copertura assicurativa per la Responsabilità Civile verso Terzi -avente durata pari al periodo autorizzato e riferita anche ai rischi connessi alla installazione e rimozione del mezzo-; nei rapporti con i terzi il Comune resta, comunque, completamente sollevato da ogni responsabilità, onere e gravame.

Copia della polizza assicurativa dovrà essere trasmessa al Comune facendo riferimento al numero ed alla data della autorizzazione, per essere inserita nella pratica relativa alla istruttoria.

Su tutti gli impianti pubblicitari, l'autorizzato ha l'obbligo di apporre, in maniera visibile, una targhetta identificativa, di materiale non deteriorabile, contenente i dati del titolare dell'impianto ed il numero della autorizzazione.

La mancata osservanza del predetto obbligo comporta l'applicazione delle Sanzioni Amministrative di cui al presente Regolamento.

5. ***Modalità di concessione degli impianti per pubblicità mediante Affissione diretta.***

Nel Piano Generale Impianti, di cui al successivo Art. 12 del Regolamento, viene stabilita la quantità complessiva di impianti destinati alla pubblicità mediante affissione diretta, nonché la sua ripartizione tra Operatori Commerciali, anche per conto terzi, Associazioni ed Enti non aventi fini di lucro, Agenzie di Pompe Funebri ed Esercenti i Pubblici spettacoli.

Per questi impianti pubblicitari si osservano i seguenti metodi di assegnazione, previo Avviso Pubblico :

a) - per gli Operatori Commerciali, si utilizza il metodo della licitazione privata, da espletarsi mediante rialzo del valore del Canone, con base d'Asta prefissata, suddividendo in lotti omogenei il globale degli impianti destinati a questi Operatori, con il divieto di accaparramento degli impianti disponibili, al fine di garantire la libera concorrenza ed evitare situazioni di monopolio od abuso di posizione dominante;

b) - per le Associazioni ed Enti si procede al riparto del lotto a loro destinato, concedendo almeno un impianto ad ognuno dei richiedenti, al fine di salvaguardare l'accesso alla libera circolazione delle idee;

c) - per le Agenzie di Pompe Funebri, fissato il Canone congruo rispetto al vantaggio conseguito dal richiedente, si procederà al riparto del lotto a loro destinato, suddividendolo in parti uguali tra gli operatori interessati, operanti nel Comune, che ne avranno presentato richiesta, al fine di garantire la libera concorrenza ed evitare situazioni di monopolio od abuso di posizione dominante;

d) - per gli *Esercenti l'attività di Pubblico Spettacolo*, si procederà con le medesime modalità di cui al punto c) che precede.

Le predette procedure si ripeteranno ogni qualvolta, modifiche al Piano Generale Impianti varieranno il numero di questi impianti.

Ciascun lotto di cui al punto a), è costituito di un pari numero di impianti, distribuiti omogeneamente nelle zone centrali, periferiche e frazioni.

Sugli impianti di cui al lotto b) è vietata la affissione per conto terzi e di natura commerciale.

Sugli impianti di cui ai lotti c) e d) è vietata la affissione di manifesti diversi dagli annunci funebri ovvero dalla pubblicità riferita a pubblici spettacoli.

Questi impianti pubblicitari, destinati in via esclusiva alle affissioni di manifesti da parte degli aventi diritto, hanno dimensioni standard, colore uniforme, diverso da quello degli impianti destinati alle Pubbliche Affissioni, di cui al Capo IV° e V° del presente Regolamento, ed il loro aspetto progettuale sarà esclusivamente quello previsto dal Piano Generale Impianti.

Questi impianti seguiranno tutte le prescrizioni del presente Capo ed in particolare quelle dettate nel presente Art. 11, nell'Art. 10 -Limitazioni e Divieti- e nel Piano Generale Impianti.

La violazione di quanto ivi disposto comporta, oltre alla applicazione delle Sanzioni Amministrative, la decadenza e conseguente revoca della autorizzazione, è considerata violazione Regolamentare determinante l'utilizzazione del mezzo per pubblicità diverse da quelle che si valgano dello impiego di manifesti.

Restano a carico dei soggetti di cui al presente comma, oltre al canone (36), quanto dovuto per l'Imposta Comunale sulla Pubblicità di cui al successivo Capo III° e per la Tassa Occupazione Spazi ed Aree Pubbliche, per gli impianti insistenti su area pubblica, disciplinate dal relativo Regolamento. (37)

---

(36) *Canone = interesse a richiedere + diritto a concedere + minore introito per il Comune rispetto alla affissione + vantaggio economico per il richiedente.*

(37) *Immodificabile, disposto dalla Legge, Art. 9, comma 7;*

Sono fatte salve le autorizzazioni alla Affissione Diretta, già disciplinata dall'Art. 28, 4° comma del D.P.R. 639/72, con l'obbligo di adeguare i mezzi interessati e le condizioni di autorizzazione, anche economica, alle previsioni del presente Regolamento e del Piano Generale Impianti entro i termini ivi previsti.

Art. 12 - Piano Generale Impianti - Criteri per gli impianti Pubblicitari.

1. Il Piano Generale Impianti, conformemente ai criteri di cui al D.Lgs. 507/93, recepiti nel presente Regolamento, è redatto tenendo presente le esigenze di sviluppo economico del Comune e di regolamentazione ed armonizzazione urbanistica degli impianti pubblicitari.

Il Piano Generale Impianti viene redatto dalla "Commissione per il Piano Generale Impianti", così come descritta all'Art. 5, comma 4, del presente Regolamento.

La stessa Commissione redige le modifiche da apportare al Piano Generale Impianti per i necessari adeguamenti successivi alla adozione in prima applicazione.

Il Piano Generale Impianti è adottato dalla Amministrazione in conformità ai disposti di Legge e dello Statuto Comunale.

La Commissione attiva immediatamente il censimento generale degli Impianti pubblicitari ed affissionali esistenti per il loro necessario adeguamento alla nuova normativa. In caso di Gestione in Concessione possono essere utilizzati i dati reperiti in collaborazione con il Concessionario.

La Commissione propone l'adeguamento ed il recepimento, ove compatibile, della normativa Comunale preesistente, nel Piano Generale Impianti.

2. Suddivisione del Territorio Comunale.

a) La Commissione provvede all'esame del contesto del territorio suddiviso in due zone:
   a.1) Centro abitato;
   a.2) Resto del territorio;

b) Si individuano l'assetto viario e le competenze degli Enti Territoriali eventualmente interessati, al fine di determinare limiti e divieti "zonali", anche agli effetti dei disposti di cui al D.Lgs. 285/92 e DPR 495/92 -Codice della Strada.

   Altra attività della Commissione è l'individuazione ed elencazione degli snodi stradali, interni ed esterni al Centro Abitato, in cui l'installazione di impianti ovvero di particolari forme di mezzi pubblicitari comportino situazioni di rischio per la sicurezza stradale.

c) Il Piano Generale Impianti individua, all'interno di ciascuna zona, come sopra elencate, i luoghi, le strade ed i siti soggetti a vincolo urbanistico, ambientale, paesaggistico, etc.

(38) *"... la superficie delle località comprese in categoria speciale non può superare il 35 % di quella del centro abitato, delimitato .... ai sensi del D.Lgs. 285/92" Art. 4, comma 2;*

(39) *Legge Art. 4;*

3. *Tipologie, dimensioni e quantità degli impianti pubblicitari.*

a) Tipologia, forme e specifiche -Art. 7 del Regolamento- sono dettagliatamente fissate nel Piano Generale Impianti, con riferimento alle seguenti fattispecie :

- impianto sporgente -a bandiera-
  - luminoso
  - non luminoso

  non è consentita la fattispecie "illuminato", per evitare fenomeni di abbagliamento;
- impianto a muro -monofacciale- (targhe, cartelli, etc.)
  - luminoso
  - illuminato
  - non luminoso
- impianto a sostegni infissi al suolo
  - monofacciale -luminoso, illuminato, ordinario
  - bifacciale -luminoso, ordinario
  - polifacciale -luminoso, ordinario
- altre forme di impianti;

Di questi tipi di impianto il Piano Generale Impianti fissa:

- le misure standard -definendone base, altezza e tolleranze-, in relazione alle zone ed ai contesti di cui al comma 2 del presente articolo;
- determina la gamma dei colori standard utilizzabili e quelli vietati in considerazione delle zone di rispetto;
- il livello di luminosità espresso in lumen, per gli impianti luminosi, ed in lux per gli impianti illuminati, in relazione alle zone di rispetto ed anche, e soprattutto, alla prevenzione di fenomeni di abbagliamento riferiti al traffico stradale.

Fissa altresì le suddette specifiche per gli impianti obbligatoriamente previsti dalle Leggi, quali quelle di Ospedali, Ambulatori, Farmacie, Notai, etc., luminose e non, fissandone inoltre caratteristiche, dimensioni e minore luminosità, oltre che nelle zone di cui al precedente comma 2, lett. c), anche in

quelle con assoluto divieto di installazione di impianti, targhe ed insegne.

Fissa ancora, specifiche degli striscioni ed i livelli in decibel della pubblicità sonora, fatto salvo quanto disposto dall'Art. 10, comma 1 -divieti- del presente Regolamento.

b) Distanze ed altezze.

Il Piano Generale Impianti, in rapporto alle forme ed alle specifiche, di cui al precedente punto a), per ciascuna zona e tipologia di impianto, fissa :

- le altezze massime e minime dal suolo;
- le distanze degli impianti tra loro, da incroci, snodi stradali e zone di rispetto di cui al precedente comma 2.c);
- la sporgenza minima e massima dagli edifici, muri perimetrali, etc.;
- la distanza minima tra il punto di massima sporgenza ed il ciglio del marciapiede ovvero l'inizio della carreggiata.

Specifica attenzione nella redazione del Piano Generale Impianti viene posta per le distanze e le altezze per l'installazione dei mezzi pubblicitari, in presenza di casi particolari, quali quelli costituiti da portici, viali alberati, etc.

c) Localizzazione degli impianti e di altre configurazioni pubblicitarie.

Il Piano Generale Impianti definisce le localizzazioni possibili per ciascun tipo di impianto, nonché quei luoghi, di cui al precedente comma 2), ove, determinati tipi di mezzi pubblicitari, non possono essere installati:

- per ciascun genere -suddiviso per tipologia e dimensioni di cui al punto 3.a)- sono redatti particolareggiati elenchi;

- è redatto, altresì, nel Piano Generale Impianti, un elenco per zona, di cui al punto 2.a), riepilogativo di tutti gli impianti pubblicitari installati.

Il Piano Generale Impianti, in prima applicazione, tiene conto dell'impiantistica esistente come risultante da rilevazione censitiva.

La conformazione degli impianti deve essere adeguata alle disposizioni del Regolamento e resa conforme al Piano Generale Impianti nel periodo di tre anni e comunque non oltre il 31 dicembre 1997; entro lo stesso periodo dovrà trovare attuazione quanto disposto al successivo comma 4.

La Commissione, incaricata della redazione e modifica del Piano Generale Impianti, approntera le eventuali modifiche in relazione all'evoluzione del rapporto tra attività economiche e sviluppo residenziale del territorio, per l'ampliamento della impiantistica pubblicitaria, globalmente considerata.

In particolare vengono indicate nel Piano Generale Impianti le zone in cui non è consentita l'installazione di impianti pubblicitari di grande o di particolare formato -poster di varie dimensioni, impianti polifacciali, etc.

Vengono inoltre determinate, le zone in cui è vietato il posizionamento di tende, ombrelloni e simili di grande formato, recanti iscrizioni pubblicitarie, le zone di limitazione alla pubblicità sonora, fermo restando quanto disciplinato con l'Art. 10, comma 1 - divieti.

Si determinano, nel Piano Generale Impianti, le strade o piazze, in numero limitato, ove possano essere installati striscioni pubblicitari, aventi comunque le caratteristiche di cui ai precedenti punti 3.a) e 3.b), fatte salve le disposizioni in ordine alla sicurezza stradale.

Da ultimo sono fissate le ore ed i giorni in cui è consentito il volantinaggio [40].

d) Impianti pubblicitari destinati alla Affissione Diretta.

Il Piano Generale Impianti fissa le specifiche, il colore e le caratteristiche, elencate nei precedenti commi, anche per questo genere di impianti pubblicitari, di cui all'Art. 7, comma 5 ed all'Art. 11, comma 5.

L'aspetto progettuale ed i formati saranno conformi a quello degli impianti per le Pubbliche Affissioni, di cui all'Art. 31, del presente Regolamento, ovvero in casi particolari -chiese, partiti, associazioni, pubblici spettacoli-, potrà avere anche la forma di vetrina o bacheca murale, ove sia consentita tale ultima forma di impianto.

In ogni caso avranno colore uniforme fra loro e diverso da quello previsto per gli impianti destinati alle Pubbliche Affissioni.

Saranno altresì identificati da una targhetta recante la dicitura "Impianto pubblicitario per Affissioni dirette", oltre alla prescritta targhetta identificativa di cui all'Art. 11, comma 4, che precede.

La quantità degli impianti pubblicitari di cui al presente punto è fissata al successivo comma 4.

4. *Quantificazione degli impianti.*

Le superfici in metri quadri degli impianti pubblicitari, complessivamente considerata, espressa per ciascuna zona -di

---

(40) *Da coordinare con la possibilità o con il divieto di effettuare questo tipo di diffusione di cui all'Art. 9, comma 7 ed all'Art, 10;*

cui al comma 2, lett. a)-, ed idonea al suo potenziale pubblicitario, non potranno superare

IMPIANTI PUBBLICITARI				
metri quadri / Localizzazione	presso sede di attività	su area pubblica	su area privata	per Affissione Diretta
Centro Abitato (Delib. G.C. n. 526 del 9 Dic. 1993)	*200*	*200*	*100*	*30*
Resto del Territorio (Delib. G.C. n. 526 del 9 Dic. 1993)	*100*	*100*	*100*	*15*

con una tolleranza del 10 % per le sole insegne presso esercizi commerciali e targhe di attività professionali, ed in generale presso le sedi di attività.

Le predette quantità potranno venire modificate in relazione all'evoluzione del rapporto tra attività economiche e sviluppo residenziale del territorio comunale.

La suddivisione per zone -come sopra previste- degli impianti pubblicitari per Affissione diretta, come prevista dall'Art. 11, comma 5, è demandata al Piano Generale Impianti.

Il Comune, in relazione ai disposti del Piano Generale Impianti ed ad esigenze di pubblica necessità, sicurezza stradale, ovvero disposizioni di Leggi, può disporre la revoca motivata delle autorizzazioni per impianti pubblicitari ovunque allocati, fatto salvo quanto disposto ai successivi Art.li 17 e 39.

L'impiantistica esistente deve essere adeguata alle disposizioni del presente Regolamento e del Piano Generale Impianti, entro il termine di tre anni, e comunque non oltre il 31 dicembre 1997.

5. Le norme che precedentemente disciplinavano la materia di cui al presente Articolo, anche se previste in funzione dell'arredo urbano, adottate con Atto della Amministrazione, se compatibili, sono recepite nel Piano Generale Impianti, diversamente, ove possibile, la Commissione ne predispone l'adeguamento alla normativa vigente.

In caso contrario sono abrogate a norma dell'Art. 53, comma 4 del presente Regolamento.

Capo III°

Imposta Comunale sulla Pubblicità
- Applicazione e Tariffe -
Denunce, modalità di riscossione, Accertamento

Art. 13 - Presupposto dell'imposta[41]

1. La diffusione di messaggi pubblicitari effettuata attraverso forme di comunicazione visive o acustiche, diverse da quelle assoggettate al diritto sulle pubbliche affissioni, in luoghi pubblici o aperti al pubblico o che sia da tali luoghi percepibile è soggetta all'imposta sulla pubblicità prevista nel presente Regolamento.

2. Ai fini dell'imposizione si considerano rilevanti i messaggi diffusi nell'esercizio di una attività economica allo scopo di promuovere la domanda di beni o servizi, ovvero finalizzati a migliorare l'immagine del soggetto pubblicizzato.

Art. 14 - Soggetto passivo[42]

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

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

---

(41) *Immodificabile, disposto dalla Legge, Art. 5;*
(42) *Immodificabile, disposto dalla Legge, Art. 6;*

CAPO III

Imposta Comunale sulla Pubblicità

– Applicazione e Tariffe –

Denunce, modalità di riscossione, Accertamento

Art. 15 - Dichiarazione[43]

1. Il soggetto passivo di cui all'Art. 14 è tenuto, prima di iniziare la pubblicità, a presentare al Comune ovvero al Concessionario di cui al precedente art. 6, apposita dichiarazione anche cumulativa dei mezzi pubblicitari utilizzati nel territorio comunale, con espresso riferimento alle caratteristiche, alla durata della pubblicità ed all'ubicazione dei mezzi pubblicitari stessi. Il relativo modello di dichiarazione è predisposto dal Comune o dal Concessionario e messo a disposizione degli interessati.

2. La dichiarazione deve essere presentata anche nei casi di variazione della pubblicità, che comportino la modificazione della superficie esposta o del tipo di pubblicità effettuata, con conseguente nuova imposizione; il Comune procede al conguaglio fra l'importo dovuto in seguito alla nuova dichiarazione e quello pagato per lo stesso periodo.

3. Qualora venga omessa la presentazione della dichiarazione, la pubblicità di cui agli articoli 22, 23 e 20, commi 1, 2 e 3 del Regolamento, si presume effettuata in ogni caso con decorrenza dal primo gennaio dell'anno in cui è stata accertata; per le altre fattispecie la presunzione opera dal primo giorno del mese in cui è stato effettuato l'accertamento.

Art. 16 - Efficacia della Dichiarazione per Pubblicità annuale

1. La dichiarazione della pubblicità annuale ha effetto anche per gli anni successivi, purché non si verifichino modificazioni degli elementi dichiarati cui consegua un diverso ammontare dell'imposta dovuta; tale pubblicità si intende prorogata con il pagamento della relativa imposta effettuato entro il 31 gennaio dell'anno di riferimento, sempre che non venga presentata denuncia di cessazione entro il medesimo termine. [44]

---

(43) *Immodificabile, disposto dalla Legge, Art. 8, comma 1, 2 e 4;*
(44) *Immodificabile, disposto dalla Legge, Art. 8, comma 3;*

2. Nell'ipotesi in cui non venga prodotta detta denuncia di cessazione ed il pagamento avvenga in ritardo ovvero sia omesso, si applicherà la sanzione prevista dall'art. 37, comma 2, del presente Regolamento, essendo nota all'Ufficio la dichiarazione originaria posta a base della liquidazione dell'Imposta. (45)

3. Qualora il Contribuente produca denuncia di cessazione, e quindi cessi il pagamento dell'Imposta per l'anno di riferimento, ma in realtà non rimuova l'esposizione pubblicitaria, questa è abusiva a tutti gli effetti sanzionatori. (46)

Art. 17 - Pagamento dell'imposta(47)

1. L'imposta è dovuta per le fattispecie previste dagli articoli 20, commi 1 e 3, 22 e 23, commi 1 e 3 del Regolamento, per anno solare di riferimento cui corrisponde una autonoma obbligazione tributaria; per le altre fattispecie il periodo di imposta è quello specificato nelle relative disposizioni.

Il pagamento dell'imposta per Pubblicità annuale deve effettuarsi dal 1° al 31 gennaio dell'anno di riferimento, nell'ipotesi di cui al precedente Art. 16, nell'ipotesi, invece, di cui all'Art. 15, avverrà contestualmente alla dichiarazione e prima dell'effettuazione della pubblicità.

2. Il pagamento dell'imposta deve essere effettuato mediante versamento a mezzo del bollettino di conto corrente postale, previsto dall'art. 14, comma 2 del Decreto Legislativo 507/93, intestato al Comune ovvero, in caso di affidamento in concessione, al suo Concessionario, con arrotondamento a mille lire per difetto se la frazione non è superiore a lire cinquecento o per eccesso se è superiore.

L'attestazione dell'avvenuto pagamento deve essere allegata alla prescritta dichiarazione.

---

(45) *Immodificabile, disposto dalla Legge, combinato e disposto Art.li 8, comma 3 e 23, comma 2, Circ. Min. Fin. n. 10/E del 17/3/94;*

(46) *Immodificabile, disposto dalla Legge, combinato e disposto Art.li 8, comma 3 e 23, comma 2, Circ. Min. Fin. n. 10/E del 17/3/94;*

(47) *Immodificabile, disposto dalla Legge, Art. 9;*

3. Per la pubblicità relativa a periodi inferiori all'anno solare l'imposta deve essere corrisposta in unica soluzione; per la pubblicità annuale l'imposta può essere corrisposta in rate trimestrali anticipate qualora sia di importo superiore a lire tre milioni.

4. La riscossione coattiva dell'imposta si effettua secondo le disposizioni del Decreto del Presidente della Repubblica 28 gennaio 1988, n. 43, e successive modificazioni; il relativo ruolo è 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 ovvero, in caso di sospensione della riscossione, entro il 31 dicembre all'anno successivo a quello di scadenza del periodo di sospensione. Si applica l'art. 2752, comma 4, del codice civile.

5. Entro il termine di due anni decorrente dal giorno in cui è stato effettuato il pagamento, ovvero da quello in cui è stato definitivamente accertato il diritto al rimborso, il contribuente può chiedere la restituzione di somme versate e non dovute mediante apposita istanza, come disciplinato all'Art. 39 del presente Regolamento.

Il Comune provvede nel termine di novanta giorni.

6. Qualora la pubblicità sia effettuata su impianti installati su beni appartenenti o dati in godimento al Comune, l'applicazione dell'imposta sulla pubblicità non esclude quella della tassa per l'occupazione di spazi ed aree pubbliche, nonché il pagamento di canoni di locazione o di concessione.

Art. 18 - Modalità di applicazione dell'imposta[48]

1. L'imposta sulla pubblicità si determina in base alla superficie della minima figura piana geometrica in cui è circoscritto il mezzo pubblicitario indipendentemente dal numero dei messaggi in esso contenuti.

---

(48) *Immodificabile, disposto dalla Legge, Art. 7;*

2. Le superfici inferiori ad un metro quadrato si arrotondano per eccesso al metro quadrato e le frazioni di esso, oltre il primo, sempre per eccesso, al mezzo metro quadrato;

non si fa luogo ad applicazione di imposta per superfici inferiori a trecento centimetri quadrati.

3. Per i mezzi pubblicitari bifacciali le due superfici vanno considerate separatamente e l'imposta è calcolata in base alla superficie di ciascuna di esse, arrotondata come al comma 2. che precede. (49)

4. Per i mezzi pubblicitari polifacciali -a tre o più facce- l'imposta è calcolata in base alla superficie complessiva adibita alla pubblicità, arrotondata con i criteri di cui al comma 2. che precede. (*)

5. Per i mezzi pubblicitari aventi dimensioni volumetriche l'imposta è calcolata in base alla superficie complessiva risultante dallo sviluppo del minimo solido geometrico in cui può essere circoscritto il mezzo stesso, arrotondata come al comma 2. che precede.

6. I festoni di bandierine e simili nonché i mezzi di identico contenuto, ovvero riferibili al medesimo soggetto passivo, purché collocati in connessione tra loro -e quindi funzionalmente finalizzati a diffondere, nel loro insieme, lo stesso messaggio pubblicitario ed accrescerne l'efficacia- si considerano, agli effetti del calcolo della superficie imponibile, come un unico mezzo pubblicitario.

7. Le maggiorazioni di imposta a qualunque titolo previste sono cumulabili e devono essere applicate alla tariffa base; le riduzioni non sono cumulabili.

8. Qualora la pubblicità di cui agli articoli 20 e 22 del Regolamento venga effettuata in forma luminosa o illuminata si applica sulla relativa tariffa base una maggiorazione del 100 per cento.

---

(49) *Circ. Min. Fin. n. 10/E del 17/3/94, pag. 7;*

Art. 19 - Rettifica ed accertamento d'ufficio[50]

1. Il Comune od il Concessionario, entro due anni dalla data in cui la dichiarazione è stata o avrebbe dovuto essere presentata, procede a rettifica o ad accertamento d'ufficio, notificando al contribuente, anche a mezzo posta mediante raccomandata con avviso di ricevimento, apposito avviso motivato.

2. Nell'avviso sono indicati il soggetto passivo, le caratteristiche e l'ubicazione del mezzo pubblicitario, l'importo dell'imposta o della maggiore imposta accertata, delle soprattasse dovute e dei relativi interessi, il termine di sessanta giorni entro cui effettuare il relativo pagamento nonché l'organo amministrativo o giurisdizionale competente ed i termini per la presentazione di eventuali ricorsi.

3. Gli avvisi di accertamento sono sottoscritti dal funzionario designato dal Comune per l'organizzazione e la gestione dell'imposta, ovvero, nel caso di gestione in concessione, da un rappresentante del Concessionario.

Art. 20 - Pubblicità ordinaria[51]

1. Per la pubblicità effettuata mediante insegne, cartelli, locandine, targhe, stendardi o qualsiasi altro mezzo non previsto dai successivi articoli, e di cui all'Art. 8 del presente Regolamento, la tariffa dell'imposta per ogni metro quadrato di superficie e per anno solare è quella prevista nell'allegato "A" - Tariffe, tabella n. 1.

2. Per le fattispecie pubblicitarie di cui al comma 1 che abbiano durata non superiore a tre mesi si applica per ogni mese o frazione la tariffa pari al 10% di quella prevista al comma 1. come in allegato "A" - Tariffe, tabella n. 1.

---

(50) *Immodificabile, disposto dalla Legge, Art. 10;*
(51) *Immodificabile, disposto dalla Legge, Art. 12, commi 1, 2 e 3;*

3. L'affissione diretta di manifesti, effettuata anche per conto altrui su impianti a ciò destinati, di cui all'Art. 7, comma 5 che precede, è soggetta -indipendentemente dal periodo di effettiva esposizione [52]- al pagamento della imposta di pubblicità annuale, in base alla superficie complessiva dell'impianto stesso e con le modalità previste dal comma 1.

4. Ove l'impianto destinato all'affissione diretta sia collocato per un periodo pari od inferiore a 3 mesi, l'esposizione e soggetta al pagamento dell'imposta sulla pubblicità in base alla superficie complessiva dell'impianto stesso, ad una tariffa commisurata, per ogni mese o frazione, a quella prevista al comma 2. che precede [53].

Art. 21 - Maggiorazione per grandi formati[54]

Per la pubblicità ordinaria, di cui al precedente Art. 20, che abbia superficie -come arrotondata ai sensi dell'art. 18 del presente Regolamento- compresa tra metri quadrati 5,5 ed 8,5 la tariffa dell'imposta base e maggiorata del 50 per cento; per quella di superficie superiore a metri quadrati 8,5 la maggiorazione e del 100 per cento.

Art. 22 - Pubblicità effettuata con veicoli[55]

1. Per la pubblicità visiva effettuata, ai sensi del precedente Art. 9, comma 1.a, per conto proprio o altrui all'interno e all'esterno di veicoli in genere, di vetture autofilotranviarie, battelli, barche e simili, di uso pubblico o privato, è dovuta l'imposta sulla pubblicità in base alla superficie complessiva dei mezzi pubblicitari installati su ciascun veicolo nella misura e con le modalità previste dall'art. 20, comma 1.

Per la pubblicità effettuata all'esterno dei veicoli suddetti sono dovute, ove ne ricorrano i presupposti, le maggiorazioni di cui all'art. 21.

---

(52) *Circ. Min. Fin. n. 10/E del 17/3/94, pag. 12;*
(53) *Circ. Min. Fin. n. 10/E del 17/3/94, pag. 12;*
(54) *Immodificabile, disposto dalla Legge, Art. 12, comma 4;*
(55) *Immodificabile, disposto dalla Legge, Art. 13;*

2. Per i veicoli adibiti ad uso pubblico la cui licenza di esercizio sia stata rilasciata dal Comune, l'imposta e totalmente dovuta a questo Comune.

3. Per i veicoli adibiti a servizi di linea interurbana che abbiano uno dei capolinea nel Comune, l'imposta è dovuta nella misura della metà della tariffa di cui all'art. 20, comma 1.

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

5. Per la pubblicità effettuata per conto proprio su veicoli di proprietà dell'impresa o adibiti ai trasporti per suo conto, come previsto al precedente Art. 9, comma 1.b, l'imposta è dovuta per anno solare al Comune se vi ha sede l'impresa stessa o qualsiasi altra sua dipendenza, ovvero se vi siano domiciliati i suoi agenti o mandatari che -alla data del primo gennaio di ciascun anno ovvero a quella successiva di immatricolazione- hanno in dotazione detti veicoli, secondo la tariffa di cui all'allegato "A" - tabella n. 2.

Per i veicoli circolanti con rimorchio la tariffa di cui al presente comma è raddoppiata, indipendentemente dal numero dei rimorchi trainati e con esclusione di autonoma liquidazione di imposta per i rimorchi come in allegato "A" - tabella n. 2.

6. Per i veicoli di cui al comma 5, l'imposta non è dovuta per le sole indicazioni del marchio, ragione sociale ed indirizzo dell'impresa, purché tali iscrizioni non siano apposte più di due volte e ciascuna iscrizione non sia di superficie superiore a mezzo metro quadrato.

7. E' fatto obbligo di conservare l'attestazione dell'avvenuto pagamento dell'imposta e di esibirla a richiesta degli agenti autorizzati.

Art. 23 - Pubblicità effettuata con pannelli luminosi e proiezioni[56]

1. Per la pubblicità effettuata per conto altrui con insegne, pannelli o altre analoghe strutture caratterizzate dall'impiego

---

(56) *Immodificabile, disposto dalla Legge, Art. 14;*

di diodi luminosi, lampadine e simili mediante controllo elettronico, elettromeccanico o comunque programmato in modo da garantire la variabilità del messaggio o la sua visione in forma intermittente, lampeggiante o similare, si applica l'imposta indipendentemente dal numero dei messaggi, per metro quadrato di superficie e per anno solare in base alla tariffa riportata in allegato "A" - tabella n. 3.

2. Per la pubblicità di cui al comma 1 di durata non superiore a tre mesi si applica, per ogni mese o frazione, la tariffa pari ad 1/10 di quella prevista al comma 1, come in allegato "A" - tabella n. 3.

3. Per la pubblicità prevista dal comma 1. (annuale) e dal comma 2. (temporanea), effettuata dall'impresa per conto proprio, si applica l'imposta in misura pari alla metà delle rispettive tariffe.

4. Per la pubblicità realizzata in luoghi pubblici o aperti al pubblico attraverso diapositive, proiezioni luminose o cinematografiche effettuate su schermi o pareti riflettenti, si applica l'imposta per ogni giorno, indipendentemente dal numero dei messaggi e dalla superficie adibita alla proiezione, in base alla tariffa di cui all'allegato "A" - Tariffe, tabella n. 4.

5. Qualora la pubblicità di cui al comma 4 abbia durata superiore a trenta giorni, per ogni giorno successivo al trentesimo si applica una tariffa giornaliera pari alla metà di quella ivi prevista, come in allegato "A" - tabella n. 4.

Art. 24 - Pubblicità varia[57]

1. Per la pubblicità effettuata con striscioni o altri mezzi similari, che attraversano strade o piazze la tariffa dell'imposta, per ciascun metro quadrato e per ogni periodo di esposizione di quindici giorni o frazione, è pari a quella prevista dall'art. 20, comma 1. del presente Regolamento, e così per ogni successivo periodo di quindici giorni o frazione, come in come in allegato "A" - tabella n. 5.

---

(57) *Immodificabile, disposto dalla Legge, Art. 15;*

A tale forma di pubblicità non si applicano le maggiorazioni per grandi formati di cui all'art. 21 del presente Regolamento.

2. Per la pubblicità effettuata da aeromobili mediante scritte, striscioni, disegni fumogeni, lancio di oggetti o manifestini, ivi compresa quella eseguita su specchi d'acqua e fasce marittime limitrofi al territorio comunale, per ogni giorno o frazione, indipendentemente dai soggetti pubblicizzati, è dovuta l'imposta nella misura di cui all'allegato "A" - tabella n. 6.

3. Per la pubblicità eseguita con palloni frenati e simili, si applica la tariffa di imposta di cui al comma 2. che precede, ridotta del 50%, come prevista in allegato "A" - tabella n. 7.

4. Per la pubblicità effettuata mediante distribuzione a mano, anche da veicoli, escluso in ogni caso il lancio, di manifestini o di altro materiale pubblicitario, oppure mediante persone circolanti con cartelli o altri mezzi pubblicitari, è dovuta l'imposta per ciascuna persona impiegata nella distribuzione od effettuazione e per ogni giorno o frazione, indipendentemente dalla misura dei mezzi pubblicitari o dalla quantità di materiale distribuito, in base alla tariffa di cui all'allegato "A" - tabella n. 8.

5. Per la pubblicità effettuata a mezzo di apparecchi amplificatori e simili, da posto fisso o mobile ed indipendentemente dai soggetti pubblicizzati(58), la tariffa dell'imposta dovuta per ciascun punto di pubblicità e per ciascun giorno o frazione è quella riportata in allegato "A" - tabella n. 9.

Art. 25 - Riduzioni dell'imposta(59)

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

a) per la pubblicità effettuata da comitati, associazioni, fondazioni ed ogni altro ente che non abbia scopo di lucro;

---

(58) *Art. 15, comma 5° e Circ. Min. Fin. n. 10/E del 17/3/94, pag. 15;*

(59) *Immodificabile, disposto dalla Legge, Art. 16, e Circ. Min. Fin. n. 10/E del 17/3/94, pag. 15 e 16;*

b) per la pubblicità da chiunque effettuata -con o senza scopo di lucro- purché con il patrocinio o la partecipazione degli Enti Pubblici territoriali cosi come risultante da idoneo atto di volontà dei predetti Enti ed esclusivamente relativa a manifestazioni politiche, sindacali e di categoria, culturali, sportive, filantropiche e religiose;

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

Art. 26 - Esenzioni dall'imposta[60]

1. Sono esenti dall'imposta:

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

b) gli avvisi al pubblico esposti nelle vetrine o sulle porte di ingresso dei locali o, in mancanza di queste, nelle immediate adiacenze del punto di vendita, relativi all'attività svolta, nonché quelli riguardanti la localizzazione e l'utilizzazione dei servizi di pubblica utilità, che non superino la superficie di mezzo metro quadrato;

c) gli avvisi riguardanti la locazione o la compravendita degli immobili sui quali sono affissi, purché di superficie non superiore ad un quarto di metro quadrato;

d) la pubblicità comunque effettuata all'interno, sulle facciate esterne o sulle recinzioni dei locali di pubblico spettacolo qualora si riferisca alle rappresentazioni in programmazione;

---

(60) *Immodificabile, disposto dalla Legge, Art. 16, e Circ. Min. Fin. n. 10/E del 17/3/94, pag. 16 e 17;*

e) la pubblicità, escluse le insegne, relativa ai giornali ed alle pubblicazioni periodiche, se esposta sulle sole facciate esterne delle edicole o nelle vetrine o sulle porte di ingresso dei negozi ove si effettua la vendita, esclusa qualsiasi altra limitrofa collocazione;

f) la pubblicità esposta all'interno delle stazioni dei servizi di trasporto pubblico di ogni genere inerente l'attività esercitata dall'impresa di trasporto, nonché le tabelle esposte all'esterno delle stazioni stesse o lungo l'itinerario di viaggio, per la sola parte in cui contengano informazioni relative alle modalità di effettuazione del servizio;

g) la pubblicità esposta all'interno delle vetture ferroviarie, degli aerei e delle navi, ad eccezione dei battelli di cui all'art. 22 del presente Regolamento;

h) la pubblicità comunque effettuata in via esclusiva dallo Stato e dagli Enti Pubblici territoriali;

i) le insegne, le targhe e simili apposte per l'individuazione delle sedi di comitati, associazioni, fondazioni ed ogni altro ente che non persegua scopo di lucro;

l) le insegne, le targhe e simili la cui esposizione sia obbligatoria per disposizione di Legge o di Regolamento sempre che le dimensioni del mezzo usato, qualora non espressamente stabilite dalle medesime norme, non superino il mezzo metro quadrato di superficie.

CAPO IV

Pubbliche Affissioni

Modalità Tipologie

Piano Generale Impianti Pubbliche Affissioni

Capo IV°

Pubbliche Affissioni
Modalità Tipologie,
Piano Generale Impianti - Pubbliche Affissioni

Art. 27 - Istituzione del servizio delle Pubbliche Affissioni (61)

1. Il Comune, avendo popolazione pari a n. *8.590* abitanti, ha istituito il Servizio delle pubbliche affissioni. (62)

2. Il Comune, con l'istituzione del Servizio delle pubbliche affissioni, garantisce l'affissione a sua cura, in appositi impianti a ciò destinati, di manifesti, di qualunque materiale costituiti, contenenti comunicazioni aventi finalità istituzionali, sociali o comunque prive di rilevanza economica, come configurati agli Art.li 20 e 21 del D.Lgs. 507/93. (63)

Inoltre, nei limiti stabiliti dai successivi Articoli e recepiti nel Piano Generale Impianti -Pubbliche Affissioni-, effettua il Servizio pubblico anche per messaggi diffusi nell'esercizio di attività economiche.

Art. 28 - Impianti per le Pubbliche Affissioni - Definizione, tipologie, specifiche e quantità -

1. *Impianto per le Pubbliche Affissioni - definizione*

Si definisce impianto affissionale il mezzo che, per struttura e destinazione, accoglie quel particolare tipo di messaggi costituito da manifesti, di qualunque idoneo materiale costituiti.

Si definisce impianto per le Pubbliche Affissioni quello destinato all'esclusivo utilizzo da parte del Pubblico Servizio, e che è distinto da quelli utilizzati per la

---

(61)
(62) *Circ. Min. Fin. n. 10/E del 17/3/94, pag. 19;*
(63) *Immodificabile, disposto dalla Legge, Art. 18, comma 2;*
Immodificabile, disposto dalla Legge, Art. 18, comma 1;

pubblicità a mezzo Affissione diretta, di cui all'Art. 7, comma 5 e Art. 11, comma 5 del presente Regolamento.

2. *Tipologie*

Gli impianti affissionali possono identificarsi in base ai formati dei manifesti ivi affissi ed alle caratteristiche del mezzo.

2.a - Impianti ordinari, destinati alla affissione di uno o più fogli 70x100, senza alcuna connessione di messaggio fra loro.

2.b - Impianti particolari, sono quelli destinati alla affissione di manifesti costituiti di più fogli 70x100, aventi unicità di messaggio e quindi con vincolo di formato, necessitanti cioè di impianti con caratteristiche dimensionali particolari - 100x140, 140x200, 200x140, ovvero i cosiddetti Poster 3x2 e 6x3, ed altre misure.

Si possono inoltre suddividere gli impianti in ordine alle facce destinate all'affissione, monofacciale ove sia una sola, bifacciale ove siano visibili ed utilizzabili entrambi i lati contrapposti per l'affissione, di altre forme, polifacciali od altro.

3. *Ripartizione, quantità, specifiche*

In ordine ai manifesti da affiggere a cura del Servizio Pubblico, gli impianti sono suddivisi in :

3.a - impianti per messaggi di Istituto, destinati cioè alle comunicazioni ai cittadini da parte della Pubblica Amministrazione in senso lato, e specificamente del Comune;

3.b - impianti per messaggi di contenuti sociali, comunque non economici, destinati cioè alle comunicazioni di Enti, Associazioni, etc. non aventi fini di lucro;

3.c - impianti per annunci funebri, destinati cioè esclusivamente alle comunicazioni di carattere

funerario, normalmente costituite da manifesti di formato ridotto;

La consistenza degli Impianti di cui ai punti 3.a e 3.b dovrà essere tale da assicurare la idonea diffusione nel territorio comunale, e comunque non inferiore nel numero stabilito dalla Legge [64];

3.d - impianti per messaggi a carattere commerciale la cui affissione è affidata dai privati, esercenti attività di impresa ed economiche, al Servizio delle Pubbliche Affissioni.

Le quantità, le specifiche delle caratteristiche, la localizzazione territoriale degli impianti destinati all'utilizzo da parte del Servizio delle Pubbliche Affissioni, con la ripartizione sopra espressa, sono indicate nel successivo Art. 31 -Criteri per il Piano Generale Impianti, per la parte relativa alle Pubbliche Affissioni- e recepite nel Piano stesso.

4. Gli impianti destinati alle Pubblicità mediante Affissione diretta, come definiti all'Art. 7 comma 5 del presente Regolamento, sono opportunamente disciplinati al precedente Art. 12 -Criteri per il Piano Generale Impianti, per la parte relativa alla Pubblicità-.

Art. 29 - Divieti e Limitazioni

1. Gli impianti per Pubbliche Affissioni non possono essere installati nei luoghi in cui è previsto esplicito divieto come disciplinato all'Art. 10, comma 1 del presente Regolamento.

2. Le limitazioni riguardano la tipologia ed i formati degli impianti affissionali, in relazione ai contesti di arredo urbano, architettonici, etc., sono fissate per zone nel Piano Generale Impianti.

3. Per gli impianti affissionali valgono i limiti ed i divieti previsti nel "Codice della Strada" di cui al D.Lgs. 285/92, successive integrazioni e modificazioni e nel D.P.R.

---

(64) *Art. 18, comma 3, per i Comuni superiori ai 30.000 abitanti -18 metri quadri ogni 1.000 abitanti- superiori ai 30.000 abitanti -12 metri quadri ogni 1.000 abitanti;*

495/92, così come recepiti, in attuazione, nel Piano Generale Impianti.

4. Nessuna affissione, da chiunque commissionata o disposta potrà avvenire ad opera del Servizio Pubbliche Affissioni in maniera difforme a quanto previsto al successivo Art. 31, comma 6 ed in violazione di quanto disposto all'Art. 10 del presente Regolamento.

Art. 30 - Pubbliche affissioni - Modalità (65)

1. Le pubbliche affissioni devono essere effettuate secondo l'ordine di precedenza risultante dal ricevimento della commissione, che deve essere annotata in apposito registro cronologico.

2. La durata dell'affissione decorre dal giorno in cui è stata eseguita al completo; nello stesso giorno, su richiesta del committente, il Comune od il Concessionario di cui all'art. 25, comma 2, del D.Lgs. 507/93, deve mettere a sua disposizione l'elenco delle posizioni utilizzate con l'indicazione dei quantitativi affissi.

3. Il ritardo nell'effettuazione delle affissioni causato dalle avverse condizioni atmosferiche si considera caso di forza maggiore. In tal caso, qualora il ritardo sia superiore a dieci giorni dalla data richiesta, il Comune od il Concessionario deve darne tempestiva comunicazione per iscritto al committente.

4. La mancanza di spazi disponibili deve essere comunicata al committente per iscritto entro dieci giorni dalla richiesta affissione.

5. Nei casi di cui ai commi 3 e 4 il committente può annullare la commissione senza alcun onere a suo carico ed il Comune od il Concessionario è tenuto al rimborso delle somme versate entro novanta giorni dal momento del versamento delle stesse.

---

(65) *Immodificabile, disposto dalla Legge, Art. 22;*

6. Il committente ha facoltà di annullare la richiesta di affissione prima che venga eseguita, con l'obbligo di corrispondere in ogni caso la metà del diritto dovuto, a titolo di penale per aver sottratto alle disponibilità degli utenti gli spazi prenotati e non utilizzati. (66)

7. Il Comune od il Concessionario ha l'obbligo di sostituire gratuitamente i manifesti strappati o comunque deteriorati ovvero coperti da affissione abusiva e, qualora non disponga di altri esemplari dei manifesti da sostituire, deve darne tempestivamente comunicazione al richiedente mantenendo, per la durata del periodo commissionato, a sua disposizione i relativi spazi.

8. Nell'ufficio del servizio delle pubbliche affissioni devono essere esposti, per la pubblica consultazione, le tariffe del servizio, l'elenco degli spazi destinati alle pubbliche affissioni con l'indicazione delle categorie alle quali detti spazi appartengono ed il registro cronologico delle commissioni.

9. Per le affissioni richieste per il giorno in cui è stato consegnato il materiale da affiggere od entro i due giorni successivi, compatibilmente con la disponibilità di spazi, se trattasi di affissioni di contenuto commerciale, ovvero per le ore notturne dalle 20 alle 7 o nei giorni festivi, è dovuta la maggiorazione del Diritto, di cui all'Art. 33, comma 5.

Art. 31 - Piano Generale Impianti - Criteri per le Pubbliche Affissioni

1. Il Piano Generale Impianti, conformemente ai criteri di cui al D.Lgs. 507/93, recepiti nel presente Regolamento, è redatto, per ciò che riguarda gli impianti destinati alle Pubbliche Affissioni, conformemente alle esigenze di diffusione dei messaggi di Istituto e Socialmente utili.

La "Commissione per il Piano Generale Impianti" redige le modifiche da apportare al Piano Generale Impianti per i

(66) *Circ. Min. Fin. n. 10/E del 17/3/94, pag. 22;*

necessari adeguamenti successivi alla adozione in prima applicazione.

La Commissione attiva immediatamente il censimento generale degli Impianti destinati alle Pubbliche Affissioni esistenti per il loro necessario adeguamento alle esigenze espresse agli Art.li 27 e 28 del presente Regolamento. In caso di Gestione in Concessione possono essere utilizzati i dati reperiti in collaborazione con il Concessionario.

La Commissione propone anche l'adeguamento ed il recepimento, ove compatibile, della normativa Comunale riguardante le Affissioni che sia preesistente, nel Piano Generale Impianti.

Nella redazione del Piano la Commissione tiene conto della necessità di contenere il calo del gettito conseguente alla ridefinizione degli impianti affissionali, ed alla destinazione di elezione di questi alle affissioni di Istituto e non commerciali.

2. La Commissione, suddiviso il territorio comunale con le modalità di cui all'Art. 12, comma 2, definisce le caratteristiche degli impianti.

3. Utilizzando i criteri di cui al precedente Art. 28, fermi restando i formati dei manifesti, costituenti standard nazionali, fissa le dimensioni e le distanze, nel senso disciplinato al precedente Art. 12, comma 3, lett. b), nonché le forme ed il colore da utilizzarsi esclusivamente per questo genere di impianti.

4. Nella redazione del Piano Generale Impianti vengono fissate le zone in cui non possono essere installati alcuni tipi di impianti, come già disposto per gli Impianti pubblicitari all'Art. 12, comma 3, lett. c).

5. Vengono suddivise le quantità degli impianti, per ciascuna zona di cui al comma 2), suddivisi in Impianti per Affissioni Istituzionali e non commerciali e quelli destinati alle Pubbliche Affissioni di carattere commerciale, *le cui superfici in metri quadrati, nel complesso, non potranno superare :*

IMPIANTI PUBBLICHE AFFISSIONI		
metri quadri / Localizzazione	affissioni pubbliche di Istituto e non commerciali	affissioni pubbliche commerciali
Centro Abitato (Delib. G.C. n. 526 del 9.12.993)	*24,5*	*245*
Resto del Territorio *(Delib. G.C. n. 526 del 9.12.1993)*	*11,9*	*122,5*
Totale	(67) *36,4*	*367,5*

Inoltre per le Pubbliche Affissioni, in caso di eccesso di domanda, potranno utilizzarsi gli steccati e le recinzioni di cantiere, dando comunque la preferenza alla affissione sugli Impianti a ciò destinati.

6. Le predette quantità potranno venire modificate in relazione all'evoluzione del rapporto tra attività economiche e sviluppo residenziale del territorio comunale.

---

(67) *Il quantitativo totale delle superfici per gli impianti destinati alle Pubbliche Affissioni di Istituto o di carattere non commerciale deve essere non inferiore ai 18 metri quadri ogni 1.000 abitanti, per i Comuni superiori a 30.000 abitanti (classe I^/III^) ovvero non inferiore ai 12 metri quadri ogni 1.000 abitanti, per i Comuni inferiori a 30.000 (classe IV^ e V^);*

L'impiantistica esistente deve essere adeguata alle disposizioni del presente Regolamento e del Piano Generale Impianti, entro il termine di tre anni, e comunque non oltre il 31 dicembre 1997, a questo fine si utilizzano i proventi derivanti dalla applicazione delle Sanzioni Amministrative di cui all'Art. 38 del presente Regolamento ed altre disponibilità a ciò destinate. (68)

Ogni modifica, per qualsiasi motivo resasi necessaria, alle quantità e collocazione degli Impianti destinati alle Pubbliche Affissioni, sarà effettuata nel rispetto delle disposizioni del Piano Generale Impianti, ed ivi conseguentemente riportata.

---

(68) *Destinazione disposta dalla Legge, Art. 24, comma 5;*

CAPO V

Diritto sulle Pubbliche Affissioni

Applicazione e Tariffe

Commissioni, Modalità di Riscossione

Capo V°

Diritto sulle Pubbliche Affissioni -Applicazione e Tariffe Commissioni, Modalità di Riscossione

Art. 32 - Diritto sulle pubbliche affissioni[69]

1. Per l'effettuazione delle pubbliche affissioni è dovuto al Comune, ovvero al Concessionario, da parte di chi richiede il servizio e da colui nell'interesse del quale il servizio stesso è richiesto, in solido tra loro, un diritto, comprensivo dell'imposta sulla pubblicità.

2. Tutte le maggiorazioni si applicano sulla tariffa base e sono cumulabili.

Art. 33 - Tariffe per le pubbliche affissioni[70]

1. La misura del diritto sulle pubbliche affissioni per ciascun foglio di dimensione fino a cm 70 x 100 è quella riportata in allegato "A" - Tariffe, tabella n. 10.

2. *Commissioni inferiori a cinquanta fogli.*

Per ogni commissione inferiore a cinquanta fogli, riguardante messaggi di qualsiasi contenuto, il diritto di cui al comma 1 è maggiorato del 50 per cento.

3. *Maggiorazione per grandi formati.*

Il diritto di cui al comma 1, è maggiorato, per i manifesti costituiti

da otto fino a dodici fogli del 50 per cento;
da più' di dodici fogli del 100 per cento.

---

(69) *Immodificabile, disposto dalla Legge, Art. 10, comma 1;*
(70) *Immodificabile, disposto dalla Legge, Art. 10, comma 2, 3 e 4;*

4. *Affissioni di Urgenza, Notturne e Festive.* (71)

Per le affissioni Urgenti, notturne e festive, di cui all'Art. 30, comma 9, è dovuta la maggiorazione del 10 per cento del diritto, con un minimo di L. 50.000 per ciascuna commissione.

Alle affissioni previste dal presente comma si applicano le previsioni disciplinate dai commi che precedono.

5. Affissione in spazi predeterminati (72)

Qualora il committente richieda espressamente che l'affissione venga eseguita in determinati spazi da lui prescelti, e dovuta una maggiorazione del 100 per cento del diritto previsto al comma 1.

Art. 34 - Diritto sulle pubbliche affissioni - Modalità di pagamento(73)

1. Le disposizioni previste per l'imposta sulla pubblicità si applicano, per quanto compatibili, anche al diritto sulle pubbliche affissioni.

2. Il pagamento del diritto sulle pubbliche affissioni deve essere effettuato contestualmente alla richiesta del servizio, secondo le modalità di cui all'Art. 17, comma 2. del presente Regolamento; per il recupero di somme comunque dovute a tale titolo e non corrisposte si osservano le disposizioni dello stesso articolo.

3. La prova dell'avvenuto assolvimento del diritto, al fine del perfezionamento della commissione, è costituito esclusivamente dalla consegna al competente ufficio del Servizio affissioni dell'attestazione di versamento in Conto corrente rilasciata dall'ufficio postale di Stato.

4. La consegna dell'attestazione di pagamento a mezzo di Conto corrente postale deve, di norma, essere effettuata direttamente all'ufficio affissioni competente; eventuali

---

(71) *Immodificabile, disposto dalla Legge, Art. 22, cm. 9;*
(72) *Solo per Comuni superiori a 30.000 abitanti, Art. 19, comma 5°;*
(73) *Immodificabile, disposto dalla Legge, Art. 19, commi 6 e 7;*

diverse modalità di trasmissione delle predette attestazioni avvengono a totale rischio del soggetto passivo del tributo.

Art. 35 - Riduzioni del diritto[74]

1. La tariffa 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 ai sensi del successivo art. 36;

b) per i manifesti di comitati, associazioni, fondazioni ed ogni altro ente che non abbia scopo di lucro;

c) per i manifesti relativi ad attività politiche, sindacali e di categoria, culturali, sportive, filantropiche e religiose, da chiunque realizzate, con o senza scopo di lucro, purché con il patrocinio o la partecipazione degli Enti Pubblici territoriali, come risultante da idoneo atto di volontà dei predetti Enti;

d) per i manifesti relativi a festeggiamenti patriottici, religiosi, a spettacoli viaggianti e di beneficenza;

e) per gli annunci mortuari.

2. Alle affissioni di cui al presente articolo non si applicano le maggiorazioni di cui : [75]

- *all'Art. 4, comma 1 - Categoria Speciale;*
- *all'Art. 4, comma 2 - Aumento per flussi turistici stagionali*

---

(74) *Immodificabile, disposto dalla Legge, Art. 20;*

(75) *Da utilizzare solo ove ricorrano i presupposti di cui all'Art. 4, del Regolamento e 3, comma 6 e Art. 4, comma 1 D.Lgs. 507/93 (Comuni oltre i 30.000 abitanti per la Categoria Speciale, Comuni con rilevanti flussi turistici per l'"Aumento Stagionale");*

Art. 36 - Esenzioni del diritto[76]

1. Sono esenti dal diritto sulle pubbliche affissioni:

a) i manifesti riguardanti le attività istituzionali del Comune da esso svolte in via esclusiva, esposti nell'ambito del proprio territorio;

b) i manifesti delle autorità militari relativi 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 delle 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, amministrative;

f) ogni altro manifesto la cui affissione sia obbligatoria per Legge;

g) i manifesti concernenti corsi scolastici e professionali gratuiti regolarmente autorizzati.

---

(76) *Immodificabile, disposto dalla Legge, Art. 21;*

CAPO VI

Sanzioni ed Interessi

Capo VI°

Sanzioni ed Interessi

Art. 37 - Sanzioni tributarie ed interessi[77]

1. Per l'omessa, tardiva o infedele presentazione della dichiarazione di cui all'Art. 15 del presente Regolamento, si applica, oltre al pagamento dell'imposta o del diritto dovuti, una soprattassa pari all'ammontare dell'imposta o del diritto evasi.

2. Per l'omesso o tardivo pagamento dell'imposta o delle singole rate di essa o del diritto è dovuta, indipendentemente da quella di cui al comma 1, una soprattassa pari al 20 per cento dell'imposta o del diritto il cui pagamento è stato omesso o ritardato.

3. Le soprattasse previste dai precedenti commi 1 e 2 sono ridotte ad un quarto se la dichiarazione è prodotta o il pagamento viene eseguito non oltre trenta giorni dalla data in cui avrebbero dovuto essere effettuati.

4. Le soprattasse previste dai commi 1 e 2, sono ridotte alla metà se il pagamento viene eseguito entro sessanta giorni dalla notifica dell'avviso di accertamento.

Art. 38 - Sanzioni amministrative

1. Il Comune è tenuto a vigilare sulla corretta osservanza delle disposizioni legislative e Regolamentari riguardanti l'effettuazione della pubblicità. Alle violazioni di dette disposizioni conseguono sanzioni amministrative per la cui applicazione si osservano le norme contenute nelle sezioni I e II del capo I della Legge 24 novembre 1981, n. 689, salvo quanto previsto nei successivi commi. [78]

---

(77) *Immodificabile, disposto dalla Legge, Art. 23*
(78) *Immodificabile, disposto dalla Legge, Art. 24;*

2. Per le violazioni delle norme stabilite nel presente Regolamento nonché di quelle contenute nel piano generale degli impianti, si applica la sanzione da lire 200.000 a lire 2.000.000 con notificazione agli interessati, entro 150 giorni dall'accertamento, degli estremi delle violazioni riportati in apposito verbale. (79)(80)

Gli importi delle sanzioni sono cosi graduati :

2a) Per l'installazione abusiva di impianto pubblicitario privo di autorizzazione comunale
2b) Per affissione abusiva su impianto destinato ad affissioni pubbliche;
2c) Per imbrattamento di vie e piazze pubbliche mediante lancio di volantini

Lire *200.000*

2d) Per affissioni abusive effettuate su spazi diversi da quelli destinati alle affissioni pubbliche o dirette;
2e) Per pubblicità sonora, comunque effettuata, senza la prescritta autorizzazione, ovvero in difformità dalle modalità consentite

Lire *400.000*

2f) Per recidività nella violazione di cui ai punti 2a), 2b) e 2c)

Lire *1.000.000*

2g) Per recidività nelle violazioni di cui ai punti 2d) e 2e)

Lire *1.500.000*

2h) Per le violazioni di cui ai punti 2a) e 2d) effettuate in zone vietate, non consentite dal piano generale degli impianti ovvero sottoposte a vincoli paesaggistici, ambientali, artistici o monumentali;
2i) Per imbrattamento di muri con scritte indelebili o meno;

---

(79) *Immodificabile, disposto dalla Legge, Art. 24;*
(80) *Vanno precisati gli Organi competenti ad effettuare i controlli e quindi redigere i verbali (Polizia Municipale, Funzionario Servizio Pubblicità ed Affissioni -escluso l'eventuale Concessionario-, Ufficio Tributi, etc.);*

21) Per pubblicità sonora effettuata in zona di rispetto ospedaliero e nei parchi pubblici.

Lire *2.000.000*

Per tutte le violazioni non comprese nella elencazione avanti espressa si applica la sanzione amministrativa nella *misura minima*, *raddoppiata* per recidività, ovvero *espressa al massimo*, in presenza di più violazioni contemporanee.

Sono fatti salvi, in ogni caso, i diritti di rivalsa in ordine a danni a chiunque arrecati in violazione delle norme del presente Regolamento, ferma restando l'eventuale azione penale qualora i fatti in violazione costituiscono reato perseguibile a norma di Legge.

3. Il Comune, fatto salvo quanto disposto nei commi che precedono, dispone la rimozione degli impianti pubblicitari abusivi facendone menzione nel verbale di cui al comma 2; in caso di inottemperanza all'ordine di rimozione entro il termine stabilito, il Comune provvede d'ufficio, addebitando ai responsabili le spese sostenute. (81)

4. Il Comune, o il Concessionario del servizio, può effettuare, indipendentemente dalla procedura di rimozione degli impianti e dall'applicazione delle sanzioni di cui ai commi 2 e 3, la immediata copertura della pubblicità abusiva, in modo che sia privata di efficacia pubblicitaria, ovvero la rimozione delle affissioni abusive, dandone notizia al contravventore, con successiva notifica di apposito avviso secondo le modalità previste dall'art. 19 del presente Regolamento.

5. I mezzi pubblicitari esposti abusivamente possono, con ordinanza del sindaco, essere sequestrati dal Comune a garanzia del pagamento delle spese di rimozione e di custodia, nonché dell'imposta e dell'ammontare delle relative soprattasse ed interessi; nella medesima ordinanza deve essere stabilito un termine entro il quale gli interessati possono chiedere la restituzione del materiale sequestrato previo versamento di una congrua cauzione stabilita nella ordinanza stessa.

6. I proventi delle sanzioni amministrative di cui è titolare il Comune, sono destinati al potenziamento ed al miglioramento

(81) *I commi 3, 4, 5, 6 sono immodificabili, disposto dalla Legge, Art. 24;*

del servizio e dell'impiantistica comunale, nonché alla redazione ed all'aggiornamento del piano generale degli impianti di cui all'Art. 12 e 31 del presente Regolamento.

Art. 39 - Rimborsi [82]

1. Nelle ipotesi previste agli Art.li 17, comma 5 e 30, comma 5 del presente Regolamento il Contribuente può presentare, entro il termine di due anni dall'avvenuto pagamento o dal definitivo accertamento del credito, apposita istanza al Comune per ottenere il rimborso dell'Imposta o del Diritto versati e non dovuti.

Nell'istanza il Contribuente deve indicare le proprie generalità, la motivazione della richiesta, l'importo richiesto, il numero del bollettino di conto corrente postale con cui il pagamento è stato effettuato, il mezzo pubblicitario ovvero la affissione cui l'istanza si riferisce, il periodo di imposta o di affissione, e comunque quant'altro utile alla identificazione del credito vantato ed alla cognizione del diritto al rimborso.

2. Il Comune, nella persona del Funzionario responsabile, di cui al successivo Art. 42, dispone, entro novanta giorni, il predetto rimborso, ovvero, comunica al presentatore dell'istanza il diniego motivato. [83]

Il Comune può, per il principio di autotutela, disporre motivato rimborso -nei termini previsti dal D.Lgs. 507/93, Capo I°- per somme versate e successivamente accertate come non dovute.

3. Le attribuzioni di cui al presente articolo, nel caso di gestione in concessione, di cui all'Art. 6, commi 2 e 3, ed al successivo capo VII° del Regolamento, spettano al Concessionario, cui dovranno essere rivolte le istanze. [84]

Il Concessionario dà notizia all'Amministrazione dell'avvenuto rimborso ovvero delle motivazioni del diniego, con l'osservanza delle disposizioni relative alla contabilità periodica,

---

(82) *Art. 9, comma 6° e 22, comma 6°;*
(83) *Immodificabile, disposto dalla Legge, Art. 11, comma 1;*
(84) *Immodificabile, disposto dalla Legge, Art. 11, comma 2;*

determinata dalla Legge ed al Regolamento, con le modalità contenute nel Decreto Ministeriale del 26 aprile 1994, Art. 2, lett. a).[85]

Art. 40 - Interessi

1. Sulle somme dovute per l'imposta sulla pubblicità, per il diritto sulle pubbliche affissioni e per le relative soprattasse si applicano interessi di mora nella misura del 7 per cento per ogni semestre compiuto, a decorrere dal giorno in cui detti importi sono divenuti esigibili. [86]

2. Il contribuente ha il diritto alla corresponsione degli interessi nella misura del 7%, per ogni semestre compiuto, per le somme a lui dovute a qualsiasi titolo, a decorrere dalla data dell'eseguito pagamento. [*]

---

(85) *Pubblicato in Gazzetta Ufficiale, n. 130, del 6/6/94;*
(86) *Immodificabile, disposto dalla Legge, Art. 23, comma 4;*

CAPO VII

Modalità di Gestione

Capo VII°

Modalità di Gestione

Art. 41 - Gestione del servizio

1. Il presente Capo regola le attività connesse alla gestione del Servizio di Accertamento e Riscossione dell'imposta sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni, nelle forme previste dall'Art. 6 del presente Regolamento, in applicazione delle disposizioni previste dal D.Lgs. 507/93, Capo I°, successive integrazioni e modificazioni, dai Decreti Ministeriali, dalle Istruzioni e Circolari del Ministero delle Finanze, per quanto di rispettiva competenza del Comune e/o del Concessionario del Servizio.

Art. 42 - Funzionario responsabile[87]

1. Il Comune designa un funzionario cui sono attribuiti la funzione ed i poteri per l'esercizio di ogni attività organizzativa e gestionale dell'imposta sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni; il predetto funzionario sottoscrive anche le richieste, gli avvisi, i provvedimenti relativi e dispone i rimborsi.

2. Il Comune comunica alla direzione centrale per la fiscalità locale del Ministero delle Finanze il nominativo del funzionario responsabile entro sessanta giorni dalla sua nomina.

3. Nel caso di gestione in concessione, le attribuzioni di cui al comma 1 spettano al Concessionario, sotto il controllo dell'Amministrazione.

4. Nell'espletamento del servizio, il Concessionario può agire per mezzo di un rappresentante come disciplinato nel successivo Art. 48, comma 1. [88]

---

(87) *Immodificabile, disposto dalla Legge, Art. 11;*
(88) *Immodificabile, disposto dalla Legge, Art. 31, comma 1;*

Art. 43 - Corrispettivo del servizio[89]

1. Il corrispettivo spettante al Concessionario per l'effettuazione del servizio è disciplinato dall'art. 26, commi 1 e 2 del D.Lgs. 507/93, e determinato dalle previsioni di capitolato e contrattuali.

2. Le modalità contabili, i registri ed i bollettari da vidimarsi sono quelli disciplinati nel Decreto del Ministro delle Finanze del 26 aprile 1994 [90] ed in ogni altro Decreto, Istruzioni e Circolari Ministeriali all'uopo emanati.

3 I versamenti alla Tesoreria Comunale e le relative risultanze contabili hanno scadenza trimestrale posticipata, come disciplinato dall'art. 26, comma 3, e secondo quanto disposto con Decreto del Ministro delle Finanze del 26 aprile 1994, Art. 4, comma 1 e dalle Istruzioni Ministeriali.

4. Per il ritardato versamento delle somme dovute dal Concessionario si applica una indennità di mora del 7 per cento semestrale sugli importi non versati, che può essere riscossa dal Comune in caso di mancato adempimento, utilizzando il procedimento esecutivo previsto dal regio Decreto 14 aprile 1910, n. 639.

5. Nel caso di variazione di tariffe superiore al 10 per cento, deliberata dal Comune o stabilita per Legge nel corso della concessione, *l'aggio o il canone fisso ed il minimo garantito* convenuto devono essere ragguagliati in misura proporzionale al maggiore o minore ammontare delle riscossioni.

Art. 44 - Durata della concessione[91]

1. La concessione del servizio di accertamento e riscossione dell'imposta sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni ha durata massima di sei anni.

2. Qualora la concessione sia di durata inferiore a sei anni, si può procedere al suo rinnovo fino al raggiungimento di tale

---

(89) *Immodificabile, disposto dalla Legge, Art. 26;*
(90) *Pubblicato in Gazzetta Ufficiale, n. 130, del 6/6/94;*
(91) *Immodificabile, disposto per Legge, Art. 27;*

limite, purché le condizioni contrattuali proposte siano più favorevoli per il Comune; a tal fine il Concessionario deve presentare apposita istanza almeno sei mesi prima della data di scadenza della concessione indicando le condizioni per il rinnovo.

Art. 45 - Conferimento della concessione[92]

1. La concessione del servizio può avvenire solo nei confronti degli iscritti all'Albo di cui all'art. 32 del D.Lgs. 507/93.

2. Il conferimento della concessione ai soggetti iscritti nell'albo di cui all'art. 32 del D.Lgs. 507/93, viene effettuato in conformità all'art. 56 della Legge 8 giugno 1990, n. 142, e previa adozione di apposito capitolato d'oneri, mediante licitazione privata ai sensi dell'art. 89 del regio Decreto 23 maggio 1924, n. 827, integrato dalle disposizioni, ove compatibili, della Legge 2 febbraio 1973, n. 14, e dell'art. 2-bis del Decreto-Legge 2 marzo 1989, n. 65, convertito, con modificazioni, dalla Legge 26 aprile 1989, n. 155.

3. La licitazione deve essere indetta tra non meno di tre soggetti iscritti nell'albo di cui all'art. 32 del D.Lgs. 507/93, che abbiano capacità tecnica e finanziaria adeguata alla classe di appartenenza del Comune concedente secondo la suddivisione in categorie prevista dall'art. 33 del predetto D.Lgs. 507/93.

L'oggetto della licitazione è costituito dalla misura del corrispettivo economico, cosi come previsto dall'art. 28, comma 2 del D.Lgs. 507/93.

4. L'iscrizione nell'albo è comprovata esclusivamente mediante presentazione di certificato rilasciato dalla direzione centrale per la fiscalità locale del Ministero delle finanze in data non anteriore a novanta giorni da quella in cui si svolge la gara.

5. I soggetti partecipanti alla licitazione debbono fornire apposita dichiarazione resa ai sensi degli articoli 4, 20 e 26

---

(92) *Immodificabile, disposto dalla Legge, Art. 28;*

della Legge 4 gennaio 1968, n. 15, attestante che loro stessi ed i soci della società che rappresentano non detengono, a qualsiasi titolo, direttamente od indirettamente, interessi in altre società partecipanti alla licitazione stessa; la omissione della dichiarazione o la sua falsa attestazione comportano la nullità della concessione, ove non sia iniziata la gestione, o la decadenza dalla stessa a norma dell'art. 30, comma 1, lettera d) del D.Lgs. 507/93.

6. Quando almeno due licitazioni risultino infruttuose la concessione può essere conferita mediante trattativa privata; in tal caso la durata della concessione non può essere superiore a tre anni, con esclusione della possibilità di rinnovo.

7. Nell'ipotesi di affidamento in concessione del servizio ad azienda speciale, il corrispettivo del servizio è determinato dal Comune con apposita convenzione.

Art. 46 - Incompatibilità[93]

1. Non può essere conferita la concessione del servizio di accertamento e riscossione dell'imposta sulla pubblicità e diritto sulle pubbliche affissioni ai soggetti di cui all'art. 29 del D.Lgs. 507/93 ed in particolare:

a) ai consiglieri regionali, provinciali e comunali limitatamente all'ambito territoriale in cui esercitano il loro mandato;

b) ai membri degli organi di controllo sugli atti di questo Comune;

c) al coniuge, ai parenti ed agli affini fino al secondo grado, del sindaco, dei consiglieri e degli assessori di questo Comune;

d) a coloro che, in dipendenza di precedenti gestioni, siano in lite con il Comune.

---

(93) *Immodificabile, disposto dalla Legge, Art. 29;*

Art. 47 - Decadenza[94]

1. Il Concessionario incorre nella decadenza dalla concessione per i seguenti motivi:

a) per non aver prestato o adeguato la cauzione di cui al successivo art. 48, comma 4;

b) per mancato versamento delle somme dovute alle prescritte scadenze;

c) per continuate irregolarità o reiterati abusi commessi nella conduzione del servizio;

d) per aver reso falsa attestazione in ordine a quanto richiesto dal comma 5 dell'art. 45 del presente Regolamento;

e) per l'inosservanza del divieto di contemporaneo svolgimento dell'attività di Concessionario e di commercializzazione della pubblicità previsto dal comma 4 dell'art. 33 del D.Lgs. 507/93;

f) per aver conferito il servizio in appalto a terzi;

g) per la scoperta preesistenza o il verificarsi durante la concessione di una delle cause di incompatibilità previste dall'art. 29 del D.Lgs. 507/93.

2. La decadenza è richiesta dal Comune interessato o d'ufficio da parte della Direzione Centrale per la Fiscalità Locale del Ministero delle Finanze, ed è pronunciata, previa contestazione degli addebiti, con Decreto del Ministro delle Finanze, sentito, ove occorra, il Prefetto.

3. Il Concessionario decaduto cessa con effetto immediato dalla conduzione del servizio ed è privato di ogni potere in ordine alle procedure di accertamento e riscossione; allo scopo il sindaco diffida i contribuenti a non effettuare pagamenti al Concessionario decaduto e procede all'acquisizione della documentazione riguardante la gestione, redigendo apposito verbale in contraddittorio con il Concessionario stesso.

---

(94) *Immodificabile, disposto dalla Legge, Art. 30;*

_____ integralmente richiamate nel presente Regolamento, adottato nel rispetto dei termini di cui all'art. 36 del D.Lgs. 507/93.

2. In deroga alle disposizioni dell'art. 31, comma 3 del D.Lgs. 507/93, è ammessa la cessione del contratto in corso alla data di entrata in vigore del predetto Decreto a soggetti iscritti nell'albo di cui all'art. 32 entro il termine di un anno dalla suddetta data, previo consenso del Comune e nulla osta della Direzione Centrale per la Fiscalità Locale del Ministero delle Finanze.

3. Entro il termine di cui al comma precedente, il Comune acquisisce, a condizioni da convenirsi tra le parti, gli impianti pubblicitari detenuti dal Concessionario.

Nello stesso termine, ove il Comune non eserciti il diritto di prelazione sugli stessi, al Concessionario è consentita la cessione degli impianti a terzi, previa comunicazione all'Ente.

Art. 53 - Norme finali e abrogazioni[101]

1. Il presente Regolamento sostituisce ogni precedente norma regolamentare e tariffaria afferente l'imposta comunale sulla pubblicità e il diritto sulle pubbliche affissioni ove incompatibile con esso o con il D.Lgs. 507/93.

2. Per quanto non previsto nel presente Regolamento si rinvia al D.Lgs. 507/93, Capo I°, Decreti, Istruzioni e Circolari Ministeriali

3. Il presente Regolamento entra in vigore dalla data di approvazione ed esplica la sua efficacia dal 1 gennaio 1994, cosi come disposto dalle normative di cui al D.Lgs. 507/93.

---

(101) *Valgono le disposizione di cui all'Art. 37 della Legge;*

Allegato A

REGOLAMENTO

Imposta Comunale sulla Pubblicità e Diritto sulle Pubbliche Affissioni

Tariffe

Allegato A

A.1 - Tariffe Imposta Comunale sulla Pubblicità

A.2 - Tariffe Diritto sulle Pubbliche Affissioni

Tariffe

IMPOSTA COMUNALE SULLA PUBBLICITA'
E DIRITTO SULLE PUBBLICHE AFFISSIONI

Allegato "A.1"

al Regolamento di applicazione

Tariffe dell'Imposta Comunale sulla Pubblicità
del Comune di *GASSINO TORINESE*

Pubblicità Ordinaria effettuata con insegne, targhe, cartelli, affissioni dirette, etc. **tabella 1**

durata della esposizione	un mese	due mesi	tre mesi	annuale
(*) Lire al metro quadro	*1.600*	*3.200*	*4.800*	*16.000*

maggiorazioni :

per formati superiori ai 5,5 mq sino ad 8,5 mq	+ 50 %
oltre 8,5 mq.	+ 100%
pubblicità luminosa od illuminata	+ 100%

note :

(*)

comune di classe I^	un mese	due mesi	tre mesi	annuale
Lire al metro quadro	3.200	6.400	9.600	32.000
comune di classe II^	un mese	due mesi	tre mesi	annuale
Lire al metro quadro	2.800	5.600	8.400	28.000
comune di classe III^	un mese	due mesi	tre mesi	annuale
Lire al metro quadro	2.400	4.800	7.200	24.000
comune di classe IV^	un mese	due mesi	tre mesi	annuale
Lire al metro quadro	2.000	4.000	6.000	20.000
comune di classe V^	un mese	due mesi	tre mesi	annuale
Lire al metro quadro	1.600	3.200	4.800	16.000

Art. 20 – Pubblicità ordinaria

1. Per la pubblicità effettuata mediante insegne, cartelli, locandine, targhe, stendardi o qualsiasi altro mezzo non previsto dai successivi articoli, e di cui all'Art. 8 del presente Regolamento, la tariffa dell'imposta per ogni metro quadrato di superficie e per anno solare è quella prevista nell'allegato "A" – Tariffe, tabella n.1 .
2. Per le fattispecie pubblicitarie di cui al comma 1 che abbiano durata non superiore a tre mesi si applica per ogni mese o frazione la tariffa pari al 10% di quella prevista al comma 1. come in allegato "A" – Tariffe, tabella n. 1.
3. L'affissione diretta di manifesti, effettuata anche per conto altrui su impianti a ciò destinati, di cui all'Art. 7, comma 5 che precede, è soggetta –indipendentemente dal periodo di effettiva esposizione– al pagamento della imposta di pubblicità annuale, in base alla superficie complessiva dell'impianto stesso e con le modalità previste dal comma 1.
4. Ove l'impianto destinato all'affissione diretta sia collocato per un periodo pari od inferiore a 3 mesi, l'esposizione e soggetta al pagamento dell'imposta sulla pubblicità in base alla superficie complessiva dell'impianto stesso, ad una tariffa commisurata, per ogni mese o frazione, a quella prevista al comma 2. che precede.

Art. 21 – Maggiorazione per grandi formati

Per la pubblicità ordinaria, di cui al precedente Art. 20, che abbia superficie –come arrotondata ai sensi dell'art. 18 del presente Regolamento– compresa tra metri quadrati 5,5 ed 8,5 la tariffa dell'imposta base e maggiorata del 50 per cento; per quella di superficie superiore a metri quadrati 8,5 la maggiorazione e del 100 per cento.

Art. 18, comma 8 – Modalità di applicazione dell'imposta

8. Qualora la pubblicità di cui agli articoli 20 e 22 del Regolamento venga effettuata in forma luminosa o illuminata si applica sulla relativa tariffa base una maggiorazione del 100 per cento.

IMPOSTA COMUNALE SULLA PUBBLICITA' E DIRITTO SULLE PUBBLICHE AFFISSIONI

Allegato "A.2"

al Regolamento di applicazione

Tariffa del Diritto sulle Pubbliche Affissioni
del Comune di _____

tabella 10

per i primi dieci giorni, per ogni foglio 70x100	Lire	2.000
per ogni periodo successivo di 5 giorni o frazione	Lire	600

maggiorazioni :

– per commissione inferiore a cinquanta fogli	+	50%
– per manifesti da otto fino a dodici fogli 70x100	+	50%
– per manifesti costituiti da più di dodici fogli	+	100%
– per affissioni richieste nelle 24 o 48 ore –urgenze– con un minimo di Lire **50.000**	+	10%
– *per affissioni in spazi predeterminati dall'Utente*	+	*100%* (**)

note :

(*)

	primi 10 giorni	successivi periodi di 5 giorni o frazione
comune di classe **I^** Lire per ciascun foglio 70x100	2.800	840
comune di classe **II^** Lire per ciascun foglio 70x100	2.600	780
comune di classe **III^** Lire per ciascun foglio 70x100	2.400	720
comune di classe **IV^** Lire per ciascun foglio 70x100	2.200	660
comune di classe **V^** Lire per ciascun foglio 70x100	2.000	600

(**) solo per Comuni con più di 30.000 abitanti

Art. 33 – Tariffe per le pubbliche affissioni

1. La misura del diritto sulle pubbliche affissioni per ciascun foglio di dimensione fino a cm 70 x 100 e per i periodi di seguito indicati è quella riportata in allegato "A.2" – Tariffe, tabella n. 10.

2. Commissioni inferiori a cinquanta fogli.
Per ogni commissione inferiore a cinquanta fogli, riguardante messaggi di qualsiasi contenuto, il diritto di cui al comma 1 è maggiorato del 50 per cento.

3. Maggiorazione per grandi formati.
Il diritto di cui al comma 1, è maggiorato, per i manifesti costituiti
da otto fino a dodici fogli del 50 per cento;
da più' di dodici fogli del 100 per cento.

4. Affissioni di Urgenza, Notturne e Festive.
Per le affissioni Urgenti, notturne e festive, di cui all'Art. 30, comma 9, è dovuta la maggiorazione del 10 per cento del diritto, con un minimo di L. 50.000 per ciascuna commissione.
Alle affissioni previste dal presente comma si applicano le previsioni disciplinate dai commi che precedono.

5. Affissione in spazi predeterminati
Qualora il committente richieda espressamente che l'affissione venga eseguita in determinati spazi da lui prescelti, è dovuta una maggiorazione del 100 per cento del diritto previsto al comma 1.

Art. 35 – Riduzioni del diritto

1. La tariffa 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 ai sensi del successivo art. 36;

   b) per i manifesti di comitati, associazioni, fondazioni ed ogni altro ente che non abbia scopo di lucro;

   c) per i manifesti relativi ad attività politiche, sindacali edi categoria, culturali, sportive, filantropiche e religiose, da chiunque realizzate, con o senza scopo di lucro, purché con il patrocinio o la partecipazione degli Enti Pubblici territoriali, come risultante da idoneo atto di volontà dei predetti Enti;

   d) per i manifesti relativi a festeggiamenti patriottici, religiosi, a spettacoli viaggianti e di beneficenza;

   e) per gli annunci mortuari.

2. Alle affissioni di cui al presente articolo non si applicano le maggiorazioni di cui :
   - all'Art. 4, comma 1 – Categoria Speciale;
   - all'Art. 4, comma 2 – Aumento per flussi turistici stagionali