

# COMUNE DI FLORIDIA

Provincia di Siracusa

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

DELIBERATO DAL CONSIGLIO COMUNALE  
CON VERBALE N.60 DEL 30/11/2011

A CURA DELL'UFFICIO TRIBUTI - COMUNE DI FLORIDIA

# INDICE

## Capo I

### DISPOSIZIONI GENERALI

|         |   |  |       |
|---------|---|--|-------|
| ART. 01 | - | Oggetto del regolamento.....                 | pag.5 |
| ART. 02 | - | Applicazione dell'imposta e del diritto..... | pag.5 |
| ART. 03 | - | Classificazione del comune.....              | pag.5 |
| ART. 04 | - | La deliberazione delle tariffe .....         | pag.6 |
| ART. 05 | - | Forme di gestione del servizio.....          | pag.6 |
| ART. 06 | - | Controlli.....                               | pag.6 |
| ART. 07 | - | Funzionario responsabile.....                | pag.7 |

## Capo II

### TIPOLOGIA DELLA PUBBLICITA' E DEI MEZZI PUBBLICITARI

|         |   |                                       |       |
|---------|---|---------------------------------------|-------|
| ART. 08 | - | Definizioni.....                      | pag.8 |
| ART. 09 | - | Tipologia della pubblicità.....       | pag.8 |
| ART. 10 | - | Tipologia dei mezzi pubblicitari..... | pag.9 |

## Capo III

### DISCIPLINA DELLA PUBBLICITA'

|         |   |   |        |
|---------|---|---|--------|
| ART. 11 | - | Disciplina generale.....  | pag.11 |
| ART. 12 | - | Divieti di installazione ed effettuazione di pubblicità.....                                    | pag.11 |
| ART. 13 | - | Pubblicità fonica.....  | pag.12 |
| ART. 14 | - | Dimensioni dei cartelli pubblicitari .....  | pag.12 |
| ART. 15 | - | Divieti e limitazioni pubblicità su veicoli .....   | pag.13 |
| ART. 16 | - | Ubicazione dei mezzi pubblicitari nelle stazioni di servizio e<br>nelle aree di parcheggio..... | pag.13 |
| ART. 17 | - | Ubicazione dei mezzi pubblicitari lungo le strade e<br>le fasce di pertinenza.....              | pag.13 |
| ART. 18 | - | caratteristiche e modalità di installazione manutenzione<br>dei mezzi pubblicitari .....        | pag.14 |

## Capo IV

### PIANO GENERALE DEGLI IMPIANTI

|         |   |   |        |
|---------|---|---|--------|
| ART. 19 | - | Piano generale degli impianti .....                             | pag.15 |
| ART. 20 | - | Piano generale della pubblicità .....                           | pag.16 |
| ART. 21 | - | Piano generale degli impianti per le pubbliche affissioni ..... | pag.17 |
| ART. 22 | - | Spazi privati per l'affissione dirette .....                    | pag.18 |

## Capo V AUTORIZZAZIONI

|         |   |   |        |
|---------|---|---|--------|
| ART. 23 | - | Richiesta di autorizzazione all'installazione di materiale pubblicitario            | pag.19 |
| ART. 24 | - | Rilascio di autorizzazione: Commissione sulla pubblicità                            | pag.19 |
| ART. 25 | - | Publicità eseguita su aree e beni comunali:<br>Disciplinare di concessione e canone | pag.21 |
| ART. 26 | - | Variatione messaggi pubblicitari  | pag.21 |
| ART. 27 | - | Obblighi del titolare dell'autorizzazione   | pag.22 |
| ART. 28 | - | Targhette di identificazione  | pag.22 |

## Capo VI IMPOSTA DI PUBBLICITA'

|         |   |                                       |        |
|---------|---|---------------------------------------|--------|
| ART. 29 | - | Presupposto dell'imposta              | pag.23 |
| ART. 30 | - | Soggetto passivo                      | pag.23 |
| ART. 31 | - | Modalità di applicazione dell'imposta | pag.23 |
| ART. 32 | - | Publicità ordinaria                   | pag.24 |
| ART. 33 | - | Publicità ordinaria con veicoli       | pag.25 |
| ART. 34 | - | Publicità con veicoli dell'impresa    | pag.26 |
| ART. 35 | - | Publicità con pannelli luminosi       | pag.26 |
| ART. 36 | - | Publicità con proiezioni              | pag.26 |
| ART. 37 | - | Publicità varia                       | pag.27 |
| ART. 38 | - | Imposta sulla pubblicità - riduzioni  | pag.27 |
| ART. 39 | - | Imposta sulla pubblicità - esenzioni  | pag.28 |
| ART. 40 | - | Dichiarazione                         | pag.29 |
| ART. 41 | - | Pagamento dell'imposta                | pag.30 |

## Capo VII DIRITTO SULLE PUBBLICHE AFFISSIONI

|         |   |  |        |
|---------|---|--|--------|
| ART. 42 | - | Istituzione del servizio                                     | pag.31 |
| ART. 43 | - | Soggetto Passivo   | pag.31 |
| ART. 44 | - | Finalità   | pag.31 |
| ART. 45 | - | Affissioni - prenotazioni - registro cronologico             | pag.32 |
| ART. 46 | - | Criteri e modalità per l'espletamento del servizio           | pag.32 |
| ART. 47 | - | Diniego di affissioni o di materiale pubblicitario           | pag.34 |
| ART. 48 | - | Applicazione e misura del diritto sulle pubbliche affissioni | pag.34 |
| ART. 49 | - | Tariffe - riduzioni  | pag.35 |
| ART. 50 | - | Diritto - esenzioni  | pag.35 |
| ART. 51 | - | Pagamento del diritto  | pag.36 |

Capo VIII  
ACCERTAMENTO – CONTENZIOSO – SANZIONI

|  |        |
|--|--------|
| ART. 52 - Gestione contabile dell'imposta .....        | pag.37 |
| ART. 53 - Rettifica ed accertamento d'ufficio .....    | pag.37 |
| ART. 54 - Riscossione coattiva .....                   | pag.37 |
| ART. 55 - Privilegi.....                               | pag.38 |
| ART. 56 - Sanzioni tributarie.....                     | pag.38 |
| ART. 57 - Interessi.....                               | pag.38 |
| ART. 58 - Sanzioni amministrative.....                 | pag.39 |
| ART. 59 - Giurisdizione tributaria - Contenzioso ..... | pag.40 |

Capo IX  
DISPOSIZIONI TRANSITORIE

|  |        |
|--|--------|
| ART. 60 - Adattamenti delle forme di pubblicità esistenti .....                  | pag.41 |
| ART. 61 - Accertamenti e rettifiche d'ufficio di cui al D.P.R. n.6398/1972 ..... | pag.41 |
| ART. 62 - Entrata in vigore del regolamento Disciplina transitoria .....         | pag.41 |
| ART. 63 - Entrata in vigore - Effetti .....                                      | pag.42 |

# Capo I

## DISPOSIZIONI GENERALI

### ART. 1

#### Oggetto del regolamento

1. Il presente regolamento disciplina l'effettuazione nel territorio di questo Comune della pubblicità esterna e delle pubbliche affissioni.
2. Stabilisce le modalità per l'applicazione dell'imposta comunale sulla pubblicità e del diritto comunale sulle pubbliche affissioni, in conformità a quanto disposto:
  - a) dal Capo I del D.Lgs. 15 novembre 1993, n.507;
  - b) dall'art.23 del D.Lgs. 30 aprile 1992, n. 285, modificato dall'art.13 del D.Lgs. 10 settembre 1993, n. 360;
  - c) dagli artt. Da 47 a 59 del D.P.R. 16 dicembre 1992, n.495;
  - d) dalle altre norme che stabiliscono modalità, limitazioni e divieti per l'effettuazione, in determinati luoghi e su particolari immobili, di forme di pubblicità esterna.

### ART. 2

#### Applicazione dell'imposta e del diritto

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

### ART. 3

#### Classificazione del Comune

- 1) In base alla popolazione residente al 31 dicembre dell'anno 1992, penultimo precedente a quello 1994, in corso al momento dell'adozione del presente regolamento, che dai dati pubblicati dall'I.S.T.A.T. risulta costituita da n. 20074 abitanti, il Comune è classificato, in conformità all'art.2 del D. Lgs. 15 novembre 1993, n.507, nella "classe IV".
- 2) Verificandosi variazioni della consistenza della popolazione determinate con riferimento a quanto stabilito nel precedente comma, che comportino la modifica della classe di appartenenza del Comune, la Giunta Comunale ne prende atto con deliberazione da adottarsi entro il 31 ottobre e, contestualmente, dispone l'adeguamento delle tariffe per l'anno successivo.

## ART. 4

### La deliberazione delle tariffe

1. Le tariffe dell'imposta sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni sono deliberate dalla Giunta Comunale entro il 31 ottobre di ogni anno ed entrano in vigore il 1 gennaio dell'anno successivo; qualora non vengano modificate entro il termine predetto, si intendono prorogate di anno in anno.
2. Per la prima applicazione del D. Lgs. 15/11/1993, n.507 le tariffe per l'anno 1994 sono state deliberate entro il 28 febbraio 1994.
3. Nel caso di mancata adozione delle deliberazioni di cui ai precedenti commi nei termini dagli stessi stabiliti, si applicano le tariffe di cui al Capo I del D. Lgs. 15 novembre 1993, n.507.
4. Copia autentica della deliberazione di approvazione delle tariffe deve essere trasmessa dal Funzionario Responsabile del servizio al Ministero delle Finanze – Direzione Centrale per la Fiscalità Locale, entro trenta giorni dall'adozione.

## ART. 5

### Forme di gestione del servizio

1) Il servizio di accertamento e di riscossione dell'imposta comunale sulla pubblicità e dei diritti sulle pubbliche affissioni potrà essere gestito come previsto dall'art.25 del D.Lgs. 15 novembre 1993, n.507:

- a) in forma diretta;
- b) in concessione ad apposita azienda speciale ex art.22, comma 3, lettera C) L.8/6/90 n.142;
- c) in concessione a ditta iscritta all'Albo dei concessionari tenuto dalla Direzione Centrale per la Fiscalità Locale del Ministero delle Finanze, previsto dall'art.32 del D.Lgs. 507/93;

2) Il Consiglio Comunale con apposita deliberazione determinerà di vota in volta, valutato l'interesse dell'Ente, la forma di gestione;

3) Nel caso che venga prescelta una delle due forme di cui alla lettera b) o c) con la stessa deliberazione sarà approvato rispettivamente lo statuto o il capitolato d'oneri.

## ART. 6

### Controlli

1) In caso di gestione in concessione del servizio di accertamento e riscossione dell'imposta di pubblicità e del servizio delle pubbliche affissioni, l'A.C. si riserva ogni più ampio diritto di ispezione e controllo, nonché di esame della documentazione della gestione affidata, con facoltà di richiedere notizie e documentazione al fine di accertare:

- la tempestività dei versamenti al Comune;
- la regolare applicazione delle tariffe;
- il rispetto di tutti gli obblighi contrattuali.

## ART. 7

### Funzionario responsabile

- 1) In caso di gestione diretta il Comune designa un Funzionario a cui sono attribuiti la funzione ed i poteri per l'esercizio di ogni attività organizzativa e gestionale del pubblico servizio che sottoscrive anche le richieste, gli avvisi, i provvedimenti relativi e dispone i rimborsi.
- 2) Il Comune è tenuto a comunicare alla Direzione Centrale per la Fiscalità Locale del Ministero delle Finanze il nominativo di detto "Funzionario Responsabile" entro 60 gg. Dalla sua nomina e sostituzione.
- 3) Nel caso di gestione in concessione, le attribuzioni di cui sopra spettano al Concessionario.
- 4) Il Funzionario Responsabile entro il mese di gennaio di ciascun anno dovrà inviare all'Assessore alle Finanze ed al Coordinatore dei Servizi Finanziari una dettagliata relazione sull'attività svolta nel corso dell'anno precedente con particolare riferimento ai "risultati conseguiti" sul fronte della lotta all'evasione con la proposizione delle eventuali iniziative ritenute utili per il miglioramento del pubblico servizio.

CAPO II

TIPOLOGIA DELLA PUBBLICITA’  
E  
DEI MEZZI PUBBLICITARI

ART. 8

Definizioni

1) Ferme restando le disposizioni degli artt. 5 e 18 del D.Lgs. 15/11/1993 n.507, per “pubblicità” si intende la diffusione di messaggi effettuata a cura diretta degli interessati, con proprie attrezzature ed apparecchiature indicate negli artt. 12, 13, 14, 15 del citato D.Lgs, effettuata in luoghi pubblici ed aperti al pubblico o che sia percepibile da tali luoghi.

2) Per “*affissioni pubbliche*” si intendono le esposizioni di manifesti, avvisi o fotografie effettuati normalmente a cura del Comune o dei suoi aventi causa in spazi di proprietà o riservati al Comune stesso.

3) Per “*luoghi pubblici*” si intendono le vie, le piazze, i giardini pubblici e le aree comunque aperte al pubblico passaggio o a cui chiunque può accedere in ogni momento senza limitazioni o condizioni.

4) Per “*luoghi aperti al pubblico*” si intendono i locali e le aree che siano destinati a spettacoli pubblici, a pubblici esercizi, ad attività commerciali o ai quali chiunque può accedere soltanto in certi momenti o adempiendo a speciali condizioni poste da chi nel luogo medesimo eserciti un diritto o una potestà.

ART. 9

Tipologia della pubblicità

1) Le tipologie pubblicitarie sono classificate secondo il D.Lgs. 15/11/1993, n.507 in:

- a) pubblicità ordinaria;
- b) pubblicità effettuata con veicoli;
- c) pubblicità effettuata con pannelli luminosi e proiezioni;
- d) pubblicità varia.

2) La “**pubblicità ordinaria**” è effettuata mediante insegne, cartelli, locandine, targhe, stendardi e con qualsiasi altro mezzo non previsto dai successivi commi. E’ compresa nella “pubblicità ordinaria” la pubblicità mediante affissioni effettuate direttamente, anche per conto altrui, di manifesti e simili su apposite strutture adibite all’esposizione di tali mezzi.



- 3) La “**pubblicità effettuata con veicoli**” è distinta come appresso:
- a) pubblicità visiva effettuata per conto proprio od altrui all’interno ed all’esterno di veicoli in genere, di vetture autofilotranviarie, battelli, barche e simili, di uso pubblico o privato, di seguito definita “pubblicità ordinaria con veicoli”;
  - b) pubblicità effettuata per conto proprio su veicoli di proprietà dell’impresa o adibiti a trasporti per suo conto, compresi i veicoli circolanti con rimorchio, di seguito definita “pubblicità con veicoli dell’impresa”.

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

4) La “**pubblicità con pannelli luminosi**” è effettuata con insegne, pannelli od altre analoghe strutture caratterizzate dall’impiego 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 simile. La pubblicità predetta può essere effettuata per conto altrui o per conto proprio dell’impresa.

5) E’ compresa fra la “ pubblicità con proiezioni”, la pubblicità realizzata in luoghi pubblici o aperti al pubblico attraverso diapositive, proiezioni luminose e cinematografiche effettuate su schermi o reti riflettenti.

- 6) la “**pubblicità varia**” comprende:
- a) la pubblicità effettuata con striscioni, festoni di bandierine od altri mezzi simili, che attraversano strade o piazze di seguito definita “pubblicità con striscioni”;
  - b) la pubblicità effettuata sul territorio del Comune da aeromobili mediante scritte, striscioni, disegni, fumogeni, lancio di oggetti manifestini, compresa quella eseguita su specchi d’acqua o fasce marittime limitrofi al territorio comunale, di seguito definita “pubblicità da aeromobili”;
  - c) la pubblicità eseguita con palloni frenati o simili, definita “pubblicità con palloni frenati”;
  - d) la pubblicità effettuata mediante distribuzione anche con veicoli, di manifestini o di altro materiale pubblicitario, oppure mediante persone circolanti con cartelli od altri mezzi pubblicitari, definita di seguito “pubblicità in forma ambulante”;
  - e) la pubblicità effettuata a mezzo di apparecchi amplificatori e simili, definita “pubblicità fonica”.

## ART. 10

### Tipologia dei mezzi pubblicitari

- 1) Ai sensi dell’art.47 del D.P.R. 495/92 i mezzi pubblicitari sono classificati in:
- a) insegna;
  - b) sorgente luminosa;
  - c) cartello;
  - d) manifesto;
  - e) striscione, locandina o stendardo;
  - f) segno orizzontale reclamistico;
  - g) impianto di pubblicità;
  - h) altri mezzi pubblicitari.

2) E' da considerare "**insegna**" la scritta in caratteri alfa numerici, completata eventualmente da un simbolo o da un marchio realizzata e supportata con materiali di qualsiasi natura, installata nella sede dell'attività a cui si riferisce con funzione di identificazione del luogo di esercizio dell'attività economica. Può essere luminosa sia di luce propria che per luce indiretta.

3) E' da qualificare "**sorgente luminosa**" qualsiasi corpo illuminante o insieme di corpi illuminanti che diffondono luce in modo puntiforme o lineare o planare, illumina aree, fabbricati, monumenti, manufatti di qualsiasi natura ed emergenze naturali.

4) Si definisce "**cartello**" quel manufatto bifacciale/monofacciale, supportato da una idonea struttura di sostegno, che è finalizzata alla diffusione di messaggi pubblicitari o propagandistici sia direttamente sia tramite sovraesposizione di altri elementi; esso è utilizzabile in entrambe le facciate anche per immagini diverse. Può essere luminoso sia per luce propria che per luce indiretta.

5) Si considera "**manifesto**" l'elemento bidimensionale realizzato in qualsiasi materiale, privo di rigidità, finalizzato alla diffusione di messaggi pubblicitari o propagandistici, affisso su apposita tabella, su strutture murarie o su altri supporti. Non può essere luminoso né per luce propria né per luce indiretta.

6) Si considera "**striscione, locandina o stendardo**" l'elemento bidimensionale realizzato in materiale di qualsiasi natura, privo di rigidità, mancante di una superficie di appoggio o comunque non aderente alla stessa, finalizzato alla promozione pubblicitaria di manifestazioni o spettacoli. Può essere luminoso per luce indiretta.

7) E' da considerare "**segno orizzontale reclamistico**" la riproduzione su superficie stradale, con pellicole adesive, di scritte in caratteri alfanumerici, di simboli e di marchi, finalizzata alla diffusione di messaggi pubblicitari o propagandistici.

8) E' da qualificare "**impianto di pubblicità**" qualunque manufatto finalizzato alla pubblicità o alla propaganda sia di prodotti che di attività e non individuabile, secondo le definizioni precedenti, né come insegna, né come cartello, né come manifesto, né come segno orizzontale reclamistico. Può essere luminoso sia per luce propria che per luce indiretta.

9) Nel termine generico "**altri mezzi pubblicitari**", indicato negli articoli successivi, sono da ricomprendere i seguenti elementi inerenti la pubblicità: insegne, segni orizzontali reclamistici, impianti di pubblicità o propaganda, striscioni, locandine e stendardi.

## CAPO III

# DISCIPLINA DELLA PUBBLICITA'

### ART. 11

#### Disciplina generale

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

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

3) Gli impianti ed i mezzi pubblicitari non autorizzati preventivamente od installati violando le disposizioni di cui al primo comma devono essere rimossi in conformità a quanto previsto dall'art.58.

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

5) Si applicano per le violazioni suddette le sanzioni previste dall'art.24 del D.Lgs. n.507/93, indicate nell'art.58 del presente regolamento, a seconda della loro natura.

### ART. 12

#### Divieti di installazione ed effettuazione di pubblicità

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

2) Sugli edifici e nei luoghi di interesse storico ed artistico, su statue, monumenti, fontane monumentali, mura e porte della città, e sugli altri beni di cui all'art.22 della legge 1/6/1939, n. 1089, sul muro di cinta e nella zona di rispetto dei cimiteri, sugli edifici adibiti a sede di ospedali e

chiese, e nelle loro immediate adiacenze, è vietato collocare cartelli ed altri mezzi di pubblicità. Può essere autorizzata l'apposizione sugli edifici suddetti e sugli spazi adiacenti di targhe ed altri mezzi di indicazione, di materiale stile compatibile con le caratteristiche architettoniche degli stessi e dell'ambiente nel quale sono inseriti.

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

4) All'interno del centro storico non è autorizzata l'installazione di insegne, cartelli ed altri mezzi pubblicitari che, su parere della Commissione Edilizia Comunale, risultino in contrasto con i valori ambientali e tradizionali che caratterizzano le zone predette e gli edifici nelle stesse compresi. Per l'applicazione della presente norma si fa riferimento alle delimitazioni dei centri storici previste dai piani regolatori generali o dai programmi di fabbricazione. In mancanza di tali delimitazioni e ricorrendo le condizioni per la tutela dei valori, di cui al presente comma, il Consiglio Comunale può approvare, per i fini suddetti, la relativa perimetrazione.

## ART. 13

### Pubblicità fonica

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

2) Nel resto del centro abitato la pubblicità fonica può essere effettuata dalle ore 9 alle 13 e dalle ore 16 alle ore 20 in ogni caso l'intensità della voce e dei suoni emessi non dovrà superare la misura di 70 phon.

## ART. 14

### Dimensioni dei cartelli pubblicitari

1) I cartelli e gli altri mezzi pubblicitari previsti dal presente regolamento, se installati fuori dai centri abitati non devono superare la superficie di 6 metri quadrati, ad eccezione delle insegne poste parallelamente al senso di marcia dei veicoli che possono raggiungere la superficie di 20 metri quadrati; se installati entro i centri abitati le limitazioni dimensionali suddette sono ridotte nella seguente misura:

- per i cartelli e gli altri mezzi pubblicitari frontistanti il senso di marcia mq.4;
- per le insegne poste parallelamente al senso di marcia mq.16.

Peraltro la loro installazione dovrà avvenire in maniera tale da non impedire la visibilità della segnaletica stradale o di altri cartelli di interesse pubblico, quali indicazioni di servizi pubblici, fermate di mezzi di linea i quali dovranno essere visibili da una distanza nel senso di marcia, di almeno mt.20.

## ART. 15

### Divieti e limitazioni pubblicità su veicoli

- 1) Per la pubblicità sui veicoli trovano applicazione i divieti e le limitazioni di cui all'art.57 del D.P.R. 495/92.

## ART. 16

### Ubicazione dei mezzi pubblicitari nelle stazioni di servizio e nelle aree di parcheggio

1) Nelle stazioni di servizio e nelle aree di parcheggio possono essere collocati cartelli e mezzi pubblicitari la cui superficie complessiva non superi il 5% delle aree occupate dalle stazioni di servizio e delle aree di parcheggio, se trattasi di strade di tipo C e F, e l'1% delle stesse aree se trattasi di strade di tipo A e B, come classificate dall'art.2 del D.Lgs.30/4/92 n.285, sempreché gli stessi non siano collocati lungo il fronte stradale, lungo le corsie di accelerazione e decelerazione e in corrispondenza degli accessi.

2) Nelle stazioni di servizio e nelle aree di parcheggio lungo le strade di tipo D ed E, ferme restando le norme relative alla installazione nei centri abitati, valgono le percentuali previste rispettivamente per le strade di cui alla lettera C e alla lettera F, come classificate dall'art.2 del D.Lgs. 30/4/1992, n.285.

3) Nelle aree di parcheggio è ammessa , in eccedenza alle superfici pubblicitarie computate in misura percentuale, la collocazione di altri mezzi pubblicitari abbinati alla prestazione di servizi per l'utenza della strada entro il limite di mq.2 per ogni servizio esistente nella stazione.

## ART. 17

### Ubicazione dei mezzi pubblicitari lungo le strade e le fasce di pertinenza

1) Per l'ubicazione dei mezzi pubblicitari fuori dai centri abitati lungo le strade e le fasce di pertinenza si richiamano le disposizioni di cui all'art.51 del D.P.R. 495/92.

2) Entro i centri abitati, in occasione della redazione del piano generale degli impianti, vengono individuati gli spazi ove è consentita la collocazione di cartelli e degli altri mezzi pubblicitari nonché le eventuali deroghe alle distanze minime previste dall'art. 51 del D.P.R. 495/92 per il posizionamento dei cartelli e degli altri mezzi pubblicitari.

3) Non è consentita l'effettuazione della pubblicità sulle aree pubbliche già utilizzate a verde attrezzato ed a meno di metri tre di distanza dall'esterno del bordo, indipendentemente dalla loro destinazione urbanistica. Il divieto riguarda anche le aree per le quali sia prevista l'imminente realizzazione di opere di sistemazione a verde già appaltate. In deroga alle precedenti disposizioni possono essere conclusi e stipulati accordi e contratti su proposta di terzi per la sistemazione e conservazione gratuita di aree a verde pubblico con la facoltà di reclamizzare le relative sponsorizzazioni a scelta insindacabile dell'ente in ordine alle proposte avanzate.

## ART. 18

### Caratteristiche e modalità di installazione manutenzione dei mezzi pubblicitari

- 1) I cartelli e gli altri mezzi pubblicitari non luminosi devono avere le caratteristiche ed essere installati con le modalità e cautele prescritte dall'art.49 del D.P.R. 495/92.
- 2) Le sorgenti luminose, i cartelli e gli altri mezzi pubblicitari posti fuori dei centri abitati, lungo o in prossimità delle strade ove ne è consentita l'installazione, devono essere conformi a quanto prescrive l'art. 5 del D.P.R. 495/92.
- 3) La installazione di pannelli e di altri mezzi pubblicitari luminosi all'interno dei centri abitati è soggetta ad autorizzazione del Comune che viene concessa tenuto conto dei divieti, limitazioni e cautele stabilite dal presente regolamento.
- 4) I mezzi pubblicitari installati nei centri abitati, sugli edifici, in corrispondenza degli accessi pubblici e privati ed ai margini laterali delle strade e dei marciapiedi, sono collocati ad altezza tale che il bordo inferiore deve essere, in ogni suo punto, ad una quota non minore di mt.2 dal piano di accesso agli edifici e superiore a mt.1,5 dalla quota di calpestio dei marciapiedi e delle strade.

## CAPO IV

# PIANO GENERALE DEGLI IMPIANTI

### ART. 19

#### Piano generale degli impianti

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

2) Il piano degli impianti pubblicitari è articolato in due parti:

- la prima parte determina gli ambiti del territorio comunale nei quali sono localizzati i mezzi di “pubblicità”;
- la seconda parte definisce la localizzazione nel territorio comunale degli impianti per le “pubbliche affissioni”.

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

4) Alla formazione del piano provvede un gruppo di lavoro costituito dai funzionari comunali responsabili dei seguenti servizi:

- pubblicità e affissioni
- urbanistica
- viabilità
- polizia municipale.

Se il servizio è affidato in concessione fa parte del gruppo di lavoro il responsabile del servizio designato dal concessionario. All'uopo potranno essere inseriti i rappresentanti delle varie associazioni di categoria. Il progetto del piano è sottoposto a parere della Commissione edilizia che è dalla stessa espresso entro 20 giorni dalla richiesta. Il gruppo di lavoro, esaminato il parere della commissione o preso atto della scadenza del termine senza osservazione, procede alla redazione del piano definitivo che è approvato secondo quanto previsto dal precedente comma.

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

6) Il piano generale degli impianti è redatto sulla base delle esigenze effettive degli operatori commerciali e sulla scorta del pregresso emendamento della richiesta di pubblicità e pubbliche affissioni. Esso potrà essere adeguato o modificato entro il 31 ottobre di ogni anno, con decorrenza dall'anno successivo per effetto delle variazioni intervenute nella consistenza demografica del Comune, dell'espansione dei centri abitati, dello sviluppo della viabilità e di ogni altra causa rilevante che viene illustrata nella motivazione del provvedimento di modifica.

## ART. 20

### Piano generale della pubblicità

1) La prima parte del piano degli impianti pubblicitari comprende i mezzi destinati alla pubblicità.

2) Il piano prevede:

- a) Il numero e la tipologia degli impianti pubblicitari;
- b) Le tipologie generali dei materiali impiegati che devono essere correlate ai valori architettonici degli edifici sui quali devono essere installati ed alle caratteristiche urbanistiche delle zone ove questi sono situati;
- c) le caratteristiche delle zone nelle quali, su aree pubbliche o private, concesse dal soggetto proprietario, può essere autorizzata l'installazione di mezzi pubblicitari e le dimensioni per gli stessi consentite nell'ambito di quelle massime stabilite dall'art.14 per quanto possibile individua:
  - le zone utilizzabili per le predette installazioni pubblicitarie;
  - le aree di posizionamento di materiali pubblicitari di arredo e di materiale parapetonale;
  - i posti per la installazione di frecce segnaletiche, di aziende, imprese ecc.;
  - le eventuali deroghe alle distanze minime previste dall'art.51 del D.P.R. 495/92 per il posizionamento dei cartelli e degli altri mezzi pubblicitari;
- d) le caratteristiche degli edifici sui quali può essere autorizzata l'installazione di cartelli ed altri mezzi pubblicitari e le dimensioni per gli stessi consentite;
- e) la definizione degli edifici, impianti, opere pubbliche, strutture ed aree attrezzate ed altri luoghi di proprietà o in disponibilità del Comune, pubblici o aperti al pubblico, nei quali può essere autorizzata l'installazione di mezzi per la diffusione di messaggi pubblicitari effettuata attraverso forme di comunicazione visiva od acustica percepibili nell'interno e dall'esterno;
- f) la definizione dei luoghi pubblici od aperti al pubblico, di proprietà o gestione privata, nei quali si effettuano le attività pubblicitarie di cui alla precedente lettera a);
- g) i criteri per la localizzazione e le modalità tecniche per la collocazione, in condizioni di sicurezza per i terzi, di striscioni, locandine, stendardi, festoni di bandierine e simili.

3) Sono pertanto escluse dal piano le localizzazioni vietate dall'art.12 del presente regolamento, salvo quanto previsto dal quinto comma dello stesso per l'installazione di mezzi pubblicitari all'interno dei centri storici. Per tali mezzi il piano definisce, in linea generale, le caratteristiche delle zone e degli edifici in cui l'installazione può essere consentita, con l'espletamento della procedura stabilita dalla norma suddetta.



## ART. 21

### Piano generale degli impianti per le pubbliche affissioni

- 1) La seconda parte del piano degli impianti pubblicitari è costituita dagli impianti da adibire alle pubbliche affissioni.
- 2) In conformità a quanto dispone il terzo comma dell'art.18 del D.Lgs. 507/93, tenuto conto che la popolazione del Comune al 31 dicembre 1992, penultimo anno precedente quello in corso, era costituita da n. 20074 abitanti, la superficie degli impianti da adibire alle pubbliche affissioni è stabilita in complessivi mq.250, proporzionata al predetto numero di abitanti e, comunque, non inferiore a mq.12 per ogni mille abitanti<sup>1</sup>.
- 3) La superficie complessiva degli impianti per le pubbliche affissioni, sopra determinata, è ripartita come appresso:
  - 1) = mq. 175, pari al 70% è destinata alle affissioni di natura istituzionale, sociale o comunque priva di rilevanza economica, effettuate dal servizio comunale;
  - 2) = mq. 50, pari al 20% è destinata alle affissioni di natura commerciale, effettuate dal servizio comunale;
  - 3) = mq. 25, pari al 10% è destinata alle affissioni effettuati direttamente da soggetti privati e comunque diversi dal concessionario del servizio.
- 4) Gli impianti per le pubbliche affissioni possono essere costituiti da:
  - a) vetrine per l'esposizione di manifesti;
  - b) standardi porta manifesti;
  - c) posters per l'affissione di manifesti;
  - d) tabelloni, trespoli ed altre strutture mono, bifacciali o plurifacciali, realizzate in materiali idonei per l'affissione di manifesti;
  - e) superfici adeguatamente predisposte e delimitate, ricavati da muri di recinzione, di sostegno, da strutture appositamente predisposte per questo servizio;
  - f) da armature, steccati, ponteggi, schermature di carattere provvisorio prospicienti il suolo pubblico, per qualunque motivo costruiti;
  - g) da altri spazi ritenuti idonei dal responsabile del servizio, tenuto conto dei divieti e limitazioni stabilite dal presente regolamento.
- 5) Tutti gli impianti hanno, di regola, dimensioni pari o multiple di cm.70x100 e sono collocati in posizioni che consentono la libera e totale visione e percezione del messaggio pubblicitario da spazi pubblici per tutti i lati che vengono utilizzati per l'affissione. Ciascun impianto reca, in alto o sul lato destro, una targhetta con l'indicazione "Comune di Floridia Servizio Pubbliche Affissioni" ed il numero di individuazione dell'impianto.
- 6) Gli impianti non possono essere collocati nei luoghi nei quali è vietata l'installazione di mezzi pubblicitari dall'art.12 del presente regolamento.
- 7) L'installazione di impianti per le affissioni lungo le strade è soggetta alle disposizioni del D.Lgs. 30 aprile 1992, n.285 e del D.P.R. 16.12.1992, n.495.

---

<sup>1</sup> D.Lgs. n.507/1993, art.18, 3 comma : la superficie degli impianti da adibire alle pubbliche affissioni non deve essere inferiore a mq.18 per ogni 1000 abitanti nei comuni con popolazione superiore a 30.000 abitanti ed a 12 mq. negli altri comuni.

- 8) Gli impianti dovranno essere posizionati in maniera proporzionale al numero di abitanti di ogni quartiere tenuto anche conto dei soggetti non residenti ma che ragioni di lavoro, di accesso agli uffici, scuole ecc. frequentano il quartiere, ai fini della quantificazione dei rapporti di cui all'art.18/3 D.Lgs. 507/93;
- 9) Il piano degli impianti per le pubbliche affissioni è corredato da un quadro di riepilogo comprendente l'elenco degli impianti con il numero distintivo, l'ubicazione, la destinazione e la superficie.
- 10) La ripartizione degli spazi di cui al terzo comma può essere rideterminata ogni due anni, con deliberazione da adottarsi entro il 31 ottobre e che entra in vigore dal 1 gennaio dell'anno successivo, qualora nel periodo trascorso si siano verificate ricorrenti eccedenze od insufficienze di spazi in una o più categorie, rendendo necessario il riequilibrio delle superfici alle stesse assegnate in relazione alle effettive necessità accertate.
- 11) Il Comune ha facoltà di provvedere allo spostamento dell'ubicazione di impianti per le pubbliche affissioni in qualsiasi momento risulti necessario per esigenze di servizio, circolazione stradale, realizzazione di opere od altri motivi. Nel caso lo spostamento riguardi impianti attribuiti a soggetti che effettuano affissioni dirette, convenzionate con il Comune per utilizzazioni ancora in corso al momento dello spostamento, gli stessi possono accettare di continuare l'utilizzazione dell'impianto nella nuova sede oppure rinunciare alla stessa, ottenendo dal Comune il rimborso del diritto già corrisposto per il periodo per il quale l'impianto non viene usufruito.

## ART. 22

### Spazi privati per l'affissione dirette

- 1) Il Comune in applicazione del disposto di cui all'art.3 del D.Lgs n.507/93 consente l'effettuazione di affissioni dirette sugli impianti all'uopo destinati nella misura stabilita nel precedente art.21.
- 2) Detti impianti dovranno essere attribuiti triennialmente con delibera di G.M. ai "soggetti privati" che ne facciano richiesta, comunque diversi dal "concessionario" del pubblico servizio, mediante affidamento concessorio con il pagamento di un "canone di concessione" e dell'imposta di pubblicità con le modalità di cui all'art.12 comma 3 del D.Lgs. n.507/93. La Giunta dovrà contattare più ditte o società specializzate onde meglio verificare le proposte formulate al fine di scegliere la migliore in rapporto alle esigenze del Comune. In ogni caso lo stesso soggetto privato non potrà possedere più del cinquanta per cento degli spazi privati destinati alle affissioni. Con delibera di aggiudicazione viene approvato anche il relativo disciplinare.

## Capo V

# AUTORIZZAZIONI

### ART. 23

#### Richiesta di autorizzazione all'installazione di materiale pubblicitario

1) Ferme restando le disposizioni contenute nell'art.53 del Regolamento di attuazione del Codice stradale approvato con D.P.R. 16/12/1992 n.495 il soggetto interessato al rilascio di una autorizzazione per l'installazione di cartelli o di altri mezzi pubblicitari deve presentare la relativa domanda in carta legale presso il competente ufficio del Comune, indicando oltre ai dati anagrafici, il codice fiscale e la partita IVA ed allegando la seguente documentazione:

- a)** una dichiarazione, 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 e della spinta del vento, in modo da garantire la stabilità;
- b)** un bozzetto del messaggio da esporre e una planimetria in duplice copia ove è riportata la posizione nella quale si richiede l'autorizzazione all'installazione. Possono essere allegati anche più bozzetti, precisando il tempo di esposizione previsto per ciascuno di essi e che comunque non può essere inferiore a tre mesi. Se la domanda è relativa a cartelli o a altri mezzi pubblicitari per l'esposizione di messaggi variabili devono essere allegati bozzetti di tutti i messaggi previsti;
- c)** autorizzazione dell'Ente proprietario della strada se diverso dal Comune, ovvero, nulla osta di cui all'art. 23 comma 5 codice stradale;
- d)** per le insegne di rilevanti dimensioni il progetto di insegna o cartello deve essere corredato dalle opportune garanzie di ordine tecnico e da una documentazione fotografica completa che illustri dettagliatamente il punto di collocazione e l'ambiente circostante.

2) L'ufficio ricevente la domanda restituisce all'interessato una delle due copie della planimetria riportando sulla stessa gli estremi di ricevimento.

### ART. 24

#### Rilascio di autorizzazione: Commissione sulla pubblicità

- 1) Nelle forme di pubblicità che comportino la posa in opera di impianti fissi, l'autorizzazione si completa nel rilascio di apposito atto formale da parte del Sindaco previo parere della Commissione sulla Pubblicità.
- 2) Tale Commissione è così composta:
  - a) Il Sindaco o un suo delegato – Presidente;
  - b) Capo Ripartizione urbanistica o un suo delegato - Componente;
  - c) Comandante del corpo dei Vigili Urbani o un suo delegato – componente;
  - d) Un rappresentante designato dai commercianti – componente;
  - e) Funzionario Responsabile del ricevimento e dell'istruzione delle pratiche, avente funzione di segretario della Commissione nonché di responsabile del procedimento.

- 3) La commissione esamina le domande sulla base degli atti in suo possesso e adotta i propri orientamenti in merito a maggioranza di voti con l'intervento di almeno la metà dei componenti. In caso di parità prevale il voto del Presidente. Il parere sfavorevole dovrà essere motivato. Per l'esame delle pratiche più importanti, la Commissione potrà invitare per pareri tecnici, informativi o altro, rappresentanti di altri Enti, uffici pubblici o comunque persone particolarmente competenti in relazione alle materie in esame.
- 4) Le richieste di autorizzazioni concernenti la posa in opera di mezzi pubblicitari nelle località soggette a vincolo ai sensi della legge 29/6/1939 n.1497 e successive modificazioni ed integrazioni, saranno sottoposte anche al parere vincolante della Commissione Edilizia.
- 5) L'autorizzazione sarà rilasciata entro il termine di 30 giorni dalla presentazione della domanda. Le pratiche saranno sottoposte all'esame della Commissione in ordine di presentazione e nello stesso tempo sarà comunicato l'eventuale diniego alla messa in opera dei mezzi pubblicitari richiesti. Il termine di cui sopra è sospeso nel caso in cui la Commissione inviti i richiedenti a proporre soluzioni diverse o a produrre ulteriore documentazione. Qualora le istanze presentate non siano corredate con i documenti previsti ed il richiedente non provveda alla loro regolarizzazione nel termine assegnatogli dalla Commissione, le stesse non saranno sottoposte all'esame di merito e saranno archiviate. Della avvenuta archiviazione dovrà essere data comunicazione agli interessati e, se richiesti, dovranno essere restituiti gli eventuali allegati alla istanza.
- 6) Trascorsi trenta giorni dalla presentazione della richiesta senza che sia stato emesso alcun provvedimento l'interessato, salvo quanto previsto dal successivo comma, può procedere all'installazione del mezzo pubblicitario, previa presentazione, in ogni caso, della dichiarazione ai fini dell'applicazione dell'imposta sulla pubblicità.
- 7) E' sempre necessario il formale provvedimento di autorizzazione del Comune per i mezzi pubblicitari da installare su aree e beni comunali. Per i procedimenti agli stessi relativi il termine è stabilito in sessanta giorni.
- 8) Per le forme di pubblicità diverse da quelle che comportino la posa in opera di impianti fissi quali striscioni, pubblicità sonora, salvo eventuali casi da valutarsi in sede di dichiarazione, l'autorizzazione verrà di volta in volta rilasciata dal funzionario responsabile del pubblico servizio, sentito il parere del Comando dei Vigili Urbani.
- 9) L'esposizione di pubblicità può essere consentita senza formale autorizzazione previa dichiarazione ai fini dell'imposta, nei seguenti casi:
  - a) esposizione di targhe professionali di tipo e formato standard esposte a lato dei portoni dei caseggiati;
  - b) pubblicità effettuata all'interno di luoghi pubblici o aperti al pubblico, esclusi gli stadi ed impianti sportivi, qualora non sia direttamente visibile e percettibile da piazze, strade ed altri spazi di uso pubblico;
  - c) pubblicità relativa a vendite e locazioni su stabili di nuova e vecchia costruzione, purchè contenuta nelle aperture murarie;
  - d) pubblicità effettuata mediante esposizione di locandine o con scritte e targhe apposte sui veicoli in genere.

- 10) L'autorizzazione all'installazione di cartelli o di altri mezzi pubblicitari ha validità per un periodo di tre anni ed è rinnovabile; essa deve essere intestata al soggetto richiedente.
- 11) Il corrispettivo che il soggetto richiedente deve versare per il rilascio dell'autorizzazione deve essere determinabile sulla base di un prezzario annuale, comprensivo di tutti gli oneri esclusi solo quelli previsti dall'art.406 del regolamento di attuazione del codice stradale. Tale prezzario deve essere predisposto e reso pubblico da parte dell'ufficio competente entro il trenta novembre dell'anno precedente a quello di applicazione del listino.

## ART. 25

### Pubblicità eseguita su aree e beni comunali: Disciplinare di concessione e canone

- 1) Per l'installazione di mezzi pubblicitari su beni appartenenti o dati in godimento al Comune l'autorizzazione sarà rilasciata dal Sindaco, sentita la "Commissione Edilizia" e la "Commissione Pubblicità", in esecuzione di apposita deliberazione della G.M. che dovrà stabilire il canone annuo da corrispondere oltre alla T.O.S.A.P.
- 2) Tale canone, deliberato assieme al disciplinare di concessione, può essere graduato a seconda dell'importanza della zona sulla quale l'occupazione insiste e dovrà essere periodicamente aggiornato.
- 3) Comunque sia, il canone deve essere il più congruo possibile per le installazioni realizzate al fine di pubblicizzazione degli esercizi commerciali aventi ubicazione nel territorio del Comune, sempre che l'installazione avvenga su istanza dell'esercente.
- 4) Nel caso di domanda di installazione di mezzi pubblicitari destinati a reperire pubblicità diverse dall'affissione da parte di ditte o società che, oltre l'installazione di mezzi pubblicitari, hanno come oggetto anche la commercializzazione della pubblicità, la Giunta Comunale valuterà l'offerta della richiedente, eventualmente sentendo anche altre ditte o società specializzate.

## ART. 26

### Variazione messaggi pubblicitari

- 1) Fuori dai centri abitati, qualora il soggetto titolare dell'autorizzazione decorsi almeno tre mesi, fermo restando la durata della stessa, intenda variare il messaggio pubblicitario riportato su un cartello o su un altro mezzo pubblicitario, deve farne domanda, allegando il bozzetto del nuovo messaggio, all'ente competente, il quale è tenuto a rilasciare l'autorizzazione entro i successivi quindici giorni, decorsi i quali si intende rilasciata.
- 2) Entro i centri abitati è ammessa, senza ulteriore autorizzazione, la variazione dei messaggi esposti sui cartelli e sugli altri mezzi pubblicitari, dopo un periodo di esposizione degli stessi non inferiore a quindici giorni, purché tale intendimento sia dichiarato nella domanda di autorizzazione e, comunque, nel rispetto dei termini della stessa.
- 3) Le disposizioni di cui ai commi precedenti si applicano anche per i cartelli e gli altri mezzi pubblicitari, di proprietà delle amministrazioni comunali, dati in concessione ad altri soggetti.

## ART. 27

### Obblighi del titolare dell'autorizzazione

- 1) E' fatto obbligo al titolare dell'autorizzazione di:
  - a) verificare il buono stato di conservazione dei cartelli e degli altri mezzi pubblicitari;
  - b) effettuare tutti gli interventi necessari al loro buon mantenimento;
  - c) adempiere nei tempi richiesti a tutte le prescrizioni impartite dall'ente competente ai sensi dell'art. 406 comma 1 del regolamento di esecuzione del Codice della Strada, al momento del rilascio dell'autorizzazione od anche successivamente per intervenute e motivate esigenze;
  - d) procedere alla rimozione nel caso di decadenza o revoca dell'autorizzazione o di insussistenza delle condizioni di sicurezza prevista all'atto dell'installazione o di motivata richiesta da parte dell'ente competente al rilascio.
  
- 2) E' fatto obbligo al titolare dell'autorizzazione, rilasciata per la posa di segni orizzontali reclamistici, nonché di striscioni, locandine e stendardi, nei casi previsti dall'art.51 comma 8 del regolamento di attuazione del codice stradale, di provvedere alla rimozione degli stessi entro le 24 ore successive alla conclusione della manifestazione o dello spettacolo per il cui svolgimento sono stati autorizzati, ripristinando il preesistente stato dei luoghi ed il preesistente grado di aderenza delle superfici stradali.

## ART. 28

### Targhette di identificazione

- 1) Su ogni cartello o mezzo pubblicitario autorizzato dovrà essere saldamente fissata, a cura e a spese del titolare dell'autorizzazione, una targhetta metallica, posta in posizione facilmente accessibile, sulla quale sono riportati con caratteri incisi i seguenti dati:
  - amministrazione che l'autorizza;
  - soggetto titolare;
  - numero dell'autorizzazione;
  - progressiva chilometrica del punto di installazione;
  - data di scadenza.
  
- 2) La targhetta di cui al comma precedente deve essere sostituita ad ogni rinnovo dell'autorizzazione ed ogni qualvolta intervenga una variazione di uno dei dati su di essa riportati.

## CAPO VI

# IMPOSTA DI PUBBLICITA'

### ART. 29

#### Presupposto dell'imposta

1) E' soggetta all'imposta comunale sulla pubblicità la diffusione di ogni messaggio pubblicitario, effettuata con qualsiasi forma di comunicazione visiva od acustica (diversa da quelle assoggettate al diritto sulle pubbliche affissioni).

Ai fini dell'imposizione si considerano rilevanti:

- a) i messaggi diffusi nell'esercizio di una attività economica allo scopo di promuovere la domanda di beni o servizi;
- b) i messaggi finalizzati a migliorare l'immagine del soggetto pubblicizzato;
- c) i mezzi e le forme atte ad indicare il luogo nel quale viene esercitata un'attività.

### ART. 30

#### Soggetto passivo

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

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

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

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

### ART. 31

#### Modalità di applicazione dell'imposta

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

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

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

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

5) Le superfici inferiori ad un metro quadrato, sono arrotondate per eccesso, al metro quadrato e le frazioni di esso, oltre il primo, a mezzo metro quadrato.

6) L'imposta non si applica per superfici inferiori a trecento centimetri quadrati.

7) Agli effetti del calcolo della superficie imponibile i festoni di bandierine, i mezzi di identico contenuto pubblicitario e quelli riferibili al medesimo soggetto passivo, purché collocati in connessione fra loro, senza soluzione di continuità e funzionalmente finalizzati a diffondere nel loro insieme lo stesso messaggio o ad accrescerne l'efficacia, sono considerati come unico mezzo pubblicitario.

8) La pubblicità ordinaria effettuata mediante locandine da collocare a cura dell'utenza all'esterno od all'interno di locali pubblici od aperti al pubblico, è autorizzata dall'ufficio comunale, previo pagamento dell'imposta, mediante apposizione di timbro con la data di scadenza dell'esposizione. Quando il collocamento diretto delle locandine ha carattere ricorrente il committente deve presentare, con la prescritta dichiarazione, l'elenco completo dei locali nei quali detti mezzi pubblicitari vengono collocati. Quando tale esposizione ha carattere occasionale si prescinde dall'obbligo di presentare l'elenco dei locali.

9) L'imposta sulla pubblicità relativa alle affissioni dirette sugli impianti alle stesse destinati, è commisurata alla superficie complessiva di ciascun impianto, calcolata con l'arrotondamento di cui al comma 5, applicato per ogni impianto.

10) Le maggiorazioni d'imposta a qualunque titolo sono sempre applicate alla tariffa base e sono cumulabili. Le riduzioni d'imposta non sono cumulabili.

11) L'imposta per le fattispecie pubblicitarie previste dagli artt.12, commi 1 e 3, 13, 14 commi 1 e 3 del D.Lgs. 15 novembre 1993, n.507 è dovuta per anno solare di riferimento a cui corrisponde un'autonoma obbligazione tributaria; per le altre fattispecie il periodo d'imposta è quello specificato nelle disposizioni alle stesse relative.

## ART. 32

### Pubblicità ordinaria

1) L'imposta per la pubblicità ordinaria, effettuata con i mezzi di cui all'art.9, comma 2, del regolamento, si applica, secondo la tariffa stabilita, per la classe del Comune, con l'art.12 del D.Lgs. n.507/93, per anno solare e per metro quadrato di superficie determinato con le modalità di cui al precedente art.31.



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

3) Per la pubblicità effettuata mediante affissioni dirette, anche per conto altrui, di manifesti e simili sulle apposite strutture riservate all'esposizione diretta di tali mezzi, si applica l'imposta ordinaria in base alla superficie di ciascun impianto determinata in conformità all'art.31, nella misura stabilita per anno solare, indipendentemente dall'effettiva durata dell'utilizzazione.

4) Per la pubblicità di cui ai commi precedenti che ha superficie:

- a) compresa fra mq.5,5 e mq. 8,5, la tariffa dell'imposta è maggiorata del 50 per cento;
- b) superiore a mq.8,5, la tariffa dell'imposta è maggiorata del 100 per cento.

5) Qualora la pubblicità di cui al presente articolo sia effettuata in forma luminosa od illuminata, la tariffa dell'imposta è maggiorata del 100 per cento.

6) Le maggiorazioni d'imposta si applicano con le modalità previste dal comma 10 dell'art.21.

## ART. 33

### Pubblicità ordinaria con veicoli

1) L'imposta per la pubblicità ordinaria effettuata con veicoli ed altri mezzi compresi nelle tipologie previste dall'art.9, comma terzo, lettera a) del regolamento, si applica secondo la tariffa stabilita, per la classe del Comune, dal 1 comma dell'art. 13 del D.Lgs. n.507/1993, per anno solare e per metro quadrato di superficie determinata con le modalità di cui al precedente art.21.

2) Per la pubblicità effettuata all'esterno dei veicoli sono dovute le maggiorazioni stabilite dal quarto comma dell'art. 26, quando le dimensioni della stessa sono comprese nelle superfici da tale norma previste.

3) Qualora la pubblicità è effettuata in forma luminosa od illuminata la relativa tariffa è maggiorata del 100 per cento.

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

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

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

## ART. 34

### Pubblicità con veicoli dell'impresa

- 1) L'imposta per la pubblicità effettuata per proprio conto con veicoli di proprietà dell'impresa o adibiti ai trasporti per conto della stessa è dovuta:
  - al Comune ove ha sede l'impresa o qualsiasi sua dipendenza;
  - ovvero al Comune dove sono domiciliati i suoi agenti mandatarî che alla data del 1 gennaio di ciascun anno, o a quella successiva di immatricolazione, hanno in dotazione i veicoli suddetti;
  - secondo la tariffa deliberata dalla Giunta Comunale in conformità all'art.13, comma terzo, del D.Lgs n.507/1993.
- 2) Per i veicoli di cui al precedente comma circolanti con rimorchio sul quale viene effettuata la pubblicità, la tariffa dell'imposta è raddoppiata.
- 3) Non è dovuta l'imposta per l'indicazione sui veicoli di cui ai precedenti commi del marchio, della ragione sociale e dell'indirizzo dell'impresa, purchè tali indicazioni siano apposte per non più di due volte e ciascuna iscrizione non superi la superficie di mezzo metro quadrato.
- 4) L'attestazione dell'avvenuto pagamento dell'imposta deve essere conservata in dotazione al veicolo ed esibita a richiesta degli agenti autorizzati.

## ART. 35

### Pubblicità con pannelli luminosi

- 1) L'imposta per la pubblicità effettuata per conto altrui con pannelli luminosi ed altri mezzi compresi nelle tipologie previste dall'art.9, comma quarto, del regolamento si applica, indipendentemente dal numero dei messaggi, secondo la tariffa stabilita, per la classe di appartenenza del Comune, dal primo comma dell'art.14 del D.Lgs. n. 507/1993, per anno solare e per metro quadrato di superficie determinata con le modalità di cui all'art.31.
- 2) Per la pubblicità che ha durata non superiore a tre mesi si applica per ogni mese o frazione una tariffa pari ad un decimo di quella annua. Per la pubblicità che ha durata superiore a tre mesi si applica la tariffa annua.
- 3) L'imposta per la pubblicità di cui ai precedenti commi, effettuata per conto proprio dell'impresa, si applica in misura pari alla metà delle tariffe sopra previste.

## ART. 36

### Pubblicità con proiezioni

- 1) L'imposta per la pubblicità con proiezioni ed altri mezzi compresi nelle tipologie previste dall'art.9, quinto comma, del regolamento, effettuata in luoghi pubblici od aperti al pubblico, si applica secondo la tariffa stabilita, per la classe del Comune, dal quarto comma dell'art.14 del D.Lgs. n.507/1993, per ogni giorno, indipendentemente dal numero dei messaggi e dalla superficie adibita alla proiezione.

2) Quando la pubblicità suddetta ha durata superiore a 30 giorni si applica, dopo tale periodo una tariffa giornaliera pari alla metà di quelle di cui al precedente comma.

## ART. 37

### Pubblicità varia

La tariffa dell'imposta per la pubblicità effettuata:

- a) con striscioni od altri mezzi simili che attraversano strade, piazze si applica, per ciascun metro quadrato e per ogni periodo di esposizione di 15 giorni o frazione, nella misura stabilita, per la classe del comune, dal primo comma dell'art.15 del D.Lgs. n.507/93. La superficie soggetta ad imposta è determinata con le modalità di cui all'art.31 commi secondo e settimo, del regolamento. Non si applicano maggiorazioni riferite alla dimensione del mezzo pubblicitario;
- b) da aeromobili sul territorio comunale o su specchi d'acqua e fasce marittime limitrofi al territorio predetto si applica per ogni giorno o frazione, per ciascun aeromobile, indipendentemente dai soggetti pubblicizzati, nella misura stabilita per classe del Comune dall'art.15 comma 2, D.Lgs. n.507/93;
- c) con palloni frenati e simili si applica per ogni giorno o frazione e per ciascun mezzo, indipendentemente dai soggetti pubblicizzati, in misura pari alla metà di quella stabilita per classe del Comune dall'art.15 comma 2, D.Lgs. n.507/93;
- d) in forma ambulante, mediante distribuzione, a mezzo di persone o veicoli, di manifestini od altro materiale pubblicitario oppure mediante persone circolanti con cartelli ed altri mezzi pubblicitari è dovuta, per ciascuna persona impiegata nella distribuzione od effettuazione e per ogni giorno o frazione, indipendentemente dalla dimensione dei mezzi pubblicitari o dalla quantità di materiale distribuito, nella misura stabilita, per classe del Comune, dall'art.15, comma 4 del D.lgs. n.507/93. E' fatto divieto di effettuare la distribuzione anche con veicoli, di manifestini o di altro materiale pubblicitario di carattere commerciale nelle strade, nelle piazze e nelle abitazioni;
- e) a mezzo di amplificatori e simili è dovuta, per ciascun punto di pubblicità e per ciascun giorno o frazione nella misura stabilita per la classe del Comune dal comma 5,dell'art.15 D.Lgs. n.507/93.

## ART. 38

### Imposta sulla pubblicità - riduzioni

- 1) La tariffa dell'imposta sulla pubblicità è ridotta alla metà:
  - a) per la pubblicità – avente le caratteristiche e finalità di cui alle lettere b) e c) del terzo comma dell'art.29 del presente regolamento – effettuata da Comitati, Associazioni, Fondazioni e da ogni altro ente che non abbia scopo di lucro;
  - b) per la pubblicità, relativa a manifestazioni politiche, sindacali e di categoria, culturali, sportive, filantropiche e religiose, da chiunque realizzate, con il patrocinio o la partecipazione di enti pubblici;
  - c) per la pubblicità relativa a festeggiamenti patriottici, religiosi, a spettacoli viaggianti e di beneficenza.

- 2) Alla pubblicità realizzata con mezzi che comprendono, con i messaggi relativi ai soggetti ed alle manifestazioni di cui al primo comma anche l'indicazione di persone, ditte e società che hanno contribuito all'organizzazione delle manifestazioni stesse, si applica la riduzione prevista dal presente articolo. Nei casi in cui tali indicazioni siano associate a messaggi aventi le caratteristiche e le finalità di cui all'art. 29, terzo comma, lettera a), si applica la tariffa dell'imposta senza alcuna riduzione.
- 3) I requisiti soggettivi previsti dalla lettera a) del primo comma sono autocertificati dal soggetto passivo nella dichiarazione di cui all'art.40, con formula predisposta dall'ufficio e sottoscrizione dell'interessato autenticata dal Funzionario responsabile. Quando sussistono motivi per verificare l'effettivo possesso dei requisiti autocertificati, il Funzionario responsabile invita il soggetto passivo a presentare all'ufficio comunale, che ne acquisisce copia, la documentazione ritenuta necessaria per comprovarli, fissando un congruo termine per adempiere. L'autocertificazione e la documentazione sono acquisite per la prima dichiarazione e non devono essere ripetute allo stesso soggetto in occasione di successive esposizioni di mezzi pubblicitari.
- 4) I requisiti oggettivi di cui alle lettere b) e c) del primo comma sono, per quanto possibile, verificati direttamente dall'ufficio comunale attraverso l'esame dei mezzi pubblicitari o dei loro facsimili. Quando ciò non sia possibile o sussistano incertezze in merito alle finalità del messaggio pubblicitario il soggetto passivo autocertifica, nella dichiarazione e con le modalità di cui al precedente comma, la corrispondenza delle finalità delle manifestazioni, festeggiamenti e spettacoli a quelle previste nelle norme sopraccitate, che danno diritto alla riduzione dell'imposta.

## ART. 39

### Imposta sulla pubblicità - esenzioni

- 1) Sono esenti dall'imposta sulla pubblicità:
  - a) la pubblicità realizzata all'interno dei locali adibiti alla vendita di beni od alla prestazione di servizi quando si riferisca all'attività esercitata nei locali stessi; i mezzi pubblicitari – ad eccezione delle insegne – esposti nelle vetrine e sulle porte d'ingresso dei locali suddetti purché siano attinenti all'attività in essi esercitata e non superino, nel loro insieme, la superficie complessiva di mezzo metro quadrato per ciascuna vetrina od ingresso;
  - b) gli avvisi al pubblico:
    - esposti nelle vetrine o sulle porte d'ingresso dei locali o, ove queste manchino, nelle immediate adiacenze del punto di vendita, relativi all'attività svolta;
    - riguardanti la locazione e la compravendita degli immobili sui quali sono affissi, di superficie non superiore ad un quarto di mq.;
  - c) la pubblicità all'interno, sulle facciate esterne o sulla recinzione dei locali di pubblico spettacolo, quando si riferisce alle rappresentazioni in programma nei locali predetti;
  - d) la pubblicità – escluse le insegne – relativa ai giornali ed alle pubblicazioni periodiche, esposta sulle sole facciate esterne delle edicole o all'interno, nelle vetrine e sulle porte d'ingresso dei negozi ove si effettua la vendita;
  - e) la pubblicità esposta all'interno delle stazioni dei servizi di trasporto pubblico di ogni genere, relativa esclusivamente all'attività esercitata dall'impresa di trasporto titolare del servizio; le tabelle esposte all'esterno delle predette stazioni o lungo l'itinerario di viaggio, limitatamente alla parte in cui contengono informazioni relative alle modalità di effettuazione del servizio;

- f) la pubblicità esposta all'interno delle vetture ferroviarie degli aerei e delle navi, esclusa quella effettuata sui battelli, barche e simili soggetta all'imposta ai sensi dell'art.13 del D.Lgs. n.507/93;
- g) la pubblicità comunque effettuata in via esclusiva dallo stato e dagli enti pubblici territoriali;
- h) le insegne, le targhe e simili apposte per l'individuazione delle sedi di comitati associazioni, fondazioni e di ogni altro ente che non persegue scopi di lucro;
- i) le insegne, le targhe e simili la cui esposizione sia obbligatoria per disposizione di legge o di regolamento, di dimensioni non superiori a mezzo metro quadrato di superficie, salvo che le stesse non siano espressamente stabilite dalle disposizioni predette.

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

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

4) I soggetti di cui alla lettera h) del primo comma devono presentare in visione all'ufficio comunale pubblicità idonea documentazione od autocertificazione relativa al possesso dei requisiti richiesti per beneficiare dell'esenzione. Per i mezzi già esposti al 1 gennaio 1995 a tale adempimento deve essere provveduto entro 90 giorni da tale data. Per quelli successivamente autorizzati, prima di effettuarne l'esposizione. La mancata presentazione dei documenti suddetti nei termini stabiliti, comporta l'applicazione dell'imposta sulla pubblicità non essendo stato provato il diritto all'esenzione.

## ART. 40

### Dichiarazione

1) Ottenuta l'autorizzazione prevista dall'art.24, il soggetto passivo dell'imposta, prima di iniziare la pubblicità, è tenuto a presentare all'ufficio comunale su apposito modulo presso lo stesso disponibile, la dichiarazione, anche cumulativa, delle caratteristiche, quantità ed ubicazione dei mezzi pubblicitari. La dichiarazione è esente da bollo (tabella B, art. 5 D.P.R. 26.10.1972, n.642, modif. dal D.P.R. 30.12.1982, n.955).

2) La dichiarazione deve essere presentata anche nel caso di variazione della pubblicità che comporti modifica dell'imposizione. Quando dalla stessa risulti dovuta l'integrazione dell'imposta pagata per lo stesso periodo, è allegata l'attestazione del pagamento eseguito. Nel caso che sia dovuto un rimborso da parte del Comune questo provvede, dopo le necessarie verifiche, entro 90 giorni, a mezzo assegno di c/c postale, senza spese per l'utente.

3) La dichiarazione della pubblicità annuale ha effetto anche per gli anni successivi, salvo che si verificano variazioni nei mezzi esposti che comportino la modifica dell'imposta entro il 31 gennaio dell'anno di riferimento, a meno che non venga presentata denuncia di cessazione entro il predetto termine.

4) Nei casi in cui sia omessa la presentazione della dichiarazione, la pubblicità ordinaria, effettuata con veicoli e pannelli luminosi di cui agli artt. 12, 13 e 14 commi 1 – 2 e 3, D.Lgs.

n.507/93, si presume effettuata, in ogni caso, con decorrenza dal 1 gennaio dell'anno in cui è stata accertata. Le altre forme di pubblicità di cui al predetto art.9, commi 5 e 6 (art.14 comma 3 e art.15 D.Lgs. n.507/1993), si presumono effettuate dal primo giorno del mese in cui è stato effettuato l'accertamento.

## ART. 41

### Pagamento dell'imposta

1) Il pagamento dell'imposta sulla pubblicità deve essere effettuato a mezzo di conto corrente postale intestato al Comune. L'importo dovuto è arrotondato a L. 1.000 per difetto se la frazione non è superiore a L. 500 e per eccesso se è superiore. L'attestazione dell'avvenuto pagamento dell'imposta sulla pubblicità è allegata alle dichiarazioni di cui ai commi 1 e 2 dell'art.22. Negli anni successivi a quello della dichiarazione, l'attestazione e la ricevuta sono conservate dal soggetto d'imposta per essere esibite per eventuali controlli. Per il pagamento è utilizzato modello conforme a quello autorizzato con decreto ministeriale.

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

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

## CAPO VII

# DIRITTO SULLE PUBBLICHE AFFISSIONI

### ART. 42

#### Istituzione del servizio

E' istituito in tutto il territorio comunale verso il corrispettivo di un diritto, in relazione all'art.18 comma 2 del D.Lgs. n.507/93, il servizio delle pubbliche affissioni.

### ART. 43

#### Soggetto Passivo

Sono soggetti passivi del diritto pubbliche affissioni coloro che richiedono il servizio e, in solido, coloro nell'interesse dei quali il servizio stesso è richiesto.

### ART. 44

#### Finalità

1) Il comune, a mezzo del servizio delle pubbliche affissioni assicura l'affissione negli appositi impianti a ciò destinati, di manifesti costituiti da qualunque materiale idoneo, contenenti comunicazioni aventi finalità istituzionali, sociali o comunque prive di rilevanza economica e, nella misura prevista dall'art. 21, di messaggi diffusi nell'esercizio di attività commerciali.

2) I manifesti aventi finalità istituzionali, sociali o comunque privi di finalità economiche sono quelli pubblicati dal Comune e, di norma, quelli per i quali l'affissione è richiesta dai soggetti e per le finalità di cui all'art.20 e 21 del D.Lgs.507/93, richiamati nei successivi art.38 e 39 del presente regolamento.

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

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

5) I manifesti di natura commerciale la cui affissione viene richiesta direttamente al Comune sono dallo stesso collocati negli spazi di cui all'art.15, comma 3, lettera b), nei limiti della capienza degli stessi.

6) I manifesti di natura commerciale da affiggere negli spazi da attribuire a soggetti privati per l'effettuazione di affissioni dirette nei limiti di cui all'art.21, comma3, lett. C) del regolamento sono classificati, ai fini tributari, come pubblicità ordinaria in conformità a quanto dispone il terzo

comma dell'art.12 del D.Lgs. n.507/93, con applicazione della imposta in base alla superficie di ciascun impianto, nella misura e con le modalità di cui al comma terzo dell'art.32.

7) Verificandosi perduranti eccedenze di manifesti da affiggere in una classe degli impianti e, contemporaneamente, disponibilità ricorrente di spazi non utilizzati nelle altre classi la Giunta, su proposta del Funzionario responsabile, può disporre la temporanea deroga, per non più di tre mesi, dai limiti stabiliti per ciascuna classe dall'art.21. Alla scadenza del periodo di deroga il servizio viene effettuato con le modalità di cui all'art.21. Qualora nel prosieguo del tempo siano confermate le eccedenze e disponibilità che hanno motivato la deroga, il Funzionario responsabile propone la definitiva modifica della ripartizione degli spazi.

## ART. 45

### Affissioni – prenotazioni – registro cronologico

1) L'affissione si intende prenotata dal momento in cui perviene all'ufficio comunale preposto al servizio la commissione, accompagnata dall'attestazione dell'avvenuto pagamento del diritto.

2) Le commissioni sono iscritte nell'apposito registro, contenente tutte le notizie alle stesse relative, tenuto in ordine cronologico di prenotazione e costantemente aggiornato.

3) Il registro cronologico è tenuto presso l'ufficio affissioni e deve essere esibito a chiunque ne faccia richiesta.

## ART. 46

### Criteri e modalità per l'espletamento del servizio

1) I manifesti devono essere fatti pervenire all'ufficio comunale, nell'orario di apertura, a cura del committente, almeno due giorni prima di quello dal quale l'affissione deve avere inizio.

2) I manifesti devono essere accompagnati da una distinta nella quale è indicato l'oggetto del messaggio pubblicitario e:

- a) per quelli costituiti da un solo foglio, la quantità ed il formato;
- b) per quelli costituiti da più fogli, la quantità dei manifesti, il numero dei fogli dai quali ciascuno è costituito, lo schema di composizione del manifesto con riferimenti numerici progressivi ai singoli fogli di uno di essi, evidenziato con apposito richiamo.

3) Oltre alle copie da affiggere dovrà essere inviata all'ufficio una copia in più, da conservare per documentazione del servizio.

4) Le affissioni devono essere effettuate secondo l'ordine di precedenza relativo al ricevimento della commissione, risultante dal registro cronologico di cui all'art.45.

5) La durata dell'affissione decorre dal giorno in cui essa è stata effettuata al completo. Nello stesso giorno, su richiesta del committente, l'ufficio comunale mette a sua disposizione l'elenco delle posizioni utilizzate con l'indicazione dei quantitativi affissi.



6) Su ogni manifesto affisso viene impresso il timbro dell'ufficio comunale, con la data di scadenza prestabilita.

7) Il ritardo nell'effettuazione delle affissioni causato da avverse condizioni atmosferiche è considerato causa di forza maggiore. In ogni caso quando il ritardo è superiore a dieci giorni dalla data che era stata richiesta, l'ufficio comunale provvede a darne tempestiva comunicazione scritta al committente.

8) La mancanza di spazi disponibili deve essere comunicata al committente, per iscritto, entro 10 giorni dalla data di richiesta di affissione, con l'indicazione del periodo nel quale si ritiene che l'affissione possa essere effettuata.

9) Nei casi di cui ai commi 7 e 8 il committente può annullare la commissione con avviso da inviarsi all'ufficio comunale entro dieci giorni dal ricevimento delle comunicazioni negli stessi previste. L'annullamento della commissione non comporta oneri a carico del committente al quale l'ufficio comunale provvede a rimborsare integralmente la somma versata entro novanta giorni dal ricevimento dell'avviso di annullamento. I manifesti restano a disposizione del committente presso l'ufficio per 30 giorni e, per disposizione di questo, possono essere allo stesso restituiti od inviati ad altra destinazione dallo stesso indicata, con il recupero delle sole spese postali, il cui importo viene detratto dal rimborso del diritto.

10) Nel caso in cui la disponibilità degli impianti consenta di provvedere all'affissione di un numero di manifesti inferiore a quella richiesta, l'ufficio comunale provvede ad avvertire il committente per scritto. Se entro cinque giorni da tale comunicazione la commissione non viene annullata, l'ufficio comunale provvede all'affissione nei termini e per le quantità rese note all'utente e dispone entro 30 giorni il rimborso al committente dei diritti eccedenti quelli dovuti. I manifesti non affissi restano a disposizione dell'utente presso l'ufficio per 30 giorni, scaduti i quali saranno inviati al macero, salvo che ne venga richiesta la restituzione o l'invio ad altra destinazione, con il recupero delle sole spese, il cui importo viene detratto dai diritti eccedenti.

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

12) Il comune ha l'obbligo di sostituire gratuitamente i manifesti strappati o comunque deteriorati e qualora non disponga di altri esemplari dei manifesti da sostituire, deve darne immediata comunicazione al richiedente mantenendo, nel frattempo, a sua disposizione i relativi spazi.

13) I manifesti pervenuti per l'affissione senza la relativa commissione formale e l'attestazione dell'avvenuto pagamento del diritto, se non ritirati dal committente entro 30 giorni da quando sono pervenuti, saranno inviati al macero senz'altro avviso.

14) Per le affissioni richiesta per il giorno in cui è stato consegnato il materiale da affiggere od entro i due giorni successivi, se trattasi di affissioni di contenuto commerciale, ovvero per le ore notturne dalle ore 20 alle ore 7 o nei giorni festivi, è dovuta la maggiorazione del 10% del diritto, con un minimo di L.50.000 per commissione.

15) Nell'ufficio comunale devono essere costantemente esposti, per la pubblica consultazione di chiunque ne faccia richiesta:

- a) le tariffe del servizio;
- b) l'elenco degli spazi destinati alle pubbliche affissioni;
- c) il registro cronologico delle commissioni.

16) Le disposizioni previste dal D.Lgs. n. 507/93 e dal presente regolamento per l'imposta sulla pubblicità si applicano, per quanto compatibile e non previsto in questo capo, anche al diritto sulle pubbliche affissioni.

## ART. 47

### Diniego di affissioni o di materiale pubblicitario

1) Resta facoltà insindacabile dell'ufficio addetto alle affissioni rifiutare l'affissione ovvero l'installazione di materiale il cui contenuto sia contrario alla decenza pubblica, ovvero si presenti come licenzioso, o in una qualche misura possa integrare un reato (calunnia, diffamazione etc.). In tal caso a cura dell'ufficio entro 5 giorni dal ricevimento della richiesta si dovrà dare comunicazione motivata al richiedente per lettera raccomandata con avviso di ricevimento. Il materiale consegnato fatto pervenire resta a disposizione del richiedente il servizio per il suo ritiro. Per effetto di tale rifiuto nessun indennizzo è dovuto all'interessato.

## ART. 48

### Applicazione e misura del diritto sulle pubbliche affissioni

- 1) Il diritto sulle pubbliche affissioni è dovuto al Comune che provvede alla loro effettuazione, in solido da chi richiede il servizio e da colui nell'interesse del quale esso viene effettuato.
- 2) Il diritto è comprensivo dell'imposta sulla pubblicità relativa ai manifesti ed agli altri mezzi affissi e per i quali il diritto viene corrisposto.
- 3) Il diritto sulle pubbliche affissioni è dovuto, pe ciascun foglio di dimensioni fino a cm. 70 x 100, nella misura stabilita per la classe del Comune dal secondo comma dell'art.19 del D.Lgs n.507/93, distintamente per i primi 10 giorni e per ogni periodo successivo di 5 giorni o frazione.
- 4) Per le commissioni inferiori a 50 fogli il diritto di cui al precedente comma è maggiorato del 50 per cento.
- 5) Per i manifesti costituiti da 8 fino a 12 fogli il diritto è maggiorato del 50%; per quelli costituiti da più di 12 fogli è maggiorato del 100%.
- 6) La maggiorazioni del diritto, a qualunque titolo previsto, sono cumulabili tra loro e si applicano sulla tariffa base.
- 7) Le eventuali aggiunte ai manifesti già affissi sono soggette a pagamento del diritto corrispondente al pagamento del diritto corrispondente alla tariffa prevista per i primi 10 giorni.

## ART. 49

### Tariffe - riduzioni

- 1) La tariffa del diritto per il servizio delle pubbliche affissioni è ridotta alla metà:
  - a) per i manifesti riguardanti in via esclusiva lo stato e gli enti pubblici territoriali e che non rientrano nei casi per i quali è prevista l'esenzione dall'art.50;
  - b) per i manifesti di comitati, associazioni, fondazioni e di 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 il patrocinio e la partecipazione degli enti pubblici territoriali;
  - d) per i manifesti relativi ai festeggiamenti patriottici, religiosi, a spettacoli viaggianti e di beneficenza;
  - e) per gli annunci mortuari;

2) I requisiti soggettivi previsti dalla lettera b) sono accertati con le modalità di cui al terzo comma dell'art.38.

3) I requisiti soggettivi previsti dalla lettera c) e d) sono verificati attraverso l'esame di cui al quarto comma dell'art.38.

4) Le riduzioni non sono cumulabili. Non si applicano alla misura minima del diritto stabilito per ogni commissione da effettuarsi d'urgenza dal comma 14 dell'art.46.

## ART. 50

### Diritto - esenzioni

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

2) Per i manifesti di cui alla lett. a) si fa riferimento alle attività e funzioni che il Comune esercita secondo le leggi statali e regionali, le norme statutarie, le disposizioni regolamentari e quelle che hanno per finalità la cura degli interessi e la promozione dello sviluppo della comunità, ai sensi della legge 8 giugno, n.142.

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

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

## ART. 51

### Pagamento del diritto

1) Il pagamento del diritto deve essere effettuato mediante versamento a mezzo di conto corrente postale 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 500 o per eccesso se è superiore. L'attestazione dell'avvenuto pagamento deve essere allegata alla dichiarazione.

## CAPO VIII

# ACCERTAMENTO – CONTENZIOSO – SANZIONI

### ART. 52

#### Gestione contabile dell'imposta

1) Per la gestione contabile dell'imposta saranno osservate puntualmente le disposizioni di cui al decreto del Ministero delle Finanze 26 Aprile 1994.

2) Il Direttore di ragioneria ed il Funzionario Responsabile di cui al precedente art.7 sono personalmente responsabili, ciascuno per la parte di competenza, del rigoroso rispetto delle norme richiamate nel precedente comma.

### ART. 53

#### Rettifica ed accertamento d'ufficio

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

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

3) Nell'avviso devono essere inoltre precisate:

- l'ufficio comunale emittente, il suo indirizzo ed orario di servizio;
- il responsabile del procedimento;
- il termine entro il quale può essere proposto ricorso, la commissione tributaria competente e la forma da osservare, in conformità agli artt. 18 e 19, 20 e 21 del D.Lgs. 31 dicembre 1992, n.546;

4) Gli avvisi di accertamento e rettifica sono sottoscritti dal funzionario comunale responsabile della gestione dell'imposta.

Nel caso di gestione del servizio in concessione, gli avvisi sono sottoscritti da un responsabile del concessionario.

### ART. 54

#### Riscossione coattiva

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

## ART. 55

### Privilegi

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

2) Entro il termine di due anni decorrente dal giorno nel quale è stato effettuato il pagamento dell'imposta sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni, oppure 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 istanza in carta libera (tabella B, art. 5, D.P.R. n. 642/1972) indirizzata al Comune, Ufficio Pubblicità ed Affissioni. Il Comune provvede al rimborso nel termine di 90 giorni dalla richiesta.

## ART. 56

### Sanzioni tributarie

1) Per l'omessa, tardiva od infedele presentazione della dichiarazione di cui all'art.22 del presente regolamento si applica, nei confronti del soggetto obbligato, oltre al pagamento dell'imposta o del diritto dovuti, una soprattassa pari all'ammontare dell'imposta o del diritto, in conformità a quanto dispone l'art.23 del D.lgs. n.507/93.

2) Per l'omesso o tardivo pagamento dell'imposta, delle singole rate della stessa o del diritto è dovuta, indipendentemente dall'applicazione di quella di cui al precedente comma, una soprattassa pari al 20 % dell'imposta o del diritto il cui pagamento è stato omesso o ritardato.

3) Le soprattasse di cui ai precedenti commi sono ridotte ad un quarto se la dichiarazione è prodotta o il pagamento viene eseguito non oltre 30 giorni dalla data in cui avrebbero dovuto essere effettuati; sono ridotte alla metà se il pagamento viene effettuato entro 60 giorni dalla notifica dell'accertamento.

## ART. 57

### Interessi

1) Sulle somme dovute e non corrisposte nei termini ordinari prescritti per l'imposta sulla pubblicità e per il diritto sulle pubbliche affissioni e per le relative soprattasse si applicano interessi di mora nella misura del 7 per cento per ogni semestre compiuto, a decorrere dal giorno nel quale dette somme sono divenute esigibili e fino a quello dell'effettuato pagamento.

2) Per le somme dovute a qualsiasi titolo al contribuente sono dovuti allo stesso, a decorrere dalla data del pagamento dallo stesso eseguito e del quale il Comune è tenuto al rimborso, gli interessi di mora nella misura e con le modalità di cui al precedente comma.

## ART. 58

### Sanzioni amministrative

1) Il Comune è tenuto a vigilare, a mezzo del Corpo di Polizia Municipale, dell'Ufficio Tecnico e del servizio di Pubblicità ed Affissioni, sulla corretta osservanza delle disposizioni legislative e regolamentari riguardanti l'effettuazione della pubblicità e delle affissioni richiamate o stabilite dal presente regolamento.

2) Le violazioni delle disposizioni di cui al primo comma comportano sanzioni amministrative per la cui applicazione si osservano le norme stabilite dal capi I, sezione I e II, della legge 24 dicembre 1981, n.689, salvo quanto espressamente stabilito dai commi successivi.

3) Per la violazione delle norme stabilite dal presente regolamento in esecuzione del D.Lgs. 507/93 e di quelle stabilite nelle autorizzazioni alle installazioni degli impianti si applica la sanzione da L. 200.000 a L. 2.000.000. Il verbale con riportati gli estremi delle violazioni e l'ammontare della sanzione è notificato agli interessati entro 150 giorni dall'accertamento delle violazioni.

4) Il Comune dispone la rimozione degli impianti pubblicitari abusivi, dandone avviso all'interessato a mezzo del verbale di cui al precedente comma, con diffida a provvedere alla rimozione ed al ripristino dell'immobile occupato entro il termine nell'avviso stesso stabilito. Nel caso di inottemperanza all'ordine di rimozione e di ripristino dei luoghi entro il termine stabilito, il Comune provvede d'ufficio, addebitando ai responsabili le spese sostenute e richiedendone agli stessi il rimborso con avviso notificato a mezzo raccomandata A.R. . Se il rimborso non è effettuato mediante versamento a mezzo c/c postale intestato a Comune entro il termine prestabilito, si procede al recupero coattivo del credito con le modalità di cui al D.P.R. 28 gennaio 1988, n.43e con ogni spesa di riscossione a carico dell'interessato.

5) Indipendentemente dalla procedura di rimozione degli impianti e dell'applicazione della sanzione di cui al terzo comma il Comune, ovvero il concessionario del servizio, può effettuare l'immediata copertura della pubblicità e disporre la rimozione delle affissioni abusive. In ambedue i casi, oltre all'applicazione delle sanzioni di cui al presente articolo, il Comune provvede all'accertamento d'ufficio dell'imposta o del diritto dovuto per il periodo di esposizione abusiva, disponendo il recupero delle stesse e l'applicazione delle soprattasse e, se dovuti, degli interessi.

6) I mezzi pubblicitari esposti abusivamente possono essere sequestrati con ordinanza del Sindaco, a garanzia del pagamento sia delle spese di rimozione e di custodia, sia dell'imposta, delle soprattasse ed interessi. Nella predetta ordinanza è stabilito il termine entro il quale gli interessati possono richiedere la restituzione del materiale sequestrato versando le somme come sopra dovute od una cauzione, stabilita nell'ordinanza stessa, d'importo non inferiore a quello complessivo dovuto.

7) I proventi delle sanzioni amministrative, da chiunque accertate, sono dovuti al Comune. Sono dallo stesso destinati al potenziamento ed al miglioramento del servizio pubblicità ed affissioni se gestito direttamente, all'impiantistica facente carico al Comune, alla vigilanza dello specifico settore ed alla realizzazione, aggiornamento, integrazione e manutenzione del piano generale degli impianti di cui all'art.13.

## ART. 59

### Giurisdizione tributaria - Contenzioso

- 1) La giurisdizione tributaria per l'imposta sulla pubblicità e per il diritto sulle pubbliche affissioni è esercitata dalla Commissione Tributaria provinciale e dalle commissioni tributarie regionali, secondo quanto dispone il D.Lgs. 31/12/96, n.546.
- 2) Il processo è introdotto con ricorso alla Commissione Tributaria Provinciale.
- 3) In attesa dell'insediamento delle Commissioni Tributarie Provinciali di cui all'art.80 del D.Lgs. 31/12/92, n. 546, recante nuove disposizioni sul " processo tributario" in attuazione della delega al Governo contenuta nell'art.30 della legge 30/12/91, n.413, contro gli atti di accertamento è ammesso ricorso alla Direzione Regionale delle entrate – ex Intendenza di Finanza – ed in seconda istanza, anche da parte del Comune , al Ministero delle Finanze entro 30 giorni dalla notifica dell'atto o della decisione del ricorso. Il ricorso deve essere presentato alla Direzione regionale delle Entrate territorialmente competente anche se proposto avverso la decisione della stessa Direzione, direttamente o mediante raccomandata con avviso di ricevimento.



## CAPO IX DISPOSIZIONI TRANSITORIE

### ART. 60

#### Adattamenti delle forme di pubblicità esistenti

1) I cartelli o mezzi pubblicitari installati sulla base di autorizzazioni in essere all'atto dell'entrata in vigore del presente Regolamento e non rispondenti alle disposizioni dello stesso, devono essere rimossi entro 12 mesi dalla sua entrata in vigore a cura e spese del titolare dell'autorizzazione, fatto salvo il diritto dello stesso al rimborso della somma anticipata per la residua durata dell'autorizzazione non sfruttata.

2) Per i cartelli e gli altri mezzi pubblicitari per i quali, in base alle distanze minime occorre provvedere, a cura e a spesa del titolare dell'autorizzazione, ad uno spostamento, si procede, per ogni lato della marcia, effettuando gli spostamenti unicamente degli interspazi risultanti tra i successivi punti di riferimento (intersezioni, segnali stradali). I cartelli e gli altri mezzi pubblicitari che non possono più trovare collocazione in ciascuno degli interspazi devono essere rimossi e possono essere ricollocati in altro tratto stradale disponibile solo dopo il rilascio di una nuova autorizzazione per la diversa posizione, fermi restando la durata e gli importi già corrisposti con l'autorizzazione originaria.

### ART. 61

#### Accertamenti e rettifiche d'ufficio di cui al D.P.R. n.6398/1972

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

### ART. 62

#### Entrata in vigore del regolamento - Disciplina transitoria

1) In conformità a quanto stabilito dal quarto comma dell'art.3 del D.Lgs. 15 novembre 1993, n.507, il presente regolamento entra in vigore dal 1 gennaio 1995, dopo la sua approvazione e l'esecutività, a norma di legge, della relativa deliberazione.

2) Fino all'entrata in vigore del regolamento si osservano le disposizioni direttamente stabilite per la disciplina della pubblicità esterna e delle pubbliche affissioni:

- dal D.Lgs. 15 novembre 1993, n.507;
- dall'art.23 del D.Lgs. 30/4/1992, n.285, modificato dall'art.13 del D.Lgs. 10/09/1993, n.360;
- dagli artt.47 e 59 del D.P.R. 16 dicembre 1992, n.495;
- dalle altre norme di legge e regolamentari tuttora vigenti che disciplinano l'effettuazione della pubblicità esterna e che non risultano in contrasto con quelle sopra richiamate.

## ART. 63

### Entrata in vigore - Effetti

- 1) Con effetto dalla data di entrata in vigore del presente regolamento, di cui al primo comma dell'art.5, esso sostituisce le norme in precedenza approvate, nella materia, da questo Comune.