

**COMUNE DI MARINA DI GIOIOSA JONICA**  
PROVINCIA DI REGGIO CALABRIA

**DELIBERAZIONE DEL CONSIGLIO COMUNALE**

OGGETTO: APPROVAZIONE REGOLAMENTO PER L'APPLICAZIONE DELL'IMPOSTA SULLA PUBBLICITA' E PER L'EFFETTUAZIONE DEL SERVIZIO DELLE PUBBLICHE AFFISSIONI

L'anno duemilatre addi ventiquattro del mese di aprile alle ore 19,00 convocato come da avvisi iscritti in data 17.04.2003 consegnati a domicilio dal Messo Comunale, come da sua dichiarazione, si è riunito sotto la presidenza del Presidente del Consiglio Dott. Giovanni Femia in seduta ordinaria aperta di prima convocazione, il Consiglio Comunale composto dai Sigg.:

N.	Cognome e Nome	Qualifica	Presenti SI-NO	N. d'ord	Cognome e nome	Qualifica	Presenti SI-No
1	FEMIA GIOVANNI ANTONIO	Presidente	SI	11	DI MASI SABRINA	Consigliere	SI
2	AVV. MACRÌ FRANCESCO	Sindaco	SI	12	MARRAPODI FRANCESCO	Consigliere	SI
3	TASSONE ANNA MARIA	Consigliere	SI	13	ALBANESE MODESTINA	Consigliere	NO
4	FEMIA LUIGI	Consigliere	SI	14	FEMIA ROCCO A.	Consigliere	SI
5	MARANDO VINCENZO	Consigliere	SI	15	CANDIDO DOMENICO	Consigliere	SI
5	CARBONE GIUSEPPE	Consigliere	SI	16	MINICI SALVATORE	Consigliere	NO
7	VIGLIAROLO SALVATORE	Consigliere	SI	17	IERACI VINCENZO	Consigliere	SI
8	GALLUZZO ROSALBA	Consigliere	NO				
9	MESITI PASQUALE	Consigliere	SI				
10	LOMBARDO SALVATORE	Consigliere	SI				

Presenti n. 14

Assenti n. 3

Partecipa il Segretario Generale Dott. Tresoldi Arturo

**IL PRESIDENTE DEL CONSIGLIO**

Constatato che, essendo il numero dei Consiglieri presenti di n. 13 su n. 16 Consiglieri, più il Sindaco assegnati al Comune e su n. 17 Consiglieri in carica, l'adunanza è legale ai termini dell' Art. 38 del D.Lvo. N. 267 del 18/8/2000;

- DICHIARA APERTA LA RIUNIONE ED INVITA A DELIBERARE SULL'OGGETTO SOPRAINDICATO.

Premesso che sulla proposta della presente deliberazione

Per quanto concerne la regolarità tecnica esprime PARERE favorevole dott. Arturo Tresoldi

Per quanto concerne la regolarità contabile non necessita PARERE

Letto, approvato e sottoscritto

## IL CONSIGLIO COMUNALE

Visti:

- il D.Lgs. 15/11/93 n. 507, contenente l'istituzione e la disciplina Imposta Comunale sulla Pubblicità e Diritti sulle Pubbliche Affissioni;
- l'articolo 42 comma 1 del Decreto legislativo del 18/8/2000 n. 267 - TESTO UNICO DEGLI ENTI LOCALI - il quale dispone: "Il consiglio ha competenza limitatamente ai seguenti atti fondamentali: .... istituzione e ordinamento dei tributi, con esclusione della determinazione delle relative aliquote;...";
- l'articolo 151 comma 1 del citato Decreto Legislativo del 18/8/2000 n. 267, il quale dispone: "Gli enti locali deliberano entro il 31 dicembre il bilancio di previsione per l'anno successivo,.... Il termine può essere differito con decreto del Ministro dell'interno, d'intesa con il Ministro del tesoro, del bilancio e della programmazione economica, sentita la Conferenza Stato-città ed autonomie locali, in presenza di motivate esigenze";
- il Decreto Legge n. 50 del 31 marzo 2003 , pubblicato nella Gazzetta Ufficiale della Repubblica italiana, con il quale è stato differito al 30 Maggio 2003 il termine per la deliberazione dei bilanci di previsione per l'esercizio 2003 da parte dei Comuni;
- l'art. 11, comma 10 della legge 27/12/1997 n. 449, come modificato dall'art. 30, comma 17, della legge del 23/12/1999 n. 488, il quale dispone: "Le tariffe e i diritti di cui al capo I del decreto legislativo 15 novembre 1993, n. 507 , e successive modificazioni, possono essere aumentati dagli enti locali fino ad un massimo del 50% a decorrere dal 1/1/2000 per le superfici superiori al metro quadrato, e le frazioni di esso si arrotondano al mezzo metro quadrato";

Visto che ai sensi dell'art. 10 della L.448/01 il quale stabilisce quanto segue:

- a) le tariffe sull'imposta della pubblicità e sul diritto delle pubbliche affissioni, sono deliberate entro il 31 marzo di ogni anno, e si

applicano a decorrere dal 1° gennaio del medesimo anno, in caso di mancata adozione della deliberazione, si intendono prorogate di anno in anno;

- b) tutti i comuni e non più solo quelli di grandi dimensioni, possono dividere il territorio in due categorie in relazione alla loro importanza commerciale e imporre così la maggiorazione fino al 150% in più dell'imposta;
- c) l'imposta è abrogata con riferimento alle insegne di esercizio di attività commerciali, e di produzione di beni e di servizi, che indicano la sede di tali attività, purché, di superfici inferiori ai 5 mq, i comuni possono per altro stabilire con proprio regolamento l'esenzione del pagamento dell'imposta, anche per superfici maggiori.
- d) i comuni ai fini di contrastare il fenomeno dell'installazione di impianti pubblicitari e delle esposizioni di mezzi pubblicitari abusivi, adottano un piano specifico di repressione dell'abusivismo, di recupero e riqualificazione, con interventi di arredo urbano e disciplinano nel proprio regolamento misure di definizione bonaria, di accertamenti e contenziosi in materia di imposta di pubblicità, tendenti a favorire l'emersione volontaria dell'abusivismo.

Le minore entrate derivanti dalla mancata imposizione dell'imposta per le superfici inferiori ai 5 mq, saranno rimborsate al Comune dallo Stato secondo modalità da stabilire con decreto del Ministero dell'Economia e delle Finanze, di concerto con il Ministro dell'Interno

Considerato che:

- le tariffe dell'imposta sulla pubblicità e sui diritti sulle pubbliche affissioni in vigore in questo Comune, nell'anno 2001, sono pari a quelle previste dal D. Lgs 507/93 per i Comuni appartenenti alla classe in relazione al numero degli abitanti di questo stesso Comune, con l'aumento previsto dall'art. 11 comma 10 della legge 27.12.1997 n. 449 per come integrato dall'art. 30 comma 17 della legge 23.12.1999 n. 488, che prevede l'aumento delle tariffe delle affissioni e pubblicità stabilite con D.lgs 507/93, in ragione del 120% ed ulteriore 30% limitatamente alle superfici superiori al mq.;

Visto l'art. 52, comma 1 del D.lgs n. 446/97 in relazione al potere di regolamentazione di questo Comune delle proprie entrate anche tributarie e di determinazione delle tariffe entro i limiti di legge;

preso, altresì, atto che, per l'anno d'imposta 2003, con propria deliberazione n. 26 del 25 febbraio 2003, sono state aumentate dette tariffe;

accertato che, ai sensi e per gli effetti di cui all'art. 49 del Decreto Legislativo 18/8/2000, n. 267, è stato richiesto, in merito al presente provvedimento, il parere del responsabile del servizio interessato al provvedimento in ordine alla regolarità tecnica;

Il presidente cede la parola all'assessore Femia Luigi il quale relaziona sull'argomento,

L'assessore Femia Luigi ricorda ai consiglieri che l'anno 2002 ha rappresentato una svolta per l'ente locale, il quale dopo aver fatto gestire per molti anni il servizio ad una ditta esterna, ha deciso di assumere direttamente l'onere del servizio. Questo aveva comportato che con delibera n. 4 del 26 febbraio 2002 si fosse approvato un regolamento composto da n. 25 articoli, questa sera si propone un nuovo regolamento che rispetto al precedente permette una specificazione e trattazione dell'argomento a 360 gradi, disciplinando il tributo in tutti i suoi aspetti sia per quanto riguarda le modalità di richiesta del cittadino sia per quelle che riguardano il relativo rilascio. Pertanto appare quanto mai necessario approvare questo regolamento comunale, costituito da n. 38 articoli, che consentiranno all'ente locale di gestire al meglio il servizio.

Presenti 14

Votanti 14

Con voti favorevoli 14 astenuti 0 contrari 0

## DELIBERA

- Di adottare il Regolamento comunale per l'imposta di pubblicità e le pubbliche affissioni così come allegato al presente atto del quale costituisce parte integrante e sostanziale composto di n. 36 articoli;
- Di dare atto che con l'approvazione del presente regolamento sono contestualmente abrogate tutte le norme regolamentari precedentemente emanate;
- Di dare atto che il presente regolamento entra in vigore dal 1° gennaio 2003

**COMUNE DI MARINA DI GIOIOSA IONICA**

**PROVINCIA DI REGGIO CALABRIA**

---

**REGOLAMENTO PER L'APPLICAZIONE  
DELL'IMPOSTA SULLA PUBBLICITA' E PER  
L'EFFETTUAZIONE DEL SERVIZIO DELLE  
PUBBLICHE AFFISSIONI**

---

**Approvato con delibera del Consiglio Comunale n. 14 del 24 Aprile 2003**

## INDICE

### CAPO I – DISPOSIZIONI GENERALI

Art.1 – Oggetto	pag.1
Art.2 – Forme di gestione del servizio	pag.1
Art.3 – Suddivisione in categorie del territorio comunale	pag.2
Art.4 – Pubblicità ed affissioni effettuate durante il periodo stagionale	pag.3
Art.5 – Piano Generale degli impianti	pag.3

### CAPO II – DISPOSIZIONI AMMINISTRATIVE

#### Parte I – PROCEDURE AMMINISTRATIVE

Art.6 – Domande ed autorizzazioni	pag.5
Art.7 – Disciplina degli impianti in forma temporanea	pag.7
Art.8 – Documentazione	pag.8
Art.9 – Termini per il rilascio dell'autorizzazione	pag.10
Art.10 – Rigetto delle domande	pag.11
Art.11 – Pubblicità sanitaria	pag.11

#### Parte II – PRESCRIZIONI TECNICHE

Art.12 – Descrizione delle tipologie di pubblicità ordinaria	pag.12
Art.13 – Norme di sicurezza per la viabilità	pag.13
Art.14 – Pubblicità effettuata con i veicoli	pag.14
Art.15 – Pubblicità effettuata con pannelli luminosi e proiezioni	pag.15
Art.16 – Pubblicità varia	pag.15

### CAPO III – DISPOSIZIONI TRIBUTARIE

#### Parte I – IMPOSTA COMUNALE SULLA PUBBLICITA'

Art.17 – Norma di rinvio	pag.18
Art.18 – Presupposti per l'applicazione dell'imposta	pag.18
Art.19 – Pagamento dell'imposta	pag.19
Art.20 – Esenzioni	pag.20
Art.21 – Riduzioni	pag.21
Art.22 – Pubblicità effettuata su spazi od aree comunali	pag.22

#### Parte II – DIRITTO SULLE PUBBLICHE AFFISSIONI

Art.23 – Oggetto del diritto e fini del servizio delle pubbliche affissioni	pag.23
Art.24 – Modalità applicative e di pagamento del diritto	pag.24
Art.25 – Rinvio alle norme sull'imposta della pubblicità	pag.24
Art.26 – Riduzioni	pag.24

Art.27 – Esenzioni	pag.25
Art.28 – Modalità di espletamento del servizio e di applicazione del diritto	pag.26

#### **CAPO IV – DISPOSIZIONI FINALI**

##### **Parte I – GESTIONE OPERATIVA DEGLI IMPIANTI**

Art.29 – Collocamento in opera della pubblicità e responsabilità	pag.28
Art.30 – Manutenzione degli impianti	pag.28
Art.31 – Anticipata rimozione della pubblicità per ordine del Comune	pag.29

##### **Parte II – SISTEMA SANZIONATORIO E CONTENZIOSO TRIBUTARIO**

Art.32 – Sanzioni amministrative	pag.30
Art.33 – Repressione dell'abusivismo	pag.30
Art.34 – Contenzioso tributario	pag.31
Art.35 – Diritto di Interpello	pag.31

##### **Parte III – PRESCRIZIONI FINALI**

Art.36 – Rinvio	pag.32
Art.37 – Vigilanza	pag.32
Art.38 – Vigenza del regolamento	pag.32

# **REGOLAMENTO PER L'APPLICAZIONE DELL'IMPOSTA SULLA PUBBLICITÀ E PER L'EFFETTUAZIONE DEL SERVIZIO DELLE PUBBLICHE AFFISSIONI.**

## **CAPO I - DISPOSIZIONI GENERALI**

### **Art. 1 Oggetto**

1. Oggetto del presente Regolamento è la disciplina dell'installazione e dell'effettuazione di ogni forma di affissione e pubblicità di esercizio e no - del tipo di insegnistica e cartellonistica - nonché la fissazione dei criteri per l'impiantistica pubblicitaria, (impianti per affissione - cartellonistica e pubblicità non di esercizio in genere).

### **Art. 2 Forme di gestione del servizio**

1. Il servizio per l'accertamento e per la riscossione dell'imposta comunale sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni, nonché il servizio di queste ultime, è gestito direttamente dal Comune ai sensi dell'art. 25 c.1 del D.Lgs. 15.11.93, n.507 e dell'art. 52 del D.Lgs. 15.12.97, n. 446.
2. Il Consiglio Comunale determina le forme di gestione dell'imposta per le attività, anche disgiunte, di liquidazione, accertamento e riscossione, scegliendo una delle forme previste nell'art. 52 del D.Lgs. 15.12.1997, n. 446 entro il 30 di giugno di ciascun anno o entro sei mesi dalla scadenza in caso di affidamento a terzi.
3. La forma di gestione prescelta deve rispondere ai criteri di maggiore economicità, funzionalità, regolarità, efficienza e fruizione per i cittadini in condizioni di eguaglianza.
4. L'affidamento della gestione a terzi non deve comportare oneri aggiuntivi per il contribuente.
5. È esclusa ogni partecipazione diretta degli amministratori del Comune e loro parenti o affini entro il quarto grado negli organi di gestione delle aziende, nonché delle società miste costituite o partecipate.

### **Art. 3**

#### **Suddivisione in categorie del territorio comunale.**

1. Agli effetti dell'applicazione dell'imposta comunale sulla pubblicità di cui agli artt. 12 c.1-2, 13 c.3, 14 c.1-2-3, 15 c.1-2-3-5 del D.Lgs. 507/93, e del diritto sulle pubbliche affissioni, le località del territorio comunale sono divise in due categorie (categoria normale e categoria speciale). La suddivisione di cui sopra viene riportata - quale parte integrante - nell'allegato "A" al presente regolamento.
2. Le tariffe dell'imposta comunale sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni, effettuate in località ricomprese nella categoria speciale, sono soggette ad una maggiorazione del 100% per cento della tariffa normale.
3. Si dà atto che la superficie complessiva delle località comprese nella categoria speciale è inferiore al 35 per cento di quella del centro abitato, come delimitato ai sensi dell'art. 4 del D.Lgs. 30.4.92, n.285, con Deliberazione della Giunta Comunale
4. Si dà atto infine che la superficie degli impianti per le pubbliche affissioni di natura commerciale installati in categoria speciale (mq. sei ) è inferiore alla metà di quella complessiva (mq. 48).
5. Sono destinati alle pubbliche affissioni impianti per un totale di mq. 120, nel rispetto della percentuale prevista dall'art. 18 c.3 del D.Lgs. 507/93, considerato che la popolazione abitante nel Comune di Marina di Gioiosa Ionica al 31.12. 2001 ammontava a 6470 abitanti.
6. La parte impiantistica da dedicarsi alle affissioni di natura istituzionale viene quantificata in mq. zero, :

#### Art. 4

#### Publicità ed affissioni effettuate durante il periodo stagionale.

1. Per la pubblicità e le affissioni effettuate nel Comune di Marina di Gioiosa Ionica, definito ambito turisticamente rilevante, durante il periodo stagionale intercorrente dal 1 giugno al 30 settembre, le tariffe dell'imposta per la pubblicità di cui agli artt. 12 comma 2, 14 commi 2, 3, 4 e 5, 15 del D.Lgs. 507/93, nonché, limitatamente a quelle di carattere commerciale, la tariffa per le pubbliche affissioni di cui all'art. 19 della precitata normativa, non sono maggiorate.

#### Art. 5

#### Piano Generale degli impianti.

1. Il Piano Generale degli Impianti disciplina l'installazione dei seguenti impianti:
  - a) le strutture destinate ad affissione (es. plance a muro e cartelli su pali 6 mt. x 3 mt. detti "poster", cartelli su palo 1 mt x 1,40 mt. detti "stendardi");
  - b) i cartelli a messaggio pubblicitario diretto ovvero incorporato e fisso;
  - c) la pubblicità a messaggio variabile (es. rotors, schermi, led, ecc.) con qualsiasi tecnologia;
  - d) le forme pubblicitarie di durata e struttura temporanee in genere;
  - e) gli impianti pubblicitari di servizio, ovvero applicati o connessi ad elementi di arredo urbano e stradale;
  - f) la segnaletica pubblicitarie e le preinsegne;
  - g) altri mezzi pubblicitari (es. impianti su tetti o applicati alle facciate degli edifici);
2. La superficie degli impianti da attribuire a soggetti privati per l'effettuazione di affissioni dirette non potrà superare la soglia massima di mq. Cinque. Anche l'installazione di impianti di affissione e di cartelli a messaggio pubblicitario su suolo di proprietà di privati deve essere autorizzata dalla Civica Amministrazione. In caso di richieste di impianti per affissione e cartelli a messaggio diretto da installarsi su suolo non appartenente al demanio comunale, valgono le presenti prescrizioni:
  - il numero massimo degli impianti tipo poster (6x3) installati nel territorio cittadino non dovrà superare le 10 unità, mentre gli stendardi non potranno superare le 10 unità.
3. Le nuove installazioni di impianti privati destinati ad affissione su aree appartenenti al demanio comunale, dovranno essere assentite solo a seguito dell'esperimento di pubbliche gare

4. Il sistema delle gare ad evidenza pubblica dovrà altresì presiedere al rilascio di nuove autorizzazioni per impianti a messaggi variabili, per l'impiantistica pubblicitaria di servizio nonché applicata o connessa ad elementi di arredo urbano

## **CAPO II - DISPOSIZIONI AMMINISTRATIVE.**

### **PARTE I - PROCEDURE AMMINISTRATIVE.**

#### **Art. 6**

##### **Domande ed autorizzazioni.**

1. E' vietato esporre insegne, targhe, cartelli ed in genere esercitare tutte le forme pubblicitarie descritte nei successivi articoli del presente regolamento, senza la preventiva autorizzazione rilasciata dalla Civica Amministrazione.
2. Le autorizzazioni verranno rilasciate nel rispetto delle norme previste dal presente regolamento e delle prescrizioni stabilite dal piano generale degli impianti.
3. Prima di effettuare o modificare qualsiasi forma pubblicitaria, gli interessati devono presentare - contestualmente alla dichiarazione di cui all'art. 8 del D. LGS. 507/93 - al competente ufficio tributario comunale domanda di autorizzazione redatta in carta legale, nella quale devono essere indicate le caratteristiche, l'ubicazione e la durata della pubblicità stessa. Per caratteristiche della pubblicità s'intendono: tipo (luminosa, illuminata, non luminosa), tipologia della forma (a seconda di quanto previsto nel successivo art. 13), dimensionamento, dicitura del messaggio pubblicitario.  
Le dichiarazioni tributarie, presentate contestualmente come sopra, devono essere successivamente completate dal contribuente con la precisazione della data di decorrenza dell'esposizione pubblicitaria, da effettuarsi in sede di rilascio e relativo ritiro dell'autorizzazione.  
Pertanto la dichiarazione tributaria priva dei dati relativi deve ritenersi incompleta e come tale assoggettabile alle sanzioni previste dalle vigenti normative.  
La domanda dovrà essere corredata della documentazione di cui al successivo art.8.
4. L'accoglimento dell'istanza di autorizzazione si concreta nel rilascio di apposito atto formale, il cui possesso è necessario ai fini di poter effettuare la pubblicità richiesta. L'autorizzazione deve essere esibita su richiesta degli addetti all'accertamento e deve essere conservata presso l'esercizio ovvero presso la sede legale del titolare.
5. Il mancato ritiro dell'autorizzazione, ovvero la mancata attivazione della pubblicità richiesta, entro 90 gg. dalla data di comunicazione di avvenuto rilascio dell'autorizzazione o di denuncia dell'attivazione, comporta il rigetto della pratica e l'annullamento dell'autorizzazione.  
Si procede parimenti a revoca dell'autorizzazione in caso di perdurante non utilizzo del mezzo per un periodo continuativo di tre mesi. La revoca può essere altresì disposta per sopravvenuti contrasti con le normative vigenti e per motivi di pubblico interesse.

6. L'autorizzazione è necessaria per tutte le fattispecie elencate negli articoli successivi tranne i casi seguenti in cui l'esposizione di pubblicità può essere consentita senza formale autorizzazione:

a) pubblicità effettuata mediante targhe professionali di tipo e formato "standard" (non eccedenti i 1.200 cm<sup>2</sup>) esposte a lato dei portoni dei caseggiati, fatto salvo quanto disposto al successivo art. 12 in merito alla pubblicità sanitaria;

b) pubblicità effettuata all'interno dei luoghi aperti al pubblico (locali di pubblico spettacolo, esercizi pubblici e commerciali in genere, stadi ed impianti sportivi, spazi portuali e aeroportuali non concessi al Comune, sottopassi pedonali, parchimetri, ecc..) qualora non sia direttamente visibile o percepibile da piazze, strade ed altri spazi di uso pubblico;

c) scritte su vetro degli esercizi commerciali; iscrizioni su tende solari;

d) pubblicità temporanea in genere (di durata non superiore a tre mesi), fatta eccezione per particolari casi di incidenza estetica e/o viabilistica e nel rispetto di quanto previsto al successivo art. 7, nonchè per le proiezioni luminose;

e) pubblicità effettuata su veicoli;

In tutti questi casi la quietanza di pagamento dell'imposta, dichiarata ai sensi dell'articolo 8 del D. LGS. 507/93, documenterà l'assolvimento di ogni obbligo, fatta salva la possibilità di rigetto delle dichiarazioni tributarie entro 30 gg. dal loro ricevimento, in caso di comprovate ragioni ostative di ordine estetico/viabilistico e di contrasto con il successivo art. 7.

Pertanto la carenza di dichiarazione tributaria consegue nella fattispecie la mancanza di autorizzazione, per cui, in tal caso, la pubblicità in questione deve ritenersi a tutti gli effetti come abusiva.

7. Alla pubblicità effettuata nell'ambito delle Ferrovie dello Stato ai sensi della Legge 18.3.59, n.132, si applicano le disposizioni di cui all'art. 23 c.5 del D. LGS. 30.4.92 n.285. Queste ultime vengono qui richiamate a riguardo della necessità di nulla-osta (rectius "autorizzazione") da parte del Comune per la pubblicità visibile dall'ambito urbano.

Per ambito ferroviario si precisa che lo stesso deve intendersi tale in tutti quei casi in cui la pubblicità sia almeno in parte fruibile all'interno della delimitazione del territorio ferroviario. In caso contrario, allorché il messaggio pubblicitario sia fruibile e quindi vedibile unicamente dal territorio cittadino, anche se posizionato su manufatti di proprietà dell'Ente FS, non è applicabile la disciplina specifica di cui all'art. 14 - IV comma septies della L. 488/96, per cui si rientra unicamente nelle disposizioni autorizzatorie del presente regolamento

8. La pubblicità effettuata in ambito demaniale, portuale, aeroportuale ed autostradale, qualora sia percepibile dal territorio comunale, necessita dell'autorizzazione di cui al presente articolo. Analogamente si procederà per la pubblicità in ambito territoriale di cui sopra concesso al Comune.

9. In ogni caso le autorizzazioni suindicate si intendono rilasciate facendo salvi gli eventuali diritti di terzi, nonché ogni altra autorizzazione di competenza di altre autorità od Enti che dovrà preventivamente essere richiesta dagli interessati.
10. In tutti i casi in cui la collocazione del manufatto comporti la manomissione di suolo comunale o di marciapiedi dovranno essere osservate le norme che la Civica Amministrazione ha previsto in materia.  
Gli interessati dovranno altresì osservare tutte le vigenti disposizioni di edilizia, estetica urbana, polizia urbana, pubblica sicurezza.
11. Le autorizzazioni rilasciate hanno validità triennale dalla data di rilascio ai sensi dell'art. 53 comma 6 del D. P.R. 16/12/92 n. 495 e successive modificazioni. Il rinnovo delle autorizzazioni sarà automatico e tacito alla scadenza tranne per casi motivati che potranno essere oggetto di provvedimento di revoca con preavviso di tre mesi sulla scadenza medesima. E' fatta salva nella fattispecie la prevalenza di quanto previsto dalla concessione in caso di impianti insistenti su suolo di proprietà comunale, come stabilito dall'art. 28 c.6 del presente regolamento.

#### **Art. 7**

#### **Disciplina degli impianti in forma temporanea.**

1. Gli impianti pubblicitari in forma temporanea potranno essere assentiti solo nel rispetto del Codice della Strada e della tutela paesaggistica, architettonica e di determinati siti ambientali (es. aree verdi) e sempre che non confliggano con le problematiche di tipo viabilistico.
2. Sono fatte salve le disposizioni contenute nella fattispecie nel D. LGS. 30/4/1992 n. 285 e nel D.P.R. 16/12/1992, n. 495, e successive modificazioni.
3. Il periodo assentibile non potrà superare i tre mesi continuativi e quindi l'autorizzazione non potrà essere rinnovata.
4. Le istanze volte al collocamento di pubblicità temporanea di particolare impatto paesistico architettonico ed ambientale, ovvero con problematiche di tipo viabilistico, dovranno essere formalmente autorizzate ai sensi del presente regolamento.
5. In tutti i casi non saranno ammesse forme sostitutive o surrogatorie della pubblicità permanente, tranne che per le installazioni strutturalmente provvisorie ed in quanto tali difformi da quelle definitive, in attesa dell'approvazione delle istanze di autorizzazione di queste ultime.
6. Il requisito della temporaneità non può considerarsi rispettato solo con riferimento alla durata della pubblicità esposta, ma è imprescindibile l'installazione di impiantistica di tipo precario a livello strutturale ed amovibile - anche come eventuale supporto - al termine dell'esposizione. La pubblicità in questione dovrà comunque riferirsi a manifestazioni ed iniziative occasionali e limitate nel tempo (es. spettacoli, mostre, inaugurazioni commerciali, campagne promozionali commerciali, etc..).

7. La pubblicità sui ponteggi edilizi in genere e sulle recinzioni dei grandi cantieri potrà essere assentita purché in forme esteticamente congrue (per esempio con teli estesi a tutta la superficie di una facciata).
8. L'apposizione di cartelli temporanei sui muraglioni, edifici e loro pertinenze è vietata. Potranno essere assentiti solo striscioni telati, disciplinati dalle seguenti disposizioni:
  - a) dovrà essere richiesta autorizzazione con presentazione dell'istanza direttamente agli uffici quindici giorni prima dell'inizio della pubblicità, corredata di foto e bozzetto dell'impianto, nonché di planimetria della zona di installazione e del versamento per rimborso spese;
  - b) l'installazione non potrà avere durata superiore a due mesi né potrà essere rinnovata;
  - c) l'autorizzazione potrà essere assentita solo in caso di impossibilità di fruire nelle immediate vicinanze di impianti affissionistici e pubblicitari di civica proprietà alternativi ed utilizzabili per la diffusione del messaggio pubblicitario;
  - d) gli striscioni non dovranno essere affastellati;
  - e) l'installazione è vietata nelle zone di pregio ambientale e vincolate ai sensi dell'art. 20 del presente regolamento.

#### **Art. 8** **Documentazione.**

1. Le domande di cui al precedente art. 6, relative all'installazione di qualsiasi mezzo pubblicitario che comporti la posa in opera di impianti fissi di qualsiasi tipo, dovranno essere corredate dai seguenti elementi:
  - a) generalità anagrafico-fiscali del richiedente, con dichiarazione di iscrizione alla Camera di Commercio oppure all'Albo delle Imprese Artigiane qualora si tratti di pubblicità effettuata da titolari di imprese commerciali e artigiane, ovvero dichiarazione di iscrizione al relativo ordine professionale in caso di posa in opera di targhe professionali;
  - b) località in cui dovrebbe essere installata l'insegna o il mezzo pubblicitario o comunque effettuata la pubblicità, da integrarsi con planimetria territoriale dell'ambito interessato all'installazione;
  - c) progetto di insegna o cartello in scala tale da individuarne tutti gli elementi essenziali, compreso il disegno del supporto e per le insegne luminose con la dichiarazione di osservanza alle vigenti norme C.E.I. (Comitato Elettrotecnico Italiano), debitamente sottoscritta dal titolare dell'azienda costruttrice;
  - d) descrizione tecnica dettagliata del tipo di insegna o cartello in progetto o comunque della forma pubblicitaria richiesta, con l'indicazione dei materiali impiegati, del colore e

della messaggistica pubblicitaria delle varie parti e, per le insegne luminose, del colore e della qualità della luce;

- e) documentazione fotografica completa che illustri dettagliatamente il punto di collocazione e l'ambiente circostante;
- f) in particolare per quanto concerne più specificatamente i punti b) c) ed e) tale documentazione deve essere comprensiva di:
  - 1) mappa con l'indicazione del numero civico nero dell'edificio;
  - 2) rilievo, pur schematico, della porzione di facciata in diretto rapporto visivo con la futura insegna, alla scala 1/20;
  - 3) fotografie, formato cm. 18x24, frontali da vicino e da lontano e fotografia di scorcio che abbracci il basamento dell'edificio interessato e di quelli contigui.
- g) In caso di insegne su tetti, in aggiunta alla sopra indicata documentazione, dovrà essere prodotto un rilievo in scala quotata corredato di foto panoramiche con fotomontaggio di simulazione dell'installazione.

La documentazione descritta ai precedenti punti b) c) d) e) dovrà essere allegata alla domanda di cui al primo comma del presente articolo in triplice copia.

- 2. Ai sensi dell'art. 53 c.3 del D.P.R. 16.12.92 n. 495 e successive modificazioni, il soggetto interessato al rilascio di una autorizzazione per l'installazione di cartelli o di altri mezzi pubblicitari, deve inoltre allegare alla suindicata istanza di autorizzazione un'autodichiarazione, da lui sottoscritta e redatta ai sensi della Legge 4 gennaio 1968, n.15, con la quale si attesti che il manufatto che si intende collocare è stato calcolato e realizzato e sarà posto in opera, tenendo conto della natura del terreno, ovvero della struttura di appoggio, e della spinta del vento, in modo da garantirne la stabilità.
- 3. In caso di richiesta di volturazione di insegne precedentemente autorizzate, la stessa dovrà essere corredata dalla precedente autorizzazione, ovvero di eventuale documentazione sostitutiva. In ogni caso la procedura siffatta comporta l'obbligo della dichiarazione ai sensi dell'art. 8 c.2 del D. LGS. 15.11.93 n.507 per il subentrante, con diritto al riconoscimento dell'imposta eventualmente pagata dal cedente, ovvero dell'eventuale conguaglio - ai sensi della precitata normativa - in caso di modifiche sullo stesso mezzo pubblicitario.  
Le volture potranno essere assentite solo in presenza di pubblicità in atto e regolarmente autorizzata.
- 4. In caso di variazione di pubblicità con caratteristiche strutturali analoghe alla precedente autorizzata, la procedura istruttoria verrà attivata al pari di una voltura d'ufficio, come al precedente comma 3.

## Art. 9

### Termini per il rilascio dell'autorizzazione.

1. Il rilascio dell'autorizzazione prevista per le forme di pubblicità che comportano la posa in opera di impianti fissi di qualunque specie è soggetta al controllo di conformità alle norme del presente regolamento e del piano generale degli impianti, sentito il parere di dell'ufficio tecnico e del Comando di Polizia Municipale.
2. Il rilascio delle autorizzazioni per esposizione di pubblicità nelle località soggette a vincolo ai sensi della D.Lgs. 490/99, è subordinato anche al parere vincolante. Sarà parimenti acquisito parere vincolante, nella fattispecie da parte della Soprintendenza ai Beni Storici ed Artistici, per le installazioni pubblicitarie interessanti edifici monumentali e vincolati dell'organo competente in materia di tutela ambientale.
3. L'autorizzazione sarà rilasciata entro il termine di giorni 60 dalla data di ricevimento della domanda. Entro lo stesso termine di giorni 60 sarà comunicato eventuale e motivato diniego alla messa in opera della pubblicità dichiarata.
4. I termini suindicati vengono assunti in linea con i principi della Legge n.241/90 ed ai sensi dell'art. 53 c. 5 del D.P.R. 495/92 e successive modificazioni, nonché del Regolamento sul procedimento amministrativo approvato con deliberazione del Commissario Prefettizio n. 66 del 21/09/1999 .
5. I termini di cui sopra saranno interrotti nel caso in cui il competente Ufficio comunale inviti il richiedente a proporre soluzioni diverse ovvero a produrre ulteriore documentazione, oppure sia necessario acquisire pareri da uffici esterni alla Civica Amministrazione. In questo caso l'integrazione della documentazione comporterà la riapertura dei termini.
6. Il mancato rispetto dei termini suindicati non configura la formazione del silenzio-assenso, per cui allo spirare degli stessi il richiedente potrà disporre formale diffida nei confronti del responsabile del procedimento.

**Art. 10**  
**Rigetto delle domande.**

1. Ove le domande presentate non siano corredate con i documenti previsti dal precedente art.8, ovvero da altra documentazione richiesta in casi particolari dal competente Ufficio comunale, ed il richiedente non provveda alla loro regolarizzazione nel termine assegnatogli, sino ad un massimo di giorni 15, le stesse verranno rigettate d'ufficio.
2. Dell'avvenuto rigetto sarà data comunicazione agli interessati a mezzo di raccomandata con ricevuta di ritorno.

**Art. 11**  
**Pubblicità sanitaria.**

1. Ai sensi della Legge 5 febbraio 1992, n.175, e regolamento di attuazione di cui a D.M. 16/9/94 n. 657 il competente ufficio comunale rilascia l'autorizzazione per la pubblicità - a mezzo targhe professionali a lato dei portoni degli edifici ove si svolge l'attività professionale, ovvero inserzioni sugli elenchi telefonici - concernente l'esercizio delle professioni sanitarie (medici chirurghi, odontoiatri, veterinari, farmacisti) e delle professioni sanitarie ausiliarie (ostetriche, assistenti sanitarie visitatrici e infermiere diplomate, vigilatrici d'infanzia).
2. L'autorizzazione per le fattispecie suindicate viene rilasciata previo nulla-osta dell'ordine o collegio professionale competente e subordinatamente al rispetto delle caratteristiche della targa e dell'inserzione al regolamento del Ministro della Sanità.
3. L'autorizzazione di cui sopra è necessaria anche per la pubblicità concernente l'esercizio di un'arte ausiliaria delle professioni sanitarie (odontotecnici, ottici, meccanici ortopedici ed ernisti, infermieri abilitati o autorizzati, puericultrici, massaggiatori); in questo caso, in carenza di organi o collegi professionali legalmente costituiti e quindi deputati al rilascio di apposito nulla-osta, il Comune - quale ente competente al rilascio delle autorizzazioni - valuterà le richieste al fine di garantire il rispetto deontologico del messaggio pubblicitario diffuso, fermo restando il vincolo del mezzo pubblicitario assentibile che nella fattispecie resta solo quello della targa professionale, ovvero dell'inserzione su elenchi telefonici.
4. Per quanto attiene alla pubblicità concernente le case di cura private e i gabinetti ambulatoriali mono e polispecialistici, l'autorizzazione ad esporre targhe o insegne, ovvero inserzioni su elenchi telefonici, ai sensi della Legge n.175/92, è di competenza della Regione. Resta tuttavia sempre impregiudicata la contestuale competenza della Civica Amministrazione, qualora vengano richieste forme pubblicitarie da assentirsi ai sensi del precedente art. 6.
5. In caso di trasferimento di sede la pubblicità sanitaria dovrà essere nuovamente autorizzata. Le autorizzazioni non verranno rilasciate ma solo acquisite d'ufficio, previo nulla-osta dell'Ordine e/o Collegio competente, in ottemperanza a quanto previsto dagli artt.2 c.3-bis e 5 c.5-ter della L. 5.2.92, n.175.

## PARTE II - PRESCRIZIONI TECNICHE

### Art. 12

#### Descrizione delle tipologie di pubblicità ordinaria.

1. Per pubblicità ordinaria si intende quella eseguita mediante esposizione di insegne, fregi, cartelli, targhe, stendardi, frecce, tele, tende, ombrelloni, globi e fac-simili, ed altri mezzi simili. Per detta pubblicità è dovuta l'imposta di cui all'art. 12 c.1 del D. LGS. 507/93, tenuto conto delle disposizioni relative alla suddivisione in categorie come previsto dal precedente art. 3.
2. La pubblicità ordinaria può inoltre presentarsi in forma luminosa quando i caratteri ed il disegno costituenti la pubblicità sono essi stessi derivati da una fonte di luce, ovvero illuminata, che è quella resa visibile da apposita luce che vi si proietta.  
I mezzi pubblicitari ordinari, luminosi o illuminati si distinguono in base alle caratteristiche tecniche come segue:
  - a) Luminosi
    - a1) filo neon semplice o multiplo
    - a2) filo neon con interlettere o sottolettere per lettere singole
    - a3) scatolare con luce diretta o luce schermata o lettere singole sagomate
    - a4) cassonetti o pannelli singoli o multipli
    - a5) intermittenti o fisse
    - a6) altri tipi
  - b) Illuminati
    - b1) a lettere singole sagomate
    - b2) a pannello
    - b3) altri tipi
3. I mezzi pubblicitari ordinari si distinguono altresì a seconda che riguardino l'esercizio stesso cui appartengono o la pubblicità in genere, in:
  - 3a) Mezzi pubblicitari ordinari d'esercizio; in cui si ricomprendono le scritte, insegne e simili, a carattere permanente, esposte esclusivamente nella sede di un esercizio, industria, commercio, arte o professione.
  - 3b) Mezzi pubblicitari non d'esercizio, per i quali si intendono le scritte o i simboli o altri impianti a carattere permanente, esposti in luogo diverso da quello ove ha sede l'esercizio.
4. La pubblicità ordinaria viene infine classificata secondo la sistemazione, come segue:
  - 4a) a bandiera (orizzontale o verticale) sporgenti dal muro;
  - 4b) frontali (orizzontali o verticali) contro muro;

4c) a giorno (su tetti, pensiline, cancelli, paline, ecc..).

### Art. 13

#### Norme di sicurezza per la viabilità.

1. Il posizionamento di cartelli, di insegne di esercizio e di altri mezzi pubblicitari è consentito secondo le previsioni di cui ai commi 4,5,6,8 e 10 dell'art. 51 del D.P.R. 16/12/92 n. 495 e successive modificazioni, come sostituito dall'art. 41 del D.P.R. 16/9/96 n. 610.  
Per il posizionamento delle insegne di esercizio, degli impianti pubblicitari di servizio e di tutti gli altri mezzi pubblicitari in genere, per i quali non sono previste specifiche norme dal Piano Generale degli Impianti in merito alle distanze fissate per il loro posizionamento dal D.P.R. 16.12.92, n.495, all'art.45, opera il criterio previsto dall'art.23 c.6 del D.lgs. 30.4.92, n.285, che consente una deroga al rispetto delle predette distanze, fatte salve prioritarie prescrizioni legate alla sicurezza per la viabilità.
2. È fatto divieto di collocare cartelli ed altri mezzi pubblicitari sui bordi dei marciapiedi e dei cigli stradali.
3. L'uso del colore rosso, nei cartelli e negli altri mezzi pubblicitari, è soggetto a particolare cautela al fine di non generare confusione con la segnaletica stradale, specie in corrispondenza e in prossimità delle intersezioni e deve essere limitato esclusivamente alla riproduzione di marchi depositati.
4. Il bordo inferiore dei cartelli e degli altri mezzi pubblicitari posti in opera deve essere, in ogni suo punto, ad una quota superiore di 1,5 ml. rispetto a quella della banchina stradale corrispondente. Per le insegne aggettanti a bandiera devono essere rispettate le seguenti distanze: ml. 5,1 di altezza da terra in carenza di marciapiede nonché ml. 2,50 di altezza da terra in presenza di marciapiede e la loro massima sporgenza deve rimanere arretrata di almeno cm. 30 dalla verticale del cordolo del marciapiede medesimo.
5. È vietata qualsiasi forma pubblicitaria che venga propagandata a mezzo della segnaletica di indicazione, nonché la segnaletica pubblicitaria collocata nelle intersezioni stradali, nelle corsie di canalizzazione, in posizione che occulti i segnali stradali o le lanterne semaforiche. Sono altresì tassativamente vietati i messaggi pubblicitari installati su gruppi segnaletici già esistenti, ovvero su altre indicazioni o segnalazioni messe in opera dal Comune. La semplice segnalazione, indicante all'utente della strada una postazione di interesse generale, può essere autorizzata solamente in caso di comprovata necessità.
6. I segni pubblicitari orizzontali sulla sede stradale sono ammessi unicamente:
  - 6a) all'interno di aree ad uso pubblico di pertinenza di complessi industriali o commerciali;
  - 6b) lungo il percorso di manifestazioni sportive o di vario genere, purché su aree delimitate e limitatamente al periodo del loro svolgimento, ovvero alle 24 ore precedenti e successive. In questo caso dovranno essere usati sostanze e materiali facilmente deteriorabili o asportabili.

7. Fermi restando i diritti e le competenze del gestore sulle autostrade e lungo i bordi delle stesse, è vietata, per quanto di competenza del Comune, qualsiasi forma di pubblicità stradale generica lungo i tracciati delle autostrade urbane e relativi raccordi ed immissioni. In quest'ambito può trovare collocazione solo la segnaletica attinente la viabilità e quella di indicazione relativa ai servizi ed attrezzature specifiche di interesse pubblico e turistico, ovvero le pre - insegne di cui all'art. 37 del D.P.R. 610 del 16/9/96.
8. Sono vietate le insegne, i cartelli, gli altri mezzi pubblicitari luminosi e non luminosi visibili dai veicoli transitanti sulle strade che per forma, direzione, colorazione e ubicazione possono ingenerare confusione con i segnali stradali e con le segnalazioni luminose di circolazione, oppure renderne difficile la comprensione, nonché le sorgenti luminose che producano abbagliamento.
9. Non sono ammesse le forme pubblicitarie effettuate con veicoli pubblicitari, qualora i cartelli e gli altri mezzi pubblicitari così esposti non abbiano una sagoma regolare, ai sensi art. 49 c. 4 del D.P.R. 16.12.92 n.495 e successive modificazioni.
10. Ai fini segnaletici sono ammesse le pre-insegne di cui all'art. 37 comma 2 e art. 48 comma 3 del D.P.R. 610/1996.
11. Per quanto concerne i mezzi pubblicitari dei distributori di carburanti si rinvia al disposto di cui all'art. 42 del D.P.R. 610/1996 modificativo dell'art. 52 del D.P.R. 495/1992, e successive modificazioni.

#### **Art. 14**

#### **Pubblicità effettuata con veicoli.**

1. La pubblicità effettuata con veicoli è costituita da iscrizioni, emblemi, marchi e disegni pubblicitari, effettuati sui veicoli medesimi in genere di proprietà della ditta o adibiti al trasporto per conto della stessa, ovvero su vetture autofilotranviarie, battelli, barche o simili, di uso pubblico o privato.  
È fatto obbligo di conservare la bolletta dell'avvenuto pagamento dell'imposta, che costituisce adempimento autorizzatorio, e di esibirla a richiesta degli addetti all'accertamento.
2. Per l'apposizione di pubblicità luminose e non su veicoli si rinvia alle disposizioni di cui all'art. 47 del D.P.R. 610 del 16/9/96.
3. Per la pubblicità fonica si rinvia, analogamente, alle disposizioni di cui all'art. 59 del Regolamento attuativo del Codice della Strada.

## Art. 15

### **Pubblicità effettuata con pannelli luminosi e proiezioni.**

1. La pubblicità in questione è caratterizzata dall'impiego di diodi luminosi o simili mediante controllo elettronico e programmato ai fini di garantire la variabilità del messaggio.
2. In conformità a quanto disposto dall'art. 51 comma 11 del D.P.R. 610 del 16/9/96, la variabilità dei messaggi sui pannelli luminosi installati nelle pubbliche vie in posizione trasversale al senso di marcia non può essere inferiore ai dieci minuti.
3. Le proiezioni luminose effettuate con qualsiasi mezzo e su qualsiasi superficie dovranno essere soggette a preventiva autorizzazione nel rispetto delle prescrizioni di viabilità e di ordine estetico.

## Art. 16

### **Pubblicità varia.**

#### 1) Striscioni stradali

- 1a. L'esposizione di striscioni pubblicitari o mezzi simili trasversalmente alle vie e piazze, portici, ecc., può essere assentita in via temporanea solo quando per l'ubicazione, le dimensioni i disegni e le iscrizioni, gli stessi non possano nuocere all'estetica e viabilità urbane.
- 1b. Gli striscioni dovranno essere collocati ad un'altezza non inferiore a mt. 5,10 dal piano stradale.
- 1c. In ogni caso è vietato: utilizzare sostegni, funi, ammaraggi ed installazioni in genere dell'impianto di pubblica illuminazione per il fissaggio di queste forme pubblicitarie, nonché avvicinarsi a meno di due metri dalle condutture aeree degli impianti suindicati.
- 1d. È fatto inoltre specifico divieto di utilizzare qualsiasi struttura pubblicitaria di proprietà comunale per il fissaggio di dette forme pubblicitarie.

#### 2) Pubblicità eseguita in forma ambulante

- 2a. Qualora non ostino motivi di decoro e di polizia urbana, specie in ordine alla lordura del suolo, l'Ufficio comunale potrà autorizzare, previa esibizione del volantino pubblicitario ed indicazione dell'ambito territoriale interessato, la distribuzione a mano di manifestini o di altro materiale pubblicitario e la circolazione di persone con cartelli, stendardi, scritte, ecc., a fine pubblicitario. È sempre vietata l'apposizione di materiale pubblicitario a scopo di volantinaggio sopra i veicoli in sosta. E' altresì vietato il volantinaggio in corrispondenza ed in prossimità delle intersezioni stradali ove il flusso dei veicoli è regolamentato da impianto semaforico.

### 3) Pubblicità fonica

3a. Fatto salvo quanto stabilito dall'art. 15 in merito alla pubblicità fonica a mezzo veicoli, è possibile assentire forme pubblicitarie eseguite a mezzo di apparecchi amplificatori e simili, da posti fissi, previa imposizione di eventuali prescrizioni sulle modalità e limitazioni di tempo, luogo ed intensità sonora.

### 4) Pubblicità con aeromobili

4a. È in facoltà del Comune di concedere di volta in volta l'esercizio della pubblicità eseguita mediante aerei, elicotteri, dirigibili, palloni frenati e simili, con lancio di manifestini ed oggetti, fumogeni, su tele e altrimenti.

4b. L'assenso s'intende accordato previo rispetto delle condizioni poste dalla competente autorità aeroportuale.

4c. S'intende effettuata nell'ambito del territorio comunale anche la pubblicità eseguita su specchi d'acqua e fasce marittime limitrofe al territorio stesso, fatto salvo l'assenso della competente autorità marittima.

### 5) Pubblicità sugli ascensori

5a. Per queste forme pubblicitarie si rinvia alla Legge 14 luglio 1993, n.235 e D.P.R. n. 42 del 16/1/1995, precisando che le forme ammesse sono solo le insegne o iscrizioni varie, con esclusione di proiezioni luminose, anche se intermittenti o successive, ovvero a mezzo di apparecchi sonori.

5b. I proventi dell'imposta, da corrispondersi nelle misure di cui all'art. 12 del D. LGS. 15/11/93 n. 507, sono utilizzati esclusivamente per il superamento e l'eliminazione delle barriere architettoniche nei civici edifici, nonché delle strutture urbane.

### 6) Locandine

6a. La pubblicità effettuata mediante locandine da collocare a cura dell'utente all'interno di locali pubblici od aperti al pubblico, è autorizzata con apposizione di timbro recante la data di scadenza.

6b. Quando l'affissione diretta di locandine ha carattere ricorrente l'utente dovrà presentare unitamente alla prescritta dichiarazione, l'elenco dettagliato dei locali all'interno dei quali detti mezzi pubblicitari saranno collocati. Quando detta fattispecie ha carattere eccezionale, si prescinde dall'obbligo di allegare alla prescritta dichiarazione il predetto elenco. In tal caso, tuttavia, l'utente dovrà pagare forfetariamente l'imposta commisurando la categoria speciale ad almeno il 30% del totale delle locandine.

## CAPO III - DISPOSIZIONI TRIBUTARIE

### PARTE I - IMPOSTA COMUNALE SULLA PUBBLICITA'

#### Art. 17

##### Norma di rinvio.

1. La legge (decreto legislativo 15.11.1993 n. 507) disciplina il presupposto dell'imposta (art. 5), il soggetto passivo (art. 6), le modalità di applicazione del tributo (art. 7), la dichiarazione (art. 8), la rettifica e l'accertamento d'ufficio (art. 10), la pubblicità ordinaria (art. 12), la pubblicità effettuata con veicoli (art. 13), la pubblicità effettuata con pannelli luminosi e proiezioni (art. 14), la pubblicità varia (art. 15), le cui disposizioni s'intendono qui recepite come da testo vigente.
2. La suddetta legislazione è integrata dalla normativa regolamentare contenuta negli articoli seguenti e secondo la potestà disciplinata in tal senso dall'art. 52 del D. LGS. 446/97, a riguardo delle forme di gestione del servizio ed ai fini delle esigenze di semplificazione degli adempimenti dei contribuenti.

#### Art. 18

##### Presupposti per l'applicazione dell'imposta.

1. L'imposta sulla pubblicità si applica alle insegne, alle iscrizioni ed a tutte le altre forme di comunicazioni visive o acustiche, diffuse nell'esercizio di un'attività economica e diverse da quelle assoggettate al diritto sulle pubbliche affissioni, esposte od effettuate nell'ambito del territorio comunale in luoghi pubblici o aperti al pubblico, o comunque da tali luoghi percepibili.
2. Per l'esercizio di attività economica di cui all'art. 5 c.3 del D. LGS. 15.11.93 n.507, s'intende lo scambio di beni o la produzione di servizi, effettuati nell'esercizio di imprese o arti o professioni, nonché qualunque altra attività suscettibile di valutazione economica, anche se esercitata occasionalmente da soggetto che per natura o statuto non si prefigge scopo di lucro.
3. Le iscrizioni pubblicitarie, anche in forma simbolica, non collocate in una struttura propria, sono assoggettate all'imposta, secondo un'ideale figura piana in cui sono ricomprese.
4. Per i mezzi pubblicitari polifacciali, l'imposta è calcolata in base alla superficie complessiva delle facce adibite alla pubblicità fatta salva l'applicazione separata alle

single facciate in caso di mezzi bifacciali, in quanto non si ha, nella fattispecie, sommatoria dell'efficacia pubblicitaria.

5. Ai fini della commisurazione della superficie complessiva dei mezzi polifacciali adibita alla pubblicità, rilevano tutte le facce che compongono tali mezzi anche se esse riproducono lo stesso messaggio pubblicitario.
6. Non sono considerati mezzi polifacciali le tabelle, gli stendardi e i posters adibiti all'affissione, abbinati e sorretti da un unico supporto.
7. È considerato unico mezzo pubblicitario di cui all'art. 1 c.5 del D. LGS. 15.11.93 n.507 e, come tale, da assoggettare all'imposta in base alla superficie della minima figura piana geometrica che la comprende, anche l'iscrizione pubblicitaria costituita da separate lettere applicate a notevole distanza le une dalle altre, oppure costituita da più moduli componibili.
8. Il concetto di mezzo pubblicitario, tassabile indipendentemente dal numero dei messaggi in esso contenuti, va riferito a strutture collegate senza soluzione di continuità, nell'ambito di un'unica esposizione pubblicitaria.

#### **Art. 19**

#### **Pagamento dell'imposta.**

1. La pubblicità annuale va computata e la relativa imposta liquidata ad anno solare.
2. In caso di importo superiore a £. 3.000.000= (€ 1549,37) l'imposta potrà essere versata ratealmente in quattro rate di uguale importo, con scadenza 30/04,30/8,30/12.
3. La durata di tale pubblicità s'intende prorogata di anno in anno con il semplice pagamento della relativa imposta da eseguirsi entro il 31 marzo di ogni anno, sempre che non venga presentata denuncia di cessazione entro il 31 gennaio per forme pubblicitarie rimosse prima del 31 dicembre dell'anno precedente.
4. Il documento comprovante l'avvenuto pagamento del tributo dovrà essere conservato, in caso di pubblicità d'esercizio, presso l'esercizio sede dell'esposizione pubblicitaria ed esibito a richiesta degli agenti accertatori autorizzati. In caso di pubblicità non di esercizio, ovvero per conto terzi, il documento suindicato dovrà essere conservato presso la sede legale del contribuente.
5. Non si procede alla riscossione coattiva dell'imposta, ovvero del diritto di cui alla parte II del presente regolamento, in caso di importi non superiori a € 10,33
6. L'attuale sistema di pagamento dell'imposta potrà essere modificato con apposito provvedimento di Giunta Comunale, mentre la disciplina della contabilità è unicamente soggetta alle disposizioni del vigente regolamento comunale di contabilità.

**Art. 20**  
**Esenzioni.**

1. Sono esenti dall'imposta:

- 1a) tutte le forme pubblicitarie aventi una superficie inferiore a trecento centimetri quadrati;
- 1b) le forme pubblicitarie comunque effettuate all'interno dei locali di somministrazione ed adibiti alla vendita di prodotti al dettaglio, quando si riferiscano all'attività esercitata nei locali stessi, nonché i mezzi pubblicitari, escluse le insegne, esposti nelle vetrine e sulle porte d'ingresso dei locali medesimi, purché si riferiscano all'attività in essi esercitata e non superino nel complesso la superficie di mezzo metro quadrato per ciascuna vetrina o ingresso, fatto salvo che per "attività esercitata" deve escludersi ogni riferimento alle specifiche marche dei prodotti in vendita;
- 1c) gli avvisi al pubblico esposti nelle vetrine o sulle porte d'ingresso dei locali o in mancanza nelle immediate adiacenze del punto di vendita, inerenti all'attività esercitata nei locali stessi, che non superino la superficie di mezzo metro quadrato, nonché gli avvisi riguardanti la locazione o la compravendita degli immobili sui quali sono affissi, di superficie non superiore ad un quarto di metro quadrato;
- 1d) la pubblicità comunque effettuata all'interno, sulle facciate esterne o sulle recinzioni dei locali di pubblico spettacolo qualora si riferisca alle rappresentazioni ivi in programmazione e non al locale;
- 1e) la pubblicità, escluse le insegne, relativa ai giornali ed alle pubblicazioni periodiche, se esposta sulle sole facciate esterne delle edicole purché contenuta nell'ideale filo di gronda delle stesse o nelle vetrine o sulle porte di ingresso dei negozi ove si effettua la vendita;
- 1f) i mezzi pubblicitari esposti all'interno delle stazioni, dei servizi di trasporto di ogni genere, sia statali che dati in concessione, quando si riferiscano all'attività esercitata, nonché gli avvisi e le tabelle esposte all'interno o all'esterno delle stazioni stesse o lungo l'itinerario di viaggio, per la parte in cui contengano informazioni relative alle modalità di effettuazione del servizio;
- 1g) la pubblicità esposta all'interno delle vetture ferroviarie, degli aerei e delle navi, ad eccezione dei battelli di uso pubblico o privato, di cui all'art. 15 del presente regolamento;
- 1h) le forme pubblicitarie comunque effettuate in via esclusiva dallo Stato e dagli enti pubblici territoriali;
- 1i) le insegne, le targhe e simili opposte per l'individuazione delle sedi di comitati, associazioni, fondazioni ed ogni altro ente che non persegua scopo di lucro, previa

presentazione di copia dell'atto costitutivo o dello Statuto, ovvero altra idonea documentazione, da cui risulti la propria natura giuridica;

11) le insegne, le targhe e simili la cui esposizione sia obbligatoria per disposizione di legge o di regolamento, sempre che le relative dimensioni non superino, qualora non siano esattamente stabilite, il mezzo metro quadrato di superficie.

## **Art. 21** **Riduzioni.**

1. La misura dell'imposta è ridotta del 50 per cento:

- 1a) per la pubblicità effettuata da comitati, associazioni, fondazioni ed ogni altro ente che non abbia scopo di lucro
- 1b) per la pubblicità relativa a manifestazioni politiche, sindacali e di categoria, culturali, sportive, filantropiche e religiose, da chiunque realizzate, con il patrocinio o la partecipazione degli enti pubblici territoriali;
- 1c) per la pubblicità relativa a festeggiamenti patriottici, religiosi, a spettacoli viaggianti o di beneficenza.

2. Per usufruire delle suddette riduzioni dovrà essere presentata idonea documentazione.

## Art. 22

### **Pubblicità effettuata su spazi od aree comunali.**

1. Qualora la pubblicità sia effettuata su beni di proprietà comunale o dati in godimento al Comune, sarà altresì richiesto il pagamento di un canone a titolo di corrispettivo o indennità per affitto o concessione dell'area, con tariffe determinate annualmente con apposita deliberazione.
2. La concessione all'uso dell'area pubblica viene rilasciata contestualmente all'atto autorizzatorio inerente alla forma pubblicitaria.
3. La richiesta d'uso del bene comunale comporta per l'utente l'accettazione della misura del corrispettivo fissato; in mancanza di tale accettazione il contribuente dovrà rinunciare all'uso del bene comunale.
4. Il versamento del canone non sana eventuali situazioni di abusivismo sotto il profilo dell'autorizzazione pubblicitaria ed in tal caso il canone viene introitato a titolo di indennità per l'utilizzazione dell'area di civica proprietà. Nei suddetti casi di abusivismo è sempre facoltà del Comune procedere alla repressione dello stesso, con l'applicazione delle procedure di cui agli artt. 33 e 34 del presente regolamento, che vengono altresì applicate in caso di mancato pagamento del canone la cui fattispecie è equiparata - a tutti gli effetti - alla mancanza del titolo autorizzatorio.
5. Sono altresì soggette al pagamento del canone, le utilizzazioni di attrezzature o strutture, da chiunque detenute, insistenti sul suolo di civica proprietà.
6. Alla revoca alla concessione dell'utilizzazione del suolo comunale, motivata per ragioni di pubblico interesse ivi compresa l'attuazione del Piano generale degli impianti pubblicitari, consegue la contestuale revoca dell'autorizzazione.

## **PARTE II - DIRITTO SULLE PUBBLICHE AFFISSIONI**

### **Art. 23**

#### **Oggetto del diritto e fini del servizio delle pubbliche affissioni.**

1. Il servizio delle pubbliche affissioni è inteso a garantire l'affissione a cura del Comune in appositi impianti a ciò destinati, di manifesti di qualunque materiale costituiti, contenenti comunicazioni aventi finalità istituzionali, sociali e comunque privi di rilevanza economica, nonché di quei messaggi diffusi nell'esercizio di attività economiche ed aventi quindi le caratteristiche della pubblicità commerciale.
2. Oggetto di detto servizio è quindi l'azione rivolta ad affiggere un manifesto in un luogo pubblico per renderne noto il contenuto alla collettività.
3. Ai fini dell'applicazione del diritto dovuto di cui al seguente art. 25, rileva la composizione del supporto da cui è costituito il materiale oggetto dell'esposizione, intendendosi per manifesto il foglio in carta o plastica, stampato ed affisso in luogo pubblico per le finalità di cui al precedente punto 1. Il manifesto stesso deve quindi consentire l'affissione con sistemi di incollaggio/adesione di tipo tradizionale (attraverso cioè l'utilizzo di collanti privi di soda caustica ad altri additivi inquinanti) od essere esso stesso dotato sul retro di apposite sostanze autoadesive. Il manifesto, così come sopra definito, non deve quindi essere applicato su appendici o supporti di materiale plastico o metallico di tipo rigido che richiedano l'utilizzo di tecniche particolari di affissione, diverse da quelle descritte.
4. In ogni caso i manifesti debbono essere affissi sugli spazi autorizzati, su appositi supporti (art. 41 comma 1 D.P.R. 610/1996) e comunque a cura del civico ufficio preposto.
5. Nel caso in cui il materiale oggetto dell'affissione abbia una durata di esposizione superiore a mesi tre e comunque limitatamente all'utilizzo dell'impiantistica definita al comma 6 del precedente art. 3 (stendardi di diversa dimensione) sarà possibile l'utilizzo di supporti protettivi per evitare il deterioramento e la conseguente sostituzione dei manifesti, prescindendo quindi in questo caso dalle tradizionali tecniche di affissione stabilite al precedente comma 3 del presente articolo.

#### **Art. 24**

#### **Modalità applicative e di pagamento del diritto.**

1. Per le modalità applicative e di pagamento del diritto sulle pubbliche affissioni, si rinvia ai principi contenuti nell'art. 19 del D. LGS. 507/93.
2. Per agevolare la regolarizzazione delle commissioni non aventi carattere commerciale, ai sensi dell'art. 9 comma 3 del D. LGS. 507/93 le stesse potranno essere assolte, presso l'ufficio competente, con pagamento in contanti od assegno circolare non trasferibile, da rimettersi pur sempre contestualmente alla commissione per l'esposizione delle affissioni stesse.
3. Al fine di agevolare la riscossione dei diritti si potrà procedere a forme di pagamento anticipato in abbonamento per l'utenza abituale - con eventuale prestazione di garanzia fidejussoria - che salvaguardi comunque il rispetto dell'introito del diritto nei confronti della effettiva esposizione del materiale commissionato.
4. Il sistema di pagamento del diritto sulle Pubbliche Affissioni potrà essere modificato con apposito provvedimento di Giunta Comunale.

#### **Art. 25**

#### **Rinvio alle norme sull'imposta della pubblicità.**

1. Le disposizioni previste per l'imposta comunale sulla pubblicità si applicano, per quanto compatibili, anche al diritto sulle pubbliche affissioni.
2. Il versamento dei diritti sulle pubbliche affissioni deve essere effettuato in modo contestuale alla richiesta del servizio, salvo deroghe previste al comma 3 del precedente art. 25.
3. Per le modalità di pagamento e per il recupero delle somme dovute a tale titolo e non corrisposte, si rinvia alle norme di cui agli artt. 9 e 10 del D. LGS. 507/93.

#### **Art. 26**

#### **Riduzioni.**

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 non rientranti nei casi per cui è prevista l'esenzione ai sensi del successivo art. 28;
  - b) per i manifesti di comitati, associazioni, fondazioni ed ogni altro ente che non abbia scopo di lucro, previa acquisizione di probante documentazione (Statuto redatto con atto notarile). In caso di promiscuità di messaggio tra associazioni ed eventuali affiliati - aventi finalità economiche - la pubblicità deve essere graficamente prevalente in capo all'associazione senza scopo di lucro;

- c) per i manifesti relativi ad attività politiche, sindacali e di categoria, culturali, sportive, filantropiche e religiose, da chiunque realizzate con il patrocinio o la partecipazione - da comprovarsi con adeguata documentazione - degli Enti Pubblici territoriali;
  - d) per i manifesti relativi ai festeggiamenti patriottici, religiosi e spettacoli viaggianti e di beneficenza;
  - e) per gli annunci mortuari.
2. La riduzione sub c) può essere usufruita solo nel caso in cui non vi sia da parte del realizzatore della manifestazione, nel contesto del manifesto, la promozione economica di prodotti o servizi e che quindi la pubblicità sia limitata alla sola grafica ed indicazione del logo o marchio, dimensionalmente contenuti e proporzionati nell'ambito del manifesto medesimo.

**Art. 27**  
**Esenzioni.**

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, ancorché sponsorizzate da terzi e purché tale forma si limiti all'esposizione del solo marchio o logo la cui grafica risulti dimensionalmente ridotta rispetto alla globalità del messaggio, i manifesti riguardanti le attività istituzionali dei gruppi consigliari;
  - b) i manifesti delle autorità militari relativi alle iscrizioni nelle liste di leva, alle chiamate 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.

## Art. 28

### Modalità di espletamento del servizio e di applicazione del diritto.

1. Le pubbliche affissioni devono essere effettuate secondo l'ordine di precedenza risultante dal ricevimento della commissione. Le commissioni saranno annotate su apposito registro cronologico presso i competenti uffici.
2. La durata delle affissioni decorre dal giorno in cui è stata eseguita al completo. Nello stesso giorno, su richiesta del committente, il Comune deve mettere a disposizione l'elenco delle posizioni con i quantitativi affissi.
3. Si considera causa di forza maggiore il ritardo causato nell'effettuazione delle affissioni dalle avverse condizioni atmosferiche. In ogni caso, ove il ritardo superi i gg. 10 dalla data richiesta, il Comune deve darne tempestiva comunicazione per iscritto al committente.
4. La mancanza di spazi disponibili deve essere comunicata per iscritto al committente entro gg. 10 dalla richiesta di affissione.
5. Nei casi di cui ai precedenti commi 3) e 4) il committente può annullare la commissione senza oneri a suo carico ed il comune è tenuto al rimborso delle somme versate entro gg. 90.
6. Il rimborso spetta al committente anche in caso di accertata impossibilità di effettuazione dell'affissione.
7. Il committente ha facoltà di annullare la richiesta di affissione, con l'obbligo di corrispondere in ogni caso la metà del diritto dovuto. Poiché ai sensi del precedente art. 25 il perfezionamento della commissione di affissione è subordinato alla contestualità tra pagamento del diritto e richiesta del servizio, il Comune, al verificarsi dell'eventualità di cui al presente comma, provvederà al rimborso del 50% dell'importo dei diritti già versati dietro richiesta scritta del committente.
8. Il Comune sostituirà gratuitamente i manifesti strappati o comunque deteriorati. Qualora presso l'ufficio comunale non vi siano altri esemplari dei manifesti da sostituire, il Comune ne darà tempestiva comunicazione al richiedente e nel frattempo, manterrà a sua disposizione, per i rimanenti giorni di durata della commissione, i relativi spazi. I manifesti da ripristinare dovranno essere in tutto identici a quelli oggetto della commissione originaria.
9. Per le affissioni richieste per il giorno in cui è stato consegnato il materiale da affiggere o entro i due giorni successivi ove trattisi di manifesti di contenuto commerciale, ovvero per le ore notturne dalle 20 alle 7, o nei giorni festivi, è dovuta la maggiorazione del 10% del diritto, con un minimo di € 25,82 per ciascuna commissione.
10. Negli uffici per il servizio delle pubbliche affissioni devono essere disponibili 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;
  - il registro cronologico delle commissioni di cui al precedente comma.
11. Per ogni commissione inferiore ai 50 fogli di cm. 70 x 100, il relativo diritto di affissione è maggiorato del 50%. Per commissioni inferiori ai 50 fogli s'intende ogni ordinativo, indipendentemente dal fatto che possa o meno essere contenuto nell'ambito di una più articolata commissione di affissione contenente o meno altri singoli ordinativi riferiti allo stesso o ad altri prodotti, e la cui data di uscita possa corrispondere o meno con le altre facenti parte della commissione complessiva, che preveda un'uscita per giorno e per zona di un numero di manifesti inferiore ai 50 fogli base. Ciò è applicabile sia alla fattispecie della promozione di uno stesso bene, servizio, attività presso diverse sedi, che a quella di uno stesso ente, attività commerciale, istituto che provveda a promuovere beni, servizi, attività diverse.
  12. L'opzione da parte del committente a favore di una determinata tipologia di impianto (standardi dei diversi formati, plance singole di formato massimo di cm. 140x200) in luogo di altri, determina l'applicazione della tariffa con prefissazione di cui all'art. 19 - 5<sup>o</sup> comma del D. LGS. 507/1993.
  13. Sotto il profilo strettamente organizzativo i criteri attuativi e le modalità operative del servizio verranno disciplinati con apposite Determinazioni dirigenziali.
  14. Le prenotazioni già effettuate potranno essere revocate e quindi annullate in qualsiasi momento previa motivata comunicazione scritta all'interessato a mezzo di lettera raccomandata A.R. -per cause e/o motivazioni organizzative, di forza maggiore, di adeguamento dell'impiantistica alle prescrizioni del Piano generale degli impianti di cui all'art.5 del presente regolamento (diradamento dell'impiantistica in atto), di oggettiva impossibilità di procedere all'esposizione così come risultante dall'originaria commissione. Al verificarsi dei casi predetti, al committente spetterà un indennizzo che potrà consistere sia nell'assegnazione di posizioni alternative disponibili alla data di esposizione e compatibili con le esigenze del committente stesso sempre nell'ambito dei diritti a suo tempo versati, sia nella restituzione dei diritti stessi nei modi e nei termini previsti dalla vigente normativa.

## CAPO IV - DISPOSIZIONI FINALI

### PARTE I - GESTIONE OPERATIVA DEGLI IMPIANTI.

#### **Art. 29**

#### **Collocamento in opera della pubblicità e responsabilità.**

1. Il collocamento in opera della pubblicità, comprese le armature che potessero occorrere, la manutenzione della pubblicità e delle armature stesse, il ripristino delle pareti e la ripresa della tinteggiatura sulle pareti, sia in occasione dell'installazione di nuovo impianto o modifiche di quello esistente, sia per rimozione definitiva di impianto esistente e delle relative armature e le rimesse in pristino delle murature, degli intonaci e delle tinteggiature nei modi idonei a cancellare ogni traccia dell'impianto soppresso, nonché gli eventuali spostamenti della pubblicità stessa, sono ad esclusivo carico del concessionario e/o autorizzato a cura del quale dovranno essere eseguiti.
2. La pubblicità installata che non risultasse conforme alle indicazioni stabilite dall'autorizzazione per forma, tipo, dimensioni, sistemazione ed ubicazione, è considerata abusiva. Similmente ogni variazione non autorizzata, apportata alla pubblicità in opera, è considerata abusiva.
3. Il contribuente autorizzato all'esposizione di materiale pubblicitario è espressamente obbligato, senza eccezioni o limiti di sorta, a manlevare e tenere indenne il Comune stesso da qualsiasi azione, pretesa, richiesta che comunque da chiunque, in qualsiasi tempo e sede, per qualsiasi causa e titolo potesse nei confronti del Comune avanzarsi in relazione, connessione, dipendenza, sia diretta che indiretta, alla concessione ed all'autorizzazione ad effettuare attività pubblicitaria e installare mezzi pubblicitari.
4. I richiedenti si intendono altresì responsabili di tutte le conseguenze di eventuali danni che potessero derivare agli impianti a seguito di rotture, guasti o mancato funzionamento delle apparecchiature relative ai pubblici servizi cittadini.

#### **Art. 30**

#### **Manutenzione degli impianti.**

1. Tutte le autorizzazioni di pubblicità si intendono rilasciate alla condizione che il richiedente si impegni alla manutenzione delle scritte e dei relativi impianti pubblicitari.
2. Pertanto, a suo insindacabile giudizio, la Civica Amministrazione ha facoltà di richiedere quei lavori di pulizia, riverniciatura e sostituzione e, in genere, di manutenzione, che saranno ritenuti utili per mantenere la pubblicità secondo le necessità suggerite dal decoro cittadino. Particolare cura dovrà essere espletata nell'evitare ogni forma di abbandono di materiale cartaceo intorno agli impianti affissionistici che sarà considerata violazione delle

prescrizioni del presente regolamento, fatta salva ogni violazione perseguibile dal vigente regolamento di igiene urbana.

3. La Civica Amministrazione potrà parimenti prescrivere in qualsiasi momento l'esecuzione delle modifiche e degli spostamenti che saranno ritenuti necessari.
4. Le strutture pubblicitarie dovranno essere sempre installate con accuratezza e mantenute in ordine. In particolare: gli striscioni telati dovranno essere ben tesi ed i chiodi di sostegno rimossi dopo l'uso; i pali di sostegno dovranno essere posti e mantenuti perfettamente verticali, anche se il suolo è inclinato, essere corredati alla base di flange coprigiunto, essere periodicamente riverniciati in colore scuro; non dovrà essere lasciato a vista il cemento di pronta eventualmente usato per la loro installazione.
5. In caso di mancata ottemperanza alle prescrizioni di cui sopra entro il termine che verrà di volta in volta stabilito dalla Civica Amministrazione, fino ad un massimo di 30 giorni, le relative autorizzazioni di pubblicità verranno senz'altro revocate con l'applicazione delle sanzioni pecuniarie previste per le infrazioni al presente Regolamento e senza che gli utenti abbiano diritto a compensi o ad indennità di sorta.

#### **Art. 31**

##### **Anticipata rimozione della pubblicità per ordine del Comune.**

1. Nel caso di rimozione della pubblicità ordinata dal Comune, prima della scadenza dell'autorizzazione, il concessionario avrà il diritto al solo rimborso della quota di canone corrispondente al periodo di mancato godimento del suolo comunale escluso ogni altro rimborso, compenso o indennità. Nessun rimborso di imposta è invece dovuto nella fattispecie.
2. In questi casi il concessionario dovrà provvedere a rimuovere la pubblicità non oltre 15 giorni dalla data di anticipata scadenza dell'autorizzazione stessa. La rimozione dovrà comprendere gli eventuali sostegni, telai, appoggi o pali e comunque sempre il ripristino della forma preesistente della sede del manufatto.
3. Ove il concessionario non ottemperi all'ordine di rimozione della pubblicità nei termini stabiliti, l'impianto pubblicitario verrà considerato abusivo ad ogni effetto e saranno applicate le disposizioni di cui agli artt. 33 e 34 del presente Regolamento.

## **PARTE II - SISTEMA SANZIONATORIO E CONTENZIOSO TRIBUTARIO.**

### **Art. 32**

#### **Sanzioni Amministrative.**

1. Per quanto riguarda le sanzioni per le violazioni alla normativa oggetto del presente Regolamento si fa espresso rinvio alle norme sancite all'art. 24 del D. LGS. 507/93, nonché all'art. 12 del D. LGS. 473/97 così come successivamente modificato dal D. LGS. 5/6/98 n. 203.

### **Art. 33**

#### **Repressione dell'abusivismo.**

1. Il Comune dispone la rimozione degli impianti abusivi facendone menzione nel verbale di contestazione; in caso di inottemperanza all'ordine di rimozione entro il termine stabilito, il Comune provvede d'ufficio addebitando ai responsabili le spese sostenute.
2. Il materiale eventualmente rimosso viene custodito e messo comunque a disposizione degli interessati. In caso di mancato ritiro da parte degli interessati entro tre mesi dalla data di comunicazione dell'avvenuta rimozione dei mezzi pubblicitari abusivi e della relativa procedura di ritenzione degli stessi, il Comune provvederà all'alienazione ovvero alla distruzione dei manufatti abusivi rimossi coattivamente, fatta sempre salva la ripetizione delle spese sostenute nei confronti dei titolari degli impianti.
3. Indipendentemente e prescindendo dalla suindicata procedura e dall'irrogazione delle sanzioni, il Comune può disporre l'immediata copertura della pubblicità abusiva, in modo che sia privata di efficacia, addebitando le conseguenti spese sostenute ai soggetti detentori degli impianti abusivi.
4. Il materiale pubblicitario esposto abusivamente può essere, con ordinanza del Sindaco, sequestrato 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 nell'ordinanza stessa.
5. In caso di accertamento di impianti e strutture pubblicitarie abusive e di impossibilità di individuazione della proprietà, si procede - previa ordinanza affissa all'Albo Pretorio per gg. 15 - alla rimozione d'ufficio degli stessi.

**Art. 34**  
**Contenzioso tributario.**

1. Per quanto concerne gli aspetti contenziosi dei rapporti tributari di cui al presente Regolamento, si rinvia alle norme relative contenute nel D. LGS. 546 del 31/12/92 e successive modificazioni.

**Art. 35**  
**Diritto di Interpello**

1. Ogni cittadino, anche attraverso associazioni e comitati portatori di interessi diffusi, può inoltrare per iscritto al Comune, che risponde entro centoventi giorni, circostanziate e specifiche richieste di interpello in merito all'applicazione delle disposizioni relative all'Imposta Comunale sulla pubblicità e al diritto sulle pubbliche affissioni. La presentazione dell'istanza non ha effetto sulle scadenze previste dalle normative in materia.
2. La risposta del Comune, scritta e motivata, rileva con esclusivo riferimento alla questione posta dall'interpellante.
3. In merito alla questione di cui all'interpello, non possono essere irrogate sanzioni amministrative nei confronti del contribuente che si è conformato alla risposta del Comune, o che comunque non abbia ricevuto risposta entro il termine di cui al comma 1.

### **PARTE III - PRESCRIZIONI FINALI.**

#### **Art. 38**

##### **Rinvio**

1. Per quanto non espressamente disciplinato dal presente Regolamento si applicano le disposizioni previste dal D. LGS. 15/11/93, n. 507 e successive modificazioni nonché quelle vigenti in tema di pubblicità ed affissioni.

#### **Art. 39**

##### **Vigilanza**

1. La vigilanza sulla gestione dell'imposta sulla pubblicità e del servizio delle pubbliche affissioni é esercitata dagli organi e secondo le modalità previsti dal Testo unico per le autonomie locali.

#### **Art. 40**

##### **Vigenza del regolamento.**

1. Il presente regolamento entra in vigore a far data dal 1 GENNAIO 2003

**IL PRESIDENTE**

*F.to Femia Giovanni*

**PARERE FAVOREVOLE**

In ordine alla regolarità tecnica

**IL FUNZIONARIO**

Responsabile del servizio

dott. Arturo Tresoldi

**IL SEGRETARIO CAPO**

*F.to Dott. Tresoldi Arturo*

**PARERE FAVOREVOLE**

in ordine alla regolarità contabile

**IL FUNZIONARIO**

del Servizio Finanziario

ANNOTATO, ai sensi dell'Art. 49 del D.L.vo N. 267 del 18/8/2000;  
L'IMPEGNO DI SPESA di L.....al cap.....del bilancio.....  
ATTESTANDO LA RELATIVA COPERTURA FINANZIARIA.

Data.....

**IL RAGIONIERE CAPO**

Il sottoscritto Segretario Comunale, visti gli atti d'ufficio,

### ATTESTA

Che la presente deliberazione, in applicazione dell' Art. 124, del D.L.vo N. 267 del 18/8/2000;

- E' stata affissa all'Albo Pretorio del Comune il giorno **09 MAG. 2003** per rimanervi quindici giorni consecutivi (art.124 del D.L.vo n. 267 del 18/8/2000);

Data **09 MAG. 2003**



**IL SEGRETARIO CAPO**  
*F.to Dott. Tresoldi Arturo*

Il sottoscritto Segretario Comunale, visti gli atti d'Ufficio,

### ATTESTA

Che la presente deliberazione, in applicazione del D.L.vo n. 267 del 18/8/2000;

- E' divenuta esecutiva il giorno.....;
- Decorsi 10 giorni dalla pubblicazione (Art. 134, comma 3);
- dei chiarimenti o elementi integrativi di giudizio richiesti (Art. 133, comma 2);
- E' stata affissa all'Albo Pretorio comunale, come prescritto dall'Art.134, comma 3, per quindici giorni consecutivi dal.....al....., senza reclami.

Data.....

**IL SEGRETARIO CAPO**  
*F.to Dott. Tresoldi Arturo*

E' COPIA CONFORME ALL' ORIGINALE e consta di n. **39** fogli



**IL SEGRETARIO CAPO**  
*F.to Dott. Tresoldi Arturo*