



COMUNE DI ANCONA

REGOLAMENTO DEGLI IMPIANTI PUBBLICITARI

(modificato con le seguenti deliberazioni del Consiglio comunale . 130/1998, n. 584/1998, n. 19/2002 e n. 72/2016 e n. 100/2017)

CAPO I

DISPOSIZIONI GENERALI

ART. 1

OGGETTO DEL REGOLAMENTO

1. Il presente Regolamento disciplina, nell'ambito del territorio del Comune di Ancona, l'esecuzione della pubblicità ed il servizio delle pubbliche affissioni, nonché l'applicazione e la riscossione dell'imposta comunale sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni, in conformità alle disposizioni del Decreto Legislativo 15 novembre 1993, n. 507, e successive modificazioni ed integrazioni.

ART. 2

CLASSE DEL COMUNE – SUDDIVISIONE DEL TERRITORIO IN CATEGORIE

1. Agli effetti dell'applicazione dell'imposta sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni, il Comune appartiene alla classe III, così come determinato ai sensi dell'articolo 2 del Decreto Legislativo 15 novembre 1993, n. 507.

Agli stessi effetti, e per quanto attiene al diritto sulle pubbliche affissioni, limitatamente a quelle di tipo commerciale, si considerano di categoria speciale le località di cui all'elenco allegato sotto la lettera "A"; le rimanenti località sono considerate di categoria normale.

2. La superficie delle località comprese nella categoria speciale non supera il 35% di quella del centro abitato, come delimitato ai sensi dell'articolo 4 del nuovo Codice della Strada (Decreto Legislativo 30 aprile 1992, n. 285).

3. La superficie degli impianti per pubbliche affissioni previsti dal Piano delle Pubbliche affissioni da installarsi in categoria speciale non deve superare la metà della superficie complessiva (art 4, comma 2 del Decreto Legislativo 15 novembre 1993, n. 507).

4. Le località di categoria speciale sono da considerarsi temporaneamente declassificate, con conseguente sospensione della relativa aliquota maggiorata, durante l'esecuzione di lavori pubblici che impediscano o limitino la circolazione dei veicoli e/o il transito pedonale e che abbiano una durata superiore a sei mesi.

La temporanea declassificazione è disposta con provvedimento dirigenziale a seguito del provvedimento formale di chiusura o di limitazione della circolazione nelle predette località.

Ultimati i lavori pubblici e rimosso il vincolo al transito con formale provvedimento, viene disposta la riclassificazione nella categoria speciale, con conseguente applicazione della relativa maggiorazione.

ART. 3

RIPARTIZIONE DELLA SUPERFICIE DEGLI IMPIANTI

1. La superficie complessiva degli impianti per la pubblica affissione da prevedere nel Piano delle Pubbliche affissioni, è stabilita in mq. 12.500 ed è ripartita in percentuali suddivise nelle categorie di utilizzazione di seguito elencate, così come già stabilito dal Consiglio Comunale:

a) Impianti destinati ad affissioni di natura istituzionale, culturale, di spettacolo, sociale, onoranze funebri o comunque prive di rilevanza economica, nella misura

del 15%;

b) Impianti destinati ad affissioni di tipo commerciale nella misura del 75%;

c) Impianti da attribuire a soggetti privati per l'effettuazione di affissioni dirette, nella misura del 10%

2. Relativamente agli impianti privati installati su suolo privato, non viene stabilita alcuna limitazione quantitativa.

L'installazione è subordinata al rispetto dei parametri minimi stabiliti dal presente regolamento.

ART. 4

TIPOLOGIA DEGLI IMPIANTI PUBBLICITARI PUBBLICI E PRIVATI

1. Per la tipologia degli impianti pubblicitari pubblici si fa riferimento alle tipologie già previste nel piano P.G.I.P.A. già vigente.

2. Le tipologie degli impianti pubblicitari privati sono le seguenti:

a) Si definisce "**insegna di esercizio**" la scritta in caratteri alfanumerici, completata eventualmente da simboli e da marchi, realizzata e supportata con materiali di qualsiasi natura, installata nella sede dell'attività a cui si riferisce o nelle pertinenze accessorie alla stessa. Può essere luminosa sia per luce propria che per luce indiretta.

La presente tipologia è comprensiva anche delle targhe professionali;

b) Si definisce "**preinsegna**" la scritta in caratteri alfanumerici, completata da freccia di orientamento, ed eventualmente da simboli e da marchi, realizzata su manufatto bifacciale e bidimensionale, utilizzabile su una sola o su entrambe le facce, supportato da idonea struttura di sostegno, finalizzata alla pubblicizzazione direzionale della sede dove si esercita una determinata attività ed installata in modo da facilitare il reperimento della sede stessa e comunque nel raggio di 5 km. Non può essere luminosa, né per luce propria, né per luce indiretta;

c) Si definisce "**sorgente luminosa**" qualsiasi corpo illuminante o insieme di corpi illuminanti che, diffondendo luce in modo puntiforme o lineare o planare, illumina aree, fabbricati, monumenti, manufatti di qualsiasi natura ed emergenze naturali;

d) Si definisce "**cartello**" un manufatto bidimensionale supportato da una idonea struttura di sostegno, con una sola o entrambe le facce finalizzate alla diffusione di messaggi pubblicitari o propagandistici sia direttamente, sia tramite sovrapposizione di altri elementi, quali manifesti, adesivi, ecc. Può essere luminoso sia per luce propria che per luce indiretta;

e) Si definisce "**striscione, locandina e 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. Può essere luminoso per luce indiretta. La locandina se posizionata sul terreno, può essere realizzata in materiale rigido;

f) Si definisce "**segno orizzontale reclamistico**" la riproduzione sulla superficie stradale, con pellicole adesive, di scritte in caratteri alfanumerici, di simboli e di marchi, finalizzata alla diffusione di messaggi pubblicitari o propagandistici;

g) Si definisce "**impianto pubblicitario di servizio**" qualunque manufatto avente quale scopo primario un servizio di pubblica utilità nell'ambito dell'arredo urbano e stradale (fermate autobus, pensiline, transenne parapetonali, cestini, panchine, orologi, o simili) recante uno spazio pubblicitario che può anche essere luminoso sia per luce diretta che per luce indiretta;

h) Si definisce "**impianto di pubblicità o propaganda**" qualunque manufatto finalizzato alla pubblicità o alla propaganda sia di prodotti che di attività e non

individuabile secondo definizioni precedenti, né come insegna di esercizio, né come preinsegna, né come cartello, né come striscione, locandina o stendardo, né come orizzontale reclamistico, né come impianto pubblicitario di servizio. Può essere luminoso sia per luce propria che per luce indiretta. Sono tra l'altro comprese in questa catalogazione tende, bacheche, vetrofanie od altri oggetti recanti messaggi pubblicitari che influiscono sull'aspetto dei luoghi.

i) Si definisce "**pannello a messaggio variabile elettronico o meccanico**", l'impianto monofacciale o bifacciale con possibilità di variazione del messaggio pubblicitario comandato da un sistema computerizzato o meccanico a tempo. Tale impianto, che potrà essere installato solo nel centro abitato come sopra delimitato, potrà variare il messaggio solo in dissolvenza e dopo un tempo minimo di **15 secondi**;

j) Si definisce "**totem**" l'impianto pubblicitario polifacciale, a messaggio fisso, di qualsiasi forma geometrica, con scritte in caratteri alfanumerici, simboli e marchi, installato nella sede dell'attività a cui si riferisce o nelle pertinenze accessorie. Può essere luminoso sia per luce propria che per luce indiretta;

k) Si definisce "**pannello pittorico**" il manufatto monofacciale, opaco o illuminato, realizzato su telo, pannello o parete, la cui funzione sia prevalentemente decorativa più che pubblicitaria, e le cui caratteristiche non siano ripetitive di altra pubblicità tabellare già esposta nel territorio comunale;

l) Si definisce "**pubblicità su veicoli**" la pubblicità effettuata con veicoli e rimorchi speciali a ciò destinati ed equiparata alla pubblicità con impianto fisso;

m) Si definisce "**pubblicità temporanea**" quella realizzata su impianti provvisori avente una durata non superiore a mesi uno, con possibilità di proroga fino a 90 giorni complessivi.

ART. 5

PIANO GENERALE DEGLI IMPIANTI – CRITERI

1. Il Piano Generale degli Impianti, che nel prosieguo - per brevità - è denominato Piano, individua e regola sul territorio comunale, all'interno del centro abitato, le posizioni consentite per l'installazione degli impianti pubblicitari per affissioni.

2. Il Piano deve essere redatto nel rispetto delle previsioni e prescrizioni dei vigenti strumenti urbanistici, dei divieti e vincoli di qualsiasi natura imposti da norme generali o da provvedimenti amministrativi, delle disposizioni del Codice della Strada (**Decreto Legislativo 30 aprile 1992, n. 385** e successive modificazioni ed integrazioni) e del relativo Regolamento di esecuzione e di attuazione (**Decreto del Presidente della Repubblica 16 dicembre 1992, n. 495** così come modificato dal **Decreto del Presidente della Repubblica 16 settembre 1996, n. 610**).

3. Il **Piano** deve contenere:

a) L'individuazione della tipologia degli impianti pubblicitari pubblici compresi nello stesso;

b) L'individuazione e l'elencazione dei punti di esposizione ammessi per l'installazione degli impianti del Piano secondo le modalità indicate nei successivi articoli.

4. Al **Piano** devono essere allegati:

a) gli elaborati grafici riportanti le posizioni consentite all'installazione dei diversi tipi di impianti pubblici e pubblicitari;

b) le norme tecniche di attuazione;

c) una dettagliata e motivata relazione illustrativa.

ART. 6

AUTORIZZAZIONE DEGLI IMPIANTI PUBBLICITARI

1. L'installazione dei mezzi pubblicitari e l'esecuzione della pubblicità all'interno del centro abitato sono subordinate, nel rispetto delle modalità indicate nel presente regolamento al conseguimento dell'autorizzazione preventiva rilasciata dal Comune.

L'autorizzazione è personale e non cedibile se non previo consenso dell'Amministrazione Comunale.

La pubblicità effettuata con veicoli e rimorchi speciali a ciò destinati è equiparata alla pubblicità con impianto fisso ed è soggetta agli stessi divieti e limitazioni.

2. L'istanza, a pena di irricevibilità, deve essere corredata per ciascuna tipologia di impianto, della documentazione di cui alla modulistica allegata sotto la lettera A).

3. L'installazione di impianti pubblicitari prima del rilascio della prescritta autorizzazione comporta, oltre all'applicazione delle sanzioni amministrative e tributarie di cui al successivo articolo 48, l'oscuramento della pubblicità fino alla regolarizzazione dell'impianto.

4. Il rilascio delle autorizzazioni relative ai mezzi pubblicitari di tipo permanente che insistano su beni di proprietà o dati in godimento al Comune è subordinato al parere espresso e vincolante del **Servizio Logistica e Patrimonio**.

5. Il ritiro della autorizzazione dell'impianto pubblicitario privato di tipo permanente deve avvenire entro il termine di 30 giorni dalla data di notifica dell'avvenuto rilascio del provvedimento di autorizzazione, a pena di decadenza. Dalla data del ritiro dell'autorizzazione la Società di Gestione provvede alla iscrizione ai ruoli per il pagamento dell'imposta.

L'impianto dovrà essere installato entro i successivi 60 giorni, pena decadenza dell'atto. Trascorso tale termine, il sito potrà essere utilizzato dal Comune per altra assegnazione.

Al fine di garantire il razionale utilizzo dei siti, per gli impianti pubblicitari di tipo temporaneo l'autorizzazione dovrà prevedere la data di decorrenza del periodo prefissato e l'esatta ubicazione del sito impegnato.

Prima dell'esposizione del messaggio pubblicitario dovrà essere presentata la dichiarazione di cui all'articolo 39 del presente regolamento.

6. Il titolare dell'autorizzazione è tenuto a rispondere di tutti i danni derivanti dall'esposizione dei mezzi pubblicitari.

7. Tutti i mezzi pubblicitari devono riportare su apposita targhetta metallica, in modo leggibile, l'indicazione della ditta autorizzata e gli estremi identificativi dell'autorizzazione (il numero e la data del rilascio dell'autorizzazione).

Sono esenti dal rispetto di tale norma le targhe professionali.

I mezzi pubblicitari autorizzati devono essere tenuti in perfette condizioni di sicurezza, manutenzione e decoro.

8. L'Amministrazione comunale, previo accertamento del venire meno delle predette condizioni, diffida il titolare dell'autorizzazione e, in caso di inottemperanza nel termine dato, revoca l'autorizzazione, intimando l'immediata rimozione del mezzo, a cura e spese dell'inadempiente.

9. Nell'ipotesi in cui il mezzo pubblicitario autorizzato, per sopravvenute esigenze di interesse pubblico divenga di ostacolo alla realizzazione delle stesse il Comune potrà disporre la revoca dell'autorizzazione ed ordinare la rimozione dell'impianto senza oneri per l'Amministrazione stessa.

10. L'autorizzazione si intende tacitamente rinnovata alla scadenza triennale salvo espressa revoca della stessa, per esigenze dell'Amministrazione.

Il mancato pagamento dell'imposta sulla pubblicità comporta l'automatica decadenza

dell'autorizzazione.

11. L'autorizzazione è altresì considerata decaduta in caso di mancato pagamento, alle rispettive scadenze, del canone di locazione o di concessione stabilito ai sensi dell'articolo 6 del presente Regolamento.

12. La variazione del messaggio pubblicitario, per le insegne di esercizio, comporta la richiesta di nuova autorizzazione.

E' altresì soggetto a nuova autorizzazione lo spostamento, in altra ubicazione, di un impianto pubblicitario.

13. Il titolare di autorizzazione che intenda variare il messaggio pubblicitario riportato in un cartello o su un altro mezzo pubblicitario, deve farne domanda allegando il bozzetto del nuovo messaggio al Comune, che rilascerà nuova autorizzazione.

Trascorsi inutilmente 15 giorni l'autorizzazione si intende rilasciata (articolo 53), comma 8) del Codice della Strada).

14. La pubblicità effettuata all'interno di **stadi, impianti sportivi e ricreativi in genere, cinema, stazioni automobilistiche e di pubblici trasporti e centri commerciali** non visibile dall'esterno, non è sottoposta alla preventiva autorizzazione comunale ma è tenuta alla presentazione della dichiarazione di pubblicità ed al relativo pagamento dell'imposta, ove non esente.

ART. 7 DIVIETI E LIMITAZIONI

1. E' di regola vietata la pubblicità attraverso "segno orizzontale reclamistico" di cui all'articolo 4), comma 2), lettera f) con facoltà dell'Amministrazione di consentirne l'utilizzo occasionale per manifestazioni di pubblico interesse ed a condizione che non costituisca pericolo per la circolazione.

2. L'installazione di impianti pubblicitari previsti dal presente regolamento è vietata:

a) su suolo pubblico fino alla definitiva approvazione del Piano Generale degli Impianti. In deroga a tale divieto è consentita l'installazione di cartelli stradali e di mezzi pubblicitari a carattere **provvisorio fino all'approvazione del Piano Generale degli Impianti Pubblicitari**;

b) su aiuole ed aree a verde pubblico;

c) qualora gli impianti vadano ad interferire o possano arrecare pregiudizio ad essenze o piante protette ai sensi della Legge Regionale 13 marzo 1985, n. 7 e delle successive modificazioni ed integrazioni, dovrà essere preventivamente richiesto parere al Corpo Forestale dello Stato;

d) l'installazione degli impianti da collocarsi lungo le strade, nell'ambito ed in prossimità dei luoghi e delle cose sottoposti a vincoli di tutela delle bellezze naturali e paesaggistiche o di edifici o di luoghi di interesse storico e artistico ai sensi del Decreto Legislativo 23 dicembre 1999, n. 490, in assenza di autorizzazione rilasciata dall'ente competente alla tutela del vincolo;

e) in posizioni che interferiscano con la prospettiva frontale degli edifici destinati al culto e dei cimiteri;

f) in posizioni che comportino la copertura visiva di segnaletica stradale, di numeri civici e di targhe viarie,

g) in tutte le altre ipotesi vietate da leggi e regolamenti vigenti che si intendono integralmente richiamati.

3. La pubblicità di tipo temporaneo deve essere realizzata su impianti provvisori e non può avere una durata superiore a mesi uno.

Tale pubblicità può essere reiterata, per una durata complessiva non superiore a 90 giorni, sullo stesso sito, a condizione che non sia stata già avanzata richiesta da altri soggetti.

4. Il volantaggio è consentito su tutto il territorio urbano solo nelle forme che prevedono la consegna diretta del volantino nelle mani del destinatario del messaggio pubblicitario.

5. È vietata l'esposizione pubblicitaria il cui contenuto:

a) contenga stereotipi e disparità di genere, veicoli messaggi sessisti, violenti o rappresenti la mercificazione del corpo femminile.

b) sia lesivo del rispetto delle libertà individuali, dei diritti civili e politici, del credo religioso, dell'appartenenza etnica, dell'orientamento sessuale e dell'identità di genere, delle abilità fisiche e psichiche.

c) promuova il gioco d'azzardo.

ART. 8 DEROGHE ALLE DISTANZE

(Art. 51, comma 4 del D.P.R. 16 dicembre 1992, n. 495)

1. Fermi restando i divieti stabiliti dall'articolo 51, comma 3 del Decreto del Presidente della Repubblica 16 dicembre 1992, n. 495 - Regolamento di esecuzione e di attuazione del nuovo Codice della Strada, così come modificato dal **Decreto del Presidente della Repubblica 16 settembre 1996, n. 610** il Comune dispone le seguenti deroghe relative a distanze:

DISTANZA MIN. DA INTERSEZIONI (in ml.)

SEMAFORIZZATA NON SEMAFORIZZATA

Prima dell'intersezione Dopo l'intersezione Prima dell'intersezione Dopo l'intersezione

(1) 25 anziché 30 o 50 15 anziché 25 15 10

La deroga non si applica alle strade ad alto scorrimento, dove sono previsti metri 50 prima e metri 25 dopo l'intersezione.

DISTANZA MIN. DA SEGNALE DI PERICOLO, PRESCRIZIONE E INDICAZIONE (in ml.)

Prima dell'intersezione Dopo l'intersezione

(1) 20 anziché 25 15 anziché 25

La deroga non si applica alle strade ad alto scorrimento, dove sono previsti metri **50** prima e metri **25** dopo il segnale

DISTANZA MIN. DA PASSAGGI PEDONALI (in ml.)

NON SU INTERSEZIONE E NON SEMAFORIZZATI

Prima Dopo

(1) 12,5 anziché 25 12,5 anziché 25

DISTANZA MIN. DA IMBOCCHI DI GALLERIE E SOTTOPASSI (in ml.)

(1) 50 anziché 100

NOTE :

(1) Le deroghe relative alle distanze dai cartelli si applicano a tutti i tipi di impianti a suolo, in appoggio, in aderenza ai fabbricati, in sopraelevazione a recinzioni, striscioni, ecc.

ART. 9 MODALITÀ DI INSTALLAZIONE DELLE INSEGNE DI ESERCIZIO

1. L'installazione di insegne di esercizio di cui all'articolo 4), lettera a) del tipo **monofacciale**, con sporgenza massima cm. 12 dal filo di facciata, è ammessa:

a) negli spazi all'uopo riservati e già previsti in sede di progettazione delle opere o nell'apposita fascia porta insegna;

b) nello spazio sopra luce, limitatamente alle insegne realizzate a lettere singole scatolate senza pannello di fondo, a neon filiforme o con decorazione su vetro. È consentita l'installazione di cassonetti luminosi od opachi a condizione che non vengano compromessi i requisiti illuminotecnici e di aerazione stabiliti da normative specifiche.

Gli impianti di cui al presente punto b) dovranno essere in ogni caso contenuti all'interno dei vani preesistenti sulle murature e non sporgenti rispetto ad esse;

c) sulla facciata al piano terra, limitatamente alle insegne realizzate a lettere singole senza pannello di fondo, opache o retroilluminate, a condizione che non vengano compromesse le caratteristiche architettoniche dell'edificio;

d) limitatamente alle "Zone Omogenee D" sono consentiti impianti a cassonetto luminosi sul tetto dell'edificio, nel quale ha sede l'attività pubblicizzata;

e) all'interno della vetrina;

f) sulle vetrine, sui vani-finestra ai piani terra e primo, limitatamente alle insegne realizzate a neon filiforme che devono essere protette con schermatura trasparente.

L'installazione delle suddette insegne al piano primo non è consentita nel caso di edifici con vincolo di mantenimento della facciata.

2. L'installazione delle insegne di esercizio, di cui all'articolo 4), lettera a), del tipo **bifacciale** c.d. "**a bandiera**", è ammessa esclusivamente nelle "Zone Omogenee D", su facciata al piano terreno, al di sotto della fascia marcapiano se esistente, ad una altezza non inferiore a ml. 3,00 in presenza di marciapiede ed arretrata di ml. 0,50 dal filo esterno dello stesso, e a ml. 4,50 in assenza di marciapiede.

3. In tutto il territorio comunale è consentita l'installazione di insegne di pubblica utilità anche del tipo a bandiera, purché della dimensione prevista dalla normativa specifica in materia (relative a Farmacie, Tabacchi, Croce Gialla, Poste e Telegrafi, Polizia, Stazione).

4. L'installazione di targhe e insegne concernenti le professioni sanitarie e le arti ausiliarie è soggetta al rispetto della Legge n. 175/92.

5. Le insegne "a bandiera" di cui al punto 2) del presente articolo non sono di norma ammesse nelle "Zone Omogenee A" e "B".

Per dette zone è consentita l'installazione di piccole tabelle opache (non luminose), appese o con distanziali dal muro, ove queste siano compatibili con l'architettura degli edifici e dell'ambiente nel quale vengono inserite.

6. Nelle "Zone Omogenee E" ricadenti all'interno del Parco del Conero si rinvia alla normativa specifica.

Nelle restanti aree della "Zona Omogenea E", sentita la Commissione Edilizia, è consentita l'apposizione di cartelli che pubblicizzano attività economiche presenti nella zona.

7. Con l'esclusione delle "Zone Omogenee A", negli interventi di nuova costruzione, di demolizione e ricostruzione e di ristrutturazione, possono essere consentite insegne di tipologia diversa da quella prevista dai precedenti articoli, purché l'inserimento delle insegne avvenga in modo organico con la progettazione dell'intero edificio.

8. Le insegne **su palo** sono vietate nelle "Zone Omogenee A" ed "E".

Nelle restanti zone le insegne su palo potranno essere realizzate esclusivamente su area privata e secondo le seguenti caratteristiche:

a) il palo comprensivo dell'insegna dovrà avere altezza massima non superiore a ml. 4,00;

b) la proiezione dell'insegna dovrà ricadere interamente all'interno dell'area privata;

c) la superficie dell'insegna non dovrà essere superiore a mq. 1,50.

Limitatamente alle "Zone Omogenee D" E' consentito autorizzare impianti pubblicitari con dimensioni superiori, in deroga ai parametri di cui sopra, quando gli stessi rendano inefficaci le funzioni pubblicitarie in relazione alle caratteristiche dei luoghi.

9. Le insegne su palo sul tetto dovranno essere progettate da tecnici abilitati ed i relativi elaborati dovranno contenere particolari costruttivi e strutture di sostegno.

ART. 10

TARGHE PROFESSIONALI

1. L'installazione di targhe professionali è ammissibile su parete, limitatamente ai piani terra degli edifici, con dimensione massima di cm. 30x40.
Dovranno essere opache e non dovranno sporgere dal muro oltre i cm 5.
In presenza di più targhe, le stesse dovranno essere contenute in apposito portatarghe della larghezza massima di cm. 40.
2. Nelle "Zone Omogenee A" e per gli edifici di particolare valore storico ed architettonico, le targhe dovranno essere realizzate in metallo consono al rivestimento dell'edificio od in materiale trasparente e distanziate dal muro, con appositi distanziatori.
3. Nelle "Zone Omogenee D" sono consentite targhe di dimensioni maggiori.
4. Le targhe riferite a professioni sanitarie sono autorizzate previa presentazione della specifica autorizzazione del competente ordine professionale.

ART. 11

MODALITÀ DI INSTALLAZIONE DELLE PREINSEGNE (Art. 4b)

1. L'installazione delle preinsegne è vietata all'interno delle "Zone Omogenee A", "B" ed "E".
Nelle restanti zone l'installazione è ammessa secondo le caratteristiche prescrizioni di cui all'articolo 51, comma 4 del Regolamento al Codice della Strada così come sostituito dall'articolo 41 del Decreto del Presidente della Repubblica 16 settembre 1996, n. 610 e tenuto conto delle deroghe di cui all'articolo 8 del presente regolamento.
2. Sulla stessa struttura di sostegno è ammesso l'abbinamento di un numero massimo di sei preinsegne per ogni senso di marcia a condizione che le stesse abbiano la stessa dimensione e costituiscono oggetto di un'unica autorizzazione.

ART. 12

MODALITÀ DI INSTALLAZIONE DEI CARTELLI ILLUMINATI PER AFFISSIONE MANIFESTI (Art. 4d)

1. L'installazione di cartelli opachi o illuminati di cui all'articolo 4), lettera d) è ammessa:
 - a) su frontespizi nudi e ciechi di edifici, e cioè privi di finestre, di decorazioni, di rivestimenti, distanziati dalla parete di almeno cm. 5;
 - b) su ponteggi ed impalcature di cantieri in attività per la durata dei lavori;
 - c) in sopraelevazione a recinzioni ed allineata alle stesse.
2. Per le esposizioni di cui alla precedente lettera d) la distanza minima di installazione dal limite della carreggiata o dal limite esterno della banchina deve essere di almeno ml. 1,50 in assenza di marciapiede.

ART. 13

MODALITÀ DI INSTALLAZIONE DEGLI STRISCIONI (Art. 4e)

1. L'installazione di striscioni di cui all'articolo 4), lettera e), è ammessa per il periodo di tempo consentito dal Regolamento al Codice della Strada:

- a) in sequenza rettilinea a distanza non inferiore a ml. 50 tra uno striscione e l'altro;
- b) in numero non superiore a 5 mezzi recanti lo stesso messaggio e per lo stesso periodo, anche se con istanza avanzata da soggetti diversi;
- c) ad un'altezza di base non inferiore a m. 5.10 dal suolo.

2. L'installazione degli striscioni è vietata con ancoraggio, anche di uno solo dei punti di aggancio a:

- a) alberi;
- b) finestre e balconi;
- c) impalcature o ponteggi dei cantieri edili;
- d) inferriate;
- e) pali della segnaletica stradale;
- f) targhe viarie.

3. La modifica di ubicazione del mezzo o del periodo di esposizione equivale a nuova istanza di autorizzazione a tutti gli effetti.

ART. 14 SEGNO ORIZZONTALE RECLAMISTICO

1. La pubblicità attraverso il segno orizzontale reclamistico così come definito all'articolo 4, lettera f), può essere consentito dall'Amministrazione Comunale in occasione di particolari manifestazioni di interesse generale ed a condizione che tali impianti non ingenerino confusione con la segnaletica orizzontale e non siano di pericolo per la circolazione.

ART. 15 MODALITÀ DI INSTALLAZIONE DEGLI IMPIANTI PUBBLICITARI DI SERVIZIO

1. L'installazione degli impianti pubblicitari di servizio come definiti all'articolo 4, lettera g) è consentita solamente su supporti installati dagli enti di gestione dei relativi servizi ed a condizione che i supporti siano predisposti a contenere i pannelli pubblicitari sia opachi che illuminati.

2. La gestione di tali impianti può essere affidata ad imprese private, previa pubblicazione di bando di gara, nel rispetto delle norme in vigore, con facoltà per l'Amministrazione di operare la propria scelta tenendo conto della economicità e della qualità del prodotto offerto.

La durata della convenzione sarà stabilita di volta in volta a seconda dell'impegno finanziario che il privato dovrà sostenere per accedere alla gestione del servizio.

3. L'Amministrazione comunale si riserva la facoltà di affidare la gestione degli impianti pubblicitari di servizio mediante l'espletamento di singole gare d'appalto per ciascuna tipologia di impianto. Il rapporto con la ditta affidataria sarà regolato da apposita convenzione.

La durata dell'affidamento in gestione sarà stabilito di volta in volta e terrà conto anche dell'impegno finanziario che il privato dovrà sostenere per accedere alla gestione del servizio.

ART. 16

MODALITÀ DI INSTALLAZIONE DEI PANNELLI ELETTRONICI O MECCANICI A MESSAGGIO VARIABILE

1. L'installazione dei cassonetti luminosi a messaggio variabile di cui all'articolo 4), lettera i), è ammessa ad un'altezza minima di ml. 2,50 dal suolo:

- a) su frontespizi nudi e ciechi di fabbricati privi di finestre e di decorazioni;
- b) in sopraelevazione a recinzioni allineati alle stesse;
- c) su strutture autoportanti a condizione che la distanza minima di installazione dal limite della carreggiata o dal limite esterno della banchina sia di almeno ml. 1,50 sia in presenza che in assenza di marciapiede.

2. I pannelli elettronici o meccanici a messaggio variabile devono essere progettati, realizzati, ubicati e gestiti in modo che i livelli di luminosità emessi non rechino molestia o danno alle persone ed all'ambiente circostante.

La scelta dei colori della pubblicità dovrà avvenire in conformità all'articolo 23 del Codice della Strada.

La variazione del messaggio pubblicitario dovrà avvenire in dissolvenza, con tempo di permanenza dei singoli messaggi non inferiore a 3 minuti primi.

ART. 17

TOTEM

1. Appartengono a questa categoria quegli impianti a messaggio pubblicitario con periodo di esposizione sia determinato che indeterminato.

Tali impianti avranno idonei supporti le cui strutture dovranno essere progettate da un tecnico abilitato che attesti, tra l'altro, la resistenza agli eventi atmosferici.

2. La forma geometrica potrà essere definita caso per caso; l'Amministrazione potrà autorizzare tali impianti quando questi si inseriscono in modo armonico nell'ambiente; avendo caratteristiche di eccezionalità saranno ammissibili solo nelle "Zone Omogenee C" e "D" per quelli "a tempo indeterminato".

Tale limitazione non sussiste per quelli "a tempo determinato"; è facoltà dell'Amministrazione Comunale autorizzare tali impianti in occasione di manifestazioni di particolare richiamo.

ART. 18

PUBBLICITÀ EFFETTUATA CON VEICOLI

1. L'esposizione sui veicoli di pubblicità non luminosa è ammessa, salvo quanto previsto ai successivi commi 2) e 3) unicamente se non effettuata per conto terzi a titolo oneroso e se realizzata con sporgenze non superiori a 3 cm. Rispetto alla superficie del veicolo sulla quale è applicata, fermi restando i limiti previsti dall'articolo 61 del Decreto Legislativo 30 aprile 1992, n. 285 (**Nuovo Codice della Strada**).

Sulle autovetture ad uso privato è ammessa unicamente l'esposizione del marchio e della ragione sociale della ditta cui appartiene il veicolo.

2. La pubblicità non luminosa per conto terzi è ammessa sui veicoli adibiti al trasporto di linea di persone alle seguenti condizioni:

- a) che non sia realizzata mediante messaggi variabili;
- b) che non sia esposta sulla parte anteriore del veicolo;

c) che sulle altre parti del veicolo sia posizionata, rispetto ai dispositivi di segnalazione visiva e di illuminazione ed alle targhe, in modo tale da non ridurre la visibilità e la percettibilità degli stessi;

d) che sia contenuta entro forme geometriche regolari;

e) che, se realizzata mediante pannelli aggiuntivi, gli stessi non sporgano di oltre **3 cm.** rispetto alla superficie sulla quale sono applicati.

3. La pubblicità non luminosa per conto terzi è ammessa sui veicoli adibiti al servizio taxi alle seguenti condizioni:

a) che sia realizzata con un pannello rettangolare piano bifacciale, saldamente ancorato al di sopra dell'abitacolo del veicolo e posto in posizione parallela al senso di marcia;

b) che il pannello abbia le dimensioni esterne non superiori a **75x35 cm.**

c) che non sia realizzata mediante messaggi variabili.

a) L'esposizione di scritte e messaggi pubblicitari rifrangenti è ammessa sui veicoli unicamente alle seguenti condizioni:

a) che la pellicola utilizzata abbia caratteristiche di rifrangenza non superiori a quelle della classe 1;

b) che la superficie della parte rifrangente non occupi più di due terzi della fiancata del veicolo e comunque non sia superiore a 3 mq;

c) che il colore bianco sia contenuto in misura non superiore ad un sesto della superficie;

d) che sia esposta unicamente sui fianchi del veicolo a distanza non inferiore a 70 cm dai dispositivi di segnalazione visiva;

e) in tutti i casi, le scritte, i simboli e la combinazione dei colori non devono generare confusione con i segnali stradali e, in particolare, non devono avere forme di disco o di triangolo, né disegni confondibili con i simboli segnaletici regolamentari di pericolo, obbligo, prescrizione o indicazione.

5. All'interno dei veicoli è proibita ogni scritta o insegna luminosa pubblicitaria che sia visibile, direttamente o indirettamente, dal conducente o che comunque possa determinare abbagliamento o motivo di confusione con i dispositivi di segnalazione visiva e di illuminazione dei veicoli stessi.

6. Le disposizioni di cui ai commi precedenti con si applicano ai veicoli al seguito delle competizioni sportive autorizzate ai sensi dell'articolo 9 del Decreto Legislativo 30 aprile 1992, n. 285 (**Nuovo Codice della Strada**).

7. Lo stazionamento, ai fini pubblicitari, di veicoli speciali, semoventi, o rimorchi, da parificare agli impianti fissi, potrà essere effettuata nel rispetto dei parametri minimi di distanze e di ubicazione di cui ai precedenti articoli del presente regolamento.

ART. 19

DISCIPLINA DELLA PUBBLICITÀ SONORA

1. La pubblicità sonora itinerante è sempre vietata.

2. La pubblicità sonora in forma fissa può essere effettuata soltanto durante gli orari di seguito indicati e, in ogni caso, con intervalli di almeno quindici minuti ogni quindici minuti di pubblicità:

a) dal 01/06 al 31/08: dalle ore 09.00 alle ore 12.00 e dalle ore 17.00 alle ore 20.00;

b) dal 01/09 al 31/05: dalle ore 09.00 alle ore 13.00 e dalle ore 16.00 alle ore 19.00.

3. La pubblicità sonora è sempre vietata a distanza minore di 200 metri da ospedali, cliniche, istituti geriatrici, da cimiteri e da scuole di ogni ordine e grado, durante l'orario di lezione.

4. E' vietato effettuare pubblicità sonora con autoveicoli, motoveicoli, rimorchi e ciclomotori fermi o in movimento, se non per diffusione di messaggi di pubblico

interesse disposti dal Sindaco o dall'autorità di pubblica sicurezza ai sensi dell'articolo 59 del Regolamento al Codice della Strada.

5. Il divieto non si applica per la propaganda elettorale.

CAPO II

PUBBLICHE AFFISSIONI

ART. 20

SERVIZIO OBBLIGATORIO

1. Il servizio delle pubbliche affissioni costituisce servizio obbligatorio per l'affissione, a cura del Comune, di manifesti di qualunque materiale contenenti comunicazioni aventi finalità istituzionali e sociali o comunque prive di rilevanza economica.

2. Il servizio provvede altresì all'affissione di messaggi diffusi nell'esercizio di attività economiche.

ART. 21

TIPOLOGIA E QUANTITÀ DEGLI IMPIANTI PUBBLICITARI

1. Gli impianti pubblicitari possono essere costituiti da: quadri in lamiera zincata a caldo, con cornici in mezzotondo di ferro zincato verniciato a caldo nelle misure adatte per ogni posizione; stendardi in ferro zincato al caldo a una o due piantane nelle misure di ml. 1x1,40 - ml. 2x1,40 - ml. 3x1,40 - ml. 1,40x2; poster da ml. 6x3; tralicci in ferro zincato a caldo polifacciali, con cimase in masonite verniciata con lo stemma del Comune e la scritta "Servizio pubbliche affissioni" che dovrà essere posta in evidenza su tutti gli impianti adibiti a pubbliche affissioni.

2. La superficie degli impianti pubblicitari da destinare alle affissioni deve raggiungere i mq. 10.000 complessivi, misura rispettosa delle proporzioni e dei minimi indicati dal comma 3 dell'articolo 18 del Decreto Legislativo 15 novembre 1993, n. 507.

3. La superficie totale degli impianti pubblicitari di cui al comma precedente, è da destinare, per il 75% alle affissioni di natura commerciale, per il 15% alle affissioni di natura istituzionale e per il 10% alla attribuzione a soggetti privati, comunque diversi dall'eventuale concessionario del servizio pubblico, per l'effettuazione di affissioni dirette.

ART. 22

CRITERI PER LA REALIZZAZIONE DEL PIANO GENERALE DEGLI IMPIANTI

1. Il piano generale degli impianti pubblicitari è redatto in conformità ai seguenti criteri:
a) ogni centro abitato, come definito dall'articolo 3 del Decreto Legislativo 30 aprile 1992, n. 285, esistente nel territorio comunale deve essere dotato di impianti pubblicitari destinati alle affissioni di comunicazioni istituzionali, sociali o comunque prive di rilevanza economica;

b) i centri abitati di cui sopra sono dotati anche di impianti pubblicitari per l'affissione di messaggi diffusi nell'esercizio dell'attività commerciale e, se del caso, gli impianti da attribuire a soggetti privati, comunque diversi dall'eventuale concessionario del servizio, per l'effettuazione di affissioni dirette;

c) le dotazioni dei centri abitati sono fatte in misura proporzionale agli impianti rispettando, per quanto possibile, le percentuali indicate nell'articolo precedente.

d) l'individuazione dell'allocazione di ciascun impianto è fatta in planimetria in scala adeguata indicando con opportuna simbologia:

- gli impianti esistenti destinati alle affissioni non commerciali;
- gli impianti esistenti destinati alle affissioni commerciali;
- gli impianti esistenti destinati all'attribuzione per affissioni dirette;
- gli impianti da collocare eventualmente entro il biennio successivo all'anno di approvazione di questo regolamento per raggiungere il totale complessivo e categoriale delle superfici indicate all'articolo precedente.

La simbologia deve essere tale da evidenziare sempre il tipo, le dimensioni e la destinazione degli impianti di cui trattasi.

e) nel caso di allargamento di centri abitati per il realizzo di piani particolareggiati o lottizzazioni convenzionate le dotazioni di impianti pubblicitari dei centri stessi debbono essere verificate per l'eventuale adeguamento all'intervenuto incremento residenziale;

f) in ordine agli impianti esistenti, il piano provvede alla individuazione di quelli per i quali si intende necessaria la sostituzione e gli altri che necessitano di interventi manutentivi anche ai fini dell'estetica cittadina e della dignità espositiva.

La rilevazione è accompagnata dai preventivi delle spese necessarie che possono essere eventualmente ripartite in più esercizi a seconda del loro ammontare;

g) nel caso in cui il servizio sia dato in concessione, provvede alle sostituzioni e manutenzioni straordinarie di cui al punto g) il concessionario stesso a sue spese, fermo restando che gli impianti nuovi divengono di proprietà del Comune dal loro primo utilizzo.

2. Dopo l'approvazione da parte del Consiglio Comunale del previsto piano di settore, entro i successivi 90 giorni, sarà ri-adottata una nuova stesura del presente regolamento per approvare le eventuali modifiche necessarie per l'adeguamento alle N.T.A. del futuro previsto Piano.

ART. 23

FINANZIAMENTO DEL PIANO

1. Il Consiglio Comunale nell'approvare il piano può vincolare al finanziamento delle spese necessarie per la sua realizzazione, una percentuale del gettito normale del provento dei diritti sulle pubbliche affissioni, in aggiunta ai proventi delle sanzioni amministrative vincolati per legge ai sensi della norma contenuta nel comma 5 dell'articolo 24 del Decreto Legislativo 15 novembre 1993, n. 507.

Nel bilancio preventivo sono evidenziati gli specifici stanziamenti.

ART. 24

TIMBRATURA MANIFESTI

1. I manifesti affissi dovranno essere preventivamente contrassegnati in ogni copia a cura dell'Ufficio Affissioni con speciale timbro portante, oltre all'indicazione dell'Ufficio medesimo, anche la data di scadenza dell'affissione.
2. E' data facoltà al committente di indicare le zone su cui concentrare, anche in parte, le affissioni. Può essere concesso al committente, su richiesta, di provvedere in proprio all'affissione per un massimo del 30% dei manifesti timbrati, in questo caso va data indicazione della modalità di utilizzo degli spazi disponibili.

ART. 25

ELENCO DELLE POSIZIONI

1. Come stabilito dall'articolo 22 del Decreto Legislativo 15 novembre 1993, n. 507, l'elenco delle posizioni con i quantitativi dei manifesti affissi e, a richiesta, messo a disposizione del committente nello stesso giorno del completamento dell'esecuzione dell'affissione stessa.
Il predetto elenco è recapitato agli utenti a mezzo del servizio postale quando i medesimi, unitamente alla richiesta, consegnino apposita busta completa anche dell'affrancatura.

ART. 26

MANTENIMENTO DELL'EFFICACIA DELLE AFFISSIONI

1. Per consentire il mantenimento dell'efficacia delle affissioni eseguite, i committenti potranno fornire, all'atto dell'invio o della presentazione della commissione, unitamente alla consegna dei manifesti nel numero per il quale si richiede l'affissione, anche una scorta di ricambio, a seconda della durata delle affissioni medesime.
2. I manifesti di scorta sono distrutti dopo almeno 7 giorni dalla scadenza del periodo di affissione.
3. Nel caso che non si disponga della scorta predetta o essa sia esaurita, l'Ufficio, verificandosi l'esigenza della sostituzione dei manifesti affissi, ne dà comunicazione al richiedente anche via fax nello stesso giorno in cui viene a conoscenza della loro asportazione totale o parziale.
4. La disponibilità degli spazi di cui trattasi viene a cessare anticipatamente se l'interessato non comunica l'invio dei manifesti richiesti nei due giorni successivi.
5. Per quanto concerne la manutenzione dell'affissione durante l'intero periodo per il quale sono stati pagati i diritti relativi, il Comune, oltre a quanto previsto nei commi precedenti, non assume alcuna responsabilità per i danni eventualmente arrecati da terzi ai manifesti già affissi.

ART. 27

DIRITTO SULLE PUBBLICHE AFFISSIONI

1. Il diritto sulle pubbliche affissioni è applicato con le modalità previste dall'articolo 19 del Decreto Legislativo 15 novembre 1993, n. 507.

ART. 28

RIDUZIONE DEL DIRITTO

1. La tariffa è ridotta alla metà per le affissioni di cui all'articolo 20 del Decreto Legislativo 15 novembre 1993, n. 507.
2. Per le affissioni di cui alle lettere a), b), e d) di cui all'articolo 20 del Decreto Legislativo 15 novembre 1993, n. 507 è possibile beneficiare della riduzione del diritto a condizione che il richiedente dimostri, se necessario, anche mediante esibizione dello Statuto o altro documento utile, di non avere oggetto esclusivo o principale, l'esercizio di attività Commerciali.
3. La concessione della riduzione della tariffa prevista dalla lettera c) dell'articolo 20 del Decreto Legislativo 15 novembre 1993, n. 507 è subordinata alla presentazione di documentazione dalla quale risulti in modo certo la partecipazione o il patrocinio di Enti pubblici territoriali.
4. Nessuna documentazione è richiesta per la riduzione di cui alla lettera a) del citato Decreto Legislativo 15 novembre 1993, n. 507 (annunci mortuari).

ART. 29 ESENZIONE DEL DIRITTO

1. E' concessa l'esenzione del pagamento del diritto sulle pubbliche affissioni in tutti i casi previsti dall'articolo 21 del Decreto Legislativo 15 novembre 1993, n. 507.

ART. 30 MODALITÀ DI ESPLETAMENTO DEL SERVIZIO DI PUBBLICHE AFFISSIONI

1. Per quanto non previsto dal presente regolamento, l'espletamento del servizio pubbliche affissioni è effettuato con le modalità ed i criteri di cui all'articolo 22 del Decreto Legislativo 15 novembre 1993, n. 507.
2. Gli annunci mortuari relativi a decessi avutisi nella giornata prefestiva o festiva possono essere affissi direttamente durante la giornata festiva dalle Agenzie funebri o dai parenti del deceduto negli appositi spazi riservati a tale tipo di manifesti.

ART. 31 SPOSTAMENTO DEGLI IMPIANTI

1. Il Comune, anche se il servizio è gestito in concessione, si riserva la facoltà di disporre lo spostamento in altre posizioni dei quadri, cartelli, striscioni, stendardi ed altro materiale destinato alle pubbliche affissioni quando si abbiano situazioni di forza maggiore o per imprevedibili e dichiarate esigenze pubbliche.
2. Chiunque, per lavori o altre cause, effettui rimozioni o spostamento di impianti, assumerà a proprio totale carico ogni onere conseguente ai danni arrecati agli stessi e alla loro messa a dimora nelle posizioni originarie o in quelle indicate dagli uffici competenti.

CAPO III

IMPOSTA COMUNALE SULLA PUBBLICITÀ

ART. 32

PRESUPPOSTO DI IMPOSTA - FORME DI PUBBLICITÀ

1. E' soggetta all'imposta sulla pubblicità la diffusione di messaggi pubblicitari effettuata attraverso mezzi di comunicazione visivi o acustici, diversi da quelli assoggettati al diritto sulle pubbliche affissioni, in luoghi pubblici o aperti al pubblico o che sia da tali luoghi percepibile.

2. Sono rilevanti, per l'applicazione dell'imposta, i messaggi finalizzati a migliorare l'immagine del soggetto pubblicizzato ovvero diffusi, allo scopo di promuovere la domanda di beni o servizi, nell'esercizio di un'attività economica. Tale è da ritenersi lo scambio di beni o la produzione di servizi effettuati nell'esercizio di un'impresa o di arti o professioni, nonché ogni altra attività suscettibile di valutazione economica, anche se esercitata occasionalmente da soggetto che per natura o statuto non si prefigge scopo di lucro.

3. Costituisce messaggio pubblicitario qualsiasi figura, fregio, guarnizione, spazio, anche se privi di scritta, quando sia evidente una funzione che supporti o integri la reclamizzazione di un particolare bene o servizio.

3/bis. In merito ai contenuti del messaggio pubblicitario e all'autodisciplina della comunicazione commerciale:

b) al committente di una pubblica affissione deve essere richiesta preventivamente la sottoscrizione di un'apposita clausola di accettazione del Codice di Autodisciplina Pubblicitaria, con particolare riferimento ai principi in esso espressi in materia di dignità delle persone dagli art.9 (che impedisce il ricorso in pubblicità ad affermazioni o rappresentazioni di violenza fisica o morale o tali che, secondo il gusto o la sensibilità dei consumatori, debbano ritenersi indecenti, volgari o ripugnanti) e 10 (secondo cui la pubblicità non deve offendere le convinzioni morali, civili e religiose dei cittadini e deve rispettare la dignità delle persone in tutte le sue forme ed espressioni evitando ogni forma di discriminazione, compresa quella di genere).

c) In presenza di sottoscrizione della clausola di accettazione del Codice di Autodisciplina Pubblicitaria la Concessionaria incaricata dell'applicazione dell'Imposta di pubblicità e dei diritti sulle pubbliche affissioni, trasmettono all'Istituto dell'Autodisciplina Pubblicitaria (IAP), anche su segnalazione dei cittadini, le comunicazioni commerciali ritenute lesive dei principi espressi in particolare dagli art.9 e 10 del Codice stesso (tra cui le comunicazioni lesive della dignità della donna, che contengano immagini o rappresentazioni di violenza contro le donne o che incitino ad atti di violenza sulle donne) al fine di una tempestiva valutazione da parte dello IAP in funzione dell'eventuale inibizione di comunicazioni commerciali contrarie al Codice mediante ingiunzione di desistenza.

4. In relazione alla forma dei mezzi di comunicazione, la pubblicità si distingue in:

a) Pubblicità Ordinaria, se trattasi di pubblicità effettuata mediante insegne, cartelli, locandine, targhe, stendardi, apposite strutture adibite ad affissioni dirette di manifesti e simili, anche per conto altrui, o qualsiasi altro mezzo non previsto dalle successive lettere;

b) Pubblicità effettuata con veicoli, se trattasi di pubblicità visiva, effettuata per conto proprio o altrui all'interno e all'esterno di veicoli in genere, di vetture autofilotranviarie, di uso pubblico o privato ;

c) Pubblicità effettuata con pannelli luminosi e proiezioni, se trattasi di pubblicità effettuata per conto altrui 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; oppure di pubblicità realizzata in luoghi pubblici o aperti al pubblico attraverso diapositive, proiezioni luminose o cinematografiche effettuate su schermi o pareti riflettenti;

d) Pubblicità varia, se trattasi di pubblicità realizzata con striscioni o altri mezzi similari che attraversano strade o piazze; di pubblicità effettuata da aeromobili mediante scritte, striscioni, disegni fumogeni, ivi compresa quella eseguita su specchi d'acqua limitrofi al territorio comunale; di pubblicità eseguita con palloni frenati e simili; di pubblicità effettuata mediante persone circolanti con cartelli o altri mezzi pubblicitari; di pubblicità effettuata a mezzo di apparecchi amplificatori e simili.

ART. 33 TARIFFE

1. Le tariffe dell'imposta sulla pubblicità sono applicate nella misura stabilita dal Decreto Legislativo 15 novembre 1993, n. 507 e da eventuali modificazioni ed integrazioni che dovessero essere stabilite per legge.

ART. 34 SOGGETTO PASSIVO

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

Lo stesso soggetto è obbligato esclusivo al pagamento della tassa per l'occupazione del suolo pubblico e/o del canone di concessione o di locazione, ove ne sussistono i presupposti.

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

ART. 35 MODALITÀ DI APPLICAZIONE DELL'IMPOSTA

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

2. Sono esclusi dal calcolo della superficie soggetta a tassazione i sostegni (piedi, pali, zanche, supporti, cornici, ecc.), purché strutturali al mezzo e privi di finalità pubblicitaria.

3. La superficie imponibile del mezzo pubblicitario è data e definita dalla concessione o dall'autorizzazione, al netto di ogni elemento accessorio.

Non ha effetto tributario l'eventuale diminuzione della superficie geometrica eseguita dal titolare successivamente all'installazione dell'impianto pubblicitario e senza il consenso del Comune.

L'eventuale aumento della superficie geometrica eseguita dal titolare senza il consenso del Comune obbliga, viceversa, al pagamento dei maggiori tributi e delle

altre somme per l'ulteriore spazio pubblicitario utilizzato ed occupato.
Rimane salvo, in ogni caso, il potere del Comune dell'intervento repressivo e ripristinatorio.

4. Le superfici inferiori ad un metro quadrato si arrotondano - per eccesso - al metro quadrato e le frazioni di esso, oltre il primo, al mezzo quadrato; sono esenti le superfici inferiori a 300 (trecento) centimetri quadrati.

5. Per il mezzo pubblicitario avente dimensioni volumetriche (ad es. il globo), l'imposta è calcolata in base alla superficie complessiva risultante dallo sviluppo del minimo solido geometrico nel quale può essere circoscritto il mezzo stesso.

6. Per il mezzo pubblicitario polifacciale, l'imposta è calcolata in base alla superficie complessiva adibita per la pubblicità.

7. I festoni di bandierine e simili, nonché i mezzi di identico contenuto, ovvero riferibili al medesimo soggetto passivo – collocati in connessione tra di loro - si considerano, agli effetti del calcolo della superficie, come un unico mezzo pubblicitario.

Non sono considerati in connessione i mezzi pubblicitari situati in località diverse seppure adiacenti, in quanto determinano una discontinuità percettiva della pubblicità.

8. L'iscrizione pubblicitaria costituita da singole lettere, anche se collocate a distanza tra di loro, è assoggettata ad imposizione in base alla superficie della figura geometrica entro il quale l'iscrizione è circoscritta per l'intero suo sviluppo.

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

ART. 36 RIDUZIONI

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

a) Per la pubblicità effettuata da comitati, associazioni, fondazioni e da ogni altro ente che non abbia lo scopo di lucro a condizione che gli stessi non esercitino attività suscettibile di valutazioni economiche, anche occasionale. La riduzione si applica anche all'operatore pubblicitario che dispone del mezzo di diffusione del messaggio, dichiarando di effettuare la pubblicità nell'interesse di uno dei suddetti soggetti giuridici;

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 degli enti pubblici territoriali.

Il patrocinio o la partecipazione dell'ente pubblico territoriale devono essere certificati, ai fini della riduzione, con atto formale dell'amministrazione.

Per gli enti pubblici appartenenti a Stati Esteri, la riduzione viene applicata solo nei casi di norme che prevedano analogo trattamento fiscale ;

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

2. Nella ipotesi in cui i mezzi pubblicitari contengano, oltre ai messaggi relativi alle manifestazioni da pubblicizzare, anche l'indicazione di persone, ditte o società che hanno contribuito all'organizzazione delle stesse, si applica la riduzione se:

a) il soggetto passivo in via principale è ricompreso nell'elenco degli enti, di cui alla lettera a) del comma 1;

b) gli altri soggetti pubblicizzati siano enti pubblici territoriali che patrocinino o partecipino alla realizzazione della manifestazione, ai sensi della lettera b) del comma 1.

ART. 37

ESENZIONI

1. Sono esenti dall'imposta:

- a) la pubblicità realizzata all'interno dei locali adibiti alla vendita di beni o alla prestazione di servizi, quando si riferisca all'attività negli stessi esercitata, nonché i mezzi pubblicitari - ad eccezione delle insegne - esposti nelle vetrine e sulle porte d'ingresso degli esercizi medesimi purché siano attinenti all'attività in essi esercitata e non superino, nel loro insieme, la superficie complessiva di mezzo metro quadrato per ciascuna vetrina o ingresso;
- b) gli avvisi al pubblico, esposti nelle vetrine o sulle porte d'ingresso dei locali o - in mancanza - nelle immediate adiacenze del punto di vendita e relativi all'attività svolta, nonché quelli riguardanti la localizzazione e l'utilizzazione dei servizi di pubblica utilità - che non superino la superficie di mezzo metro quadrato - e quelli riguardanti la locazione o la compravendita degli immobili sui quali sono affissi, di superficie non superiore ad un quarto di metro quadrato;
- c) la pubblicità comunque effettuata all'interno, sulle facciate esterne o sulle recinzioni dei locali di pubblico spettacolo, qualora si riferisca alle rappresentazioni in programmazione;
- d) la pubblicità, escluse le insegne, relativa ai giornali ed alle pubblicazioni periodiche, se esposta sulle facciate esterne delle edicole o nelle vetrine o sulle porte di ingresso dei negozi ove si effettua la vendita;
- e) la pubblicità inerente l'attività esercitata, esposta all'interno delle stazioni dei servizi di trasporto pubblico, nonché le tabelle esposte all'esterno delle stazioni stesse o lungo gli itinerari di viaggio, per le parti contenenti informazioni relative alle modalità di effettuazione del servizio;
- f) la pubblicità esposta all'interno delle vetture ferroviarie, degli aerei e delle navi;
- 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 dei comitati, delle associazioni, delle fondazioni e di ogni altro ente che non persegue scopo di lucro;
- i) le insegne, le targhe e simili, la cui esposizione sia obbligatoria per disposizione di legge o di regolamento, sempre che le dimensioni del mezzo usato - qualora non espressamente stabilite - non superino il mezzo metro quadrato di superficie.

ART. 38

PUBBLICITÀ SU BENI COMUNALI

1. Qualora per l'effettuazione della pubblicità venga permesso l'uso di un bene appartenente o in godimento al Comune, in aggiunta all'imposta, è dovuto un corrispettivo o canone di locazione o di concessione.

2. Resta comunque impregiudicata l'applicazione della tassa per l'occupazione di spazi ed aree pubbliche, secondo le disposizioni del Decreto Legislativo 15 novembre 1993, n. 507 e successive modificazioni.

ART. 39

DICHIARAZIONE

1. Acquisita l'autorizzazione di cui all'articolo 6 del presente Regolamento, il soggetto

passivo di cui all'articolo 29 è tenuto a presentare all'Amministrazione Comunale apposita dichiarazione anche cumulativa, nella quale devono essere indicate le caratteristiche, la durata della pubblicità e l'ubicazione dei mezzi pubblicitari utilizzati. Il relativo modello di dichiarazione, predisposto dal Comune, è messo a disposizione degli interessati presso il Settore Finanze Tributarie.

2. La dichiarazione deve essere presentata anche nei casi di variazione della pubblicità, che comportino la modifica della superficie esposta o del tipo di pubblicità effettuata, con conseguente nuova imposizione.

Il Comune procederà al conguaglio tra l'importo dovuto in seguito alla nuova dichiarazione e quello pagato per lo stesso periodo.

3. La dichiarazione della pubblicità annuale ha effetto anche per gli anni successivi, purchè non si verificano modificazioni degli elementi dichiarati cui consegna un diverso ammontare dell'imposta dovuta.

Tale pubblicità si intende prorogata con il pagamento della relativa imposta effettuato entro il 31 gennaio dell'anno di riferimento, sempre che non venga presentata denuncia di cessazione al competente Settore Finanze Tributarie entro il medesimo termine.

In mancanza della denuncia di cessazione l'obbligo tributario e patrimoniale si rinnova per la presunzione assoluta dell'articolo 8, comma 3) del Decreto Legislativo 15 novembre 1993, n. 507 e, in caso di omesso o ritardato pagamento, si applica la sanzione prevista dall'articolo 47, del presente Regolamento.

4. Qualora la presentazione della dichiarazione venga omessa, la pubblicità ordinaria, la pubblicità effettuata con veicoli e la pubblicità effettuata con pannelli luminosi e proiezioni, ad eccezione di quella realizzata in luoghi pubblici attraverso diapositive, proiezioni luminose o cinematografiche, si presume effettuata in ogni caso con decorrenza dal 1° gennaio dell'anno in cui è stata accertata. Per le altre fattispecie, la presunzione opera dal primo giorno del mese in cui è stato effettuato l'accertamento.

ART. 40

PAGAMENTO DELL'IMPOSTA SULLA PUBBLICITÀ

1. Il pagamento dell'imposta deve essere effettuato, preventivamente all'esposizione della pubblicità, mediante versamento a mezzo di apposito conto corrente postale messo a disposizione dal Comune.

Il Comune può consentire altre forme di pagamento autorizzate dalla legge.

2. Per le fattispecie del presente regolamento **Pubblicità Ordinaria**, (insegne, cartelli, locandine, targhe, etc.), effettuate con veicoli o con pannelli luminosi o proiezioni -, l'imposta è dovuta per anno solare di riferimento cui corrisponde un'autonoma obbligazione tributaria; per le altre fattispecie - pubblicità temporanea - il periodo di imposta è quello specificato nelle relative disposizioni

3. Per la pubblicità relativa a periodi inferiori all'anno solare, l'imposta deve essere corrisposta in unica soluzione; per la pubblicità annuale, l'imposta può essere corrisposta in rate trimestrali anticipate quando sia di importo superiore a **Euro 1.549,37**.

4. L'interessato deve conservare l'autorizzazione alla pubblicità e la ricevuta che comprovi i pagamenti eseguiti, da esibire alla richiesta del personale di vigilanza del Comune.

Se l'autorizzazione ed i pagamenti si riferiscono a pubblicità effettuata con veicoli o in forma ambulante, tale documentazione deve essere a bordo del veicolo o in possesso della persona ambulante.

In caso di più veicoli o persone, ciascuno deve essere munito di fotocopia dei documenti autorizzativi.

5. La riscossione coattiva dell'imposta è effettuata secondo le disposizioni del Decreto del Presidente Repubblica 28 gennaio 1988, n. 43, e successive modificazioni; il relativo

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 notificato ovvero, in caso di sospensione della riscossione, entro il 31 dicembre dell'anno successivo a quello di scadenza del periodo di sospensione.

Il credito dell'imposta sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni è assistito dal privilegio generale sui beni mobili del debitore, ai sensi del comma 4 dell'articolo 2752 del Codice Civile.

6. Il contribuente può richiedere, con apposita istanza in carta semplice, la restituzione delle somme dovute ed indebitamente versate entro due anni, decorrenti dal giorno in cui è stato effettuato il pagamento ovvero da quello in cui è stato definitivamente accertato il diritto al rimborso.

Il Comune provvede nel termine di 90 giorni.

ART. 41

RETTIFICA ED ACCERTAMENTO D'UFFICIO

1. Entro due anni dalla data in cui la dichiarazione è stata o sarebbe dovuta essere presentata, il Comune procede all'accertamento od alla rettifica d'ufficio notificando al contribuente - anche a mezzo posta mediante raccomandata con avviso di ricevimento - un apposito avviso motivato.

2. Nell'avviso devono essere indicati il soggetto passivo, le caratteristiche e l'ubicazione del mezzo pubblicitario, l'importo dell'imposta o della maggiore imposta accertata, delle soprattasse dovute e dei relativi interessi, nonché il termine di sessanta giorni entro cui effettuare il pagamento. L'avviso di accertamento o di rettifica è sottoscritto dal Funzionario Responsabile dell'organizzazione e della gestione dell'imposta.

3. Contro gli avvisi di accertamento o di rettifica è ammesso ricorso alla Commissione Tributaria Provinciale entro 60 giorni dalla data di notifica dell'atto, secondo le modalità previste dal Decreto Legislativo 31 dicembre 1992, n. 546 e successive modifiche ed integrazioni.

ART. 42

DOCUMENTI CONTABILI

1. Per la gestione contabile dell'imposta sulla pubblicità del diritto sulle pubbliche affissioni il Comune deve istituire i seguenti documenti:

a) una serie di bollettari madre-figlia numerati progressivamente su base annuale e preventivamente bollati e vidimati dal Segretario Comunale da usare per i rimborsi di cui all'articolo 22), comma 6) del Decreto Legislativo 15 novembre 1993, n. 507 nonché per ogni altro rimborso di imposta o diritto, che devono contenere, oltre al nominativo del contribuente ed alla causale del rimborso, la somma restituita distinta nelle sue componenti nonché i dati identificativi della relativa attestazione di conto corrente e della bolletta di incasso;

b) un elenco dei contribuenti che effettuano pubblicità di durata annuale, nel quale devono essere annotati gli estremi identificativi delle attestazioni di pagamento nonché, nel caso di pagamento rateale, il numero delle rate convenute e gli estremi dei pagamenti successivi nonché l'ubicazione, le dimensioni e le caratteristiche di ciascun mezzo pubblicitario;

c) un registro cronologico degli avvisi di accertamento emessi nel quale devono essere annotati tutti gli elementi utili per la pronta identificazione dell'iter procedurale degli stessi (data di notifica, data dell'eventuale pagamento, estremi del provvedimento di sospensione se concessa, iscrizione nel ruolo, estremi e

dispositivo delle decisioni di primo grado, ecc.);

d) un registro delle riscossioni giornaliere distinte secondo le loro componenti, preventivamente vidimato dal Segretario Comunale; gli importi relativi ai rimborsi devono essere evidenziati in rosso;

e) una serie di bollettari madre-figlia, numerati progressivamente su base annuale, preventivamente bollati e vidimati dal Segretario Comunale, su ciascuno dei quali deve essere riportato il titolo delle somme riscosse giornalmente e, all'esaurimento dello stesso, il totale delle riscossioni, da utilizzare qualora il comune, nei casi previsti dall'articolo 9), comma 3) del Decreto Legislativo 15 novembre 1993, n. 507, abbia consentito il pagamento diretto del diritto relativo ad affissioni non aventi carattere commerciale. Ciascuna bolletta deve contenere la chiara indicazione:

- del nominativo del contribuente;
- della causale del pagamento (durata, dimensione e numero dei manifesti);
- della somma pagata, distinta nelle sue componenti;
- della firma dell'incaricato della riscossione;

f) un registro di carico dei bollettari di cui alle lettere a) ed e) preventivamente vidimato dal Segretario Comunale sul quale devono essere annotati i numeri di identificazione della prima ed ultima bolletta di ciascun singolo blocco.

Ogni eventuale correzione da apportare ai documenti indicati nei commi precedenti deve essere effettuata in maniera tale da lasciare visibili i dati errati; in caso di errore nella compilazione della bolletta, questa deve essere annullata e non asportata e distrutta.

I documenti previsti nei commi precedenti possono essere sostituiti, nel caso di contabilità meccanizzata, da stampati a modulo continuo, opportunamente predisposti e vidimati, per soddisfare alle caratteristiche richieste.

ART. 43

CONSERVAZIONE ATTI E DOCUMENTI

1. Oltre ai documenti previsti dall'articolo 2, il Comune deve provvedere alla conservazione ordinata e cronologica dei seguenti atti:

a) dichiarazioni e commissioni presentate dai contribuenti a norma degli articoli 8 e 19 del Decreto Legislativo 15 novembre 1993, n. 507, con la relativa attestazione di pagamento. Nei casi in cui è consentito il pagamento diretto, su ciascuna delle commissioni deve essere annotato il numero del bollettario e della bolletta comprovante l'avvenuto pagamento del diritto;

b) situazioni periodiche ed estratti conto a scalare del Conto Corrente postale di cui all'articolo 9, comma 2) del Decreto Legislativo 15 novembre 1993, n. 507 riferite alle date del 31 marzo, 30 giugno, 30 settembre e 31 dicembre.

2. Detti documenti debbono essere conservati negli uffici preposti per dieci anni.

ART. 44

RELAZIONI ANNUALI AL MINISTERO DELLE FINANZE

1. Il Comune deve trasmettere alla Direzione centrale per la fiscalità locale, entro il 31 marzo di ciascun anno, una situazione riepilogativa relativa all'anno precedente corredata dei dati dei singoli trimestri con annotati gli estremi dei versamenti alla tesoreria comunale.

ART. 45

RESTITUZIONE RISCOSSIONI INDEBITE

1. Il contribuente può richiedere il rimborso delle somme versate per il pagamento dell'imposta di affissione o dei diritti di affissione e non dovute, con apposita istanza da consegnare al Comune entro due anni dal giorno in cui è stato effettuato il pagamento ovvero da quello in cui è stato definitivamente accertato il diritto al rimborso. Qualora l'istanza sia rimessa tramite il servizio postale con raccomandata, fa fede la data della ricevuta postale.
2. Spettano al contribuente gli interessi nella misura del 4 per cento per ogni semestre compiuto a decorrere dalla data del pagamento indebito.
3. Il Comune provvede alla restituzione della somma non dovuta ed al contestuale pagamento degli interessi entro 90 giorni da quello in cui ha ricevuto l'istanza.
4. In sede di formazione del bilancio preventivo annuale, è previsto un apposito stanziamento nella parte "spesa" per far fronte alla restituzione delle somme versate per il pagamento, dell'imposta sulla pubblicità o dei diritti sulle pubbliche affissioni, riconosciuto non dovuto e dei relativi interessi.
5. Qualora il servizio sia gestito in concessione provvede alla restituzione il concessionario che accredita al Comune l'ammontare dell'aggio eventualmente percepito sulle somme indebitamente riscosse.

ART. 46

IL FUNZIONARIO RESPONSABILE

1. Il Dirigente del Servizio competente designa con proprio atto un responsabile di categoria non inferiore alla D1 al quale sono attribuiti per effetto dell'articolo 11), del Decreto Legislativo 15 novembre 1993, n. 507 i poteri di esercizio di ogni attività organizzativa o gestionale dell'imposta sulla pubblicità o del diritto sulle pubbliche affissioni compresa la sottoscrizione delle richieste, gli avvisi, i provvedimenti di accertamento e rettifica e la disposizione dei rimborsi. Il Dirigente provvede altresì a quanto richiesto dal comma 2) dell'articolo 35 del Decreto Legislativo 15 novembre 1993, n. 507.
2. Il responsabile redige ogni anno una relazione dettagliata dell'attività svolta dal suo ufficio che deve essere consegnata al Segretario Comunale entro il mese gennaio successivo per essere inoltrata al Sindaco e presentata alla Giunta.

ART. 47

GESTIONE IN CONCESSIONE

1. Il Consiglio comunale, qualora lo ritenga più conveniente sotto il profilo economico e funzionale, può affidare in concessione il servizio ad azienda speciale ovvero ad uno dei soggetti iscritti all'albo previsto dall'articolo 32 del Decreto Legislativo 15 novembre 1993, n. 507. La durata della concessione è di sei anni.
2. Nel caso di gestione in concessione tutte le imputazioni fatte all'Ufficio in questo regolamento, salvo quanto espressamente previsto dal Decreto Legislativo 15 novembre 1993, n. 507, devono essere riversate sul concessionario mediante specifica norma del capitolato di concessione ed a lui spettano le funzioni ed i poteri di cui all'articolo 11 del Decreto Legislativo 15 novembre 1993, n. 507.

3. Il Comune provvede a vigilare, anche per mezzo di ispezioni, sulla regolare gestione del servizio e sull'adempimento da parte del concessionario delle obbligazioni convenzionalmente assunte.

3/bis. Il Concessionario è tenuto ad accettare - e far accettare agli inserzionisti pubblicitari che utilizzino gli impianti - il Codice di Autodisciplina Pubblicitaria, con particolare riferimento ai principi in esso espressi in materia di dignità delle persone dagli art.9 (che impedisce il ricorso in pubblicità ad affermazioni o rappresentazioni di violenza fisica o morale o tali che, secondo il gusto o la sensibilità dei consumatori, debbano ritenersi indecenti, volgari o ripugnanti) e 10 (secondo cui la pubblicità non deve offendere le convinzioni morali, civili e religiose dei cittadini e deve rispettare la dignità delle persone in tutte le sue forme ed espressioni evitando ogni forma di discriminazione, compresa quella di genere). L'accettazione del Codice può operare anche in chiave preventiva consentendo, nei casi dubbi, di invitare l'inserzionista pubblicitario a sottoporre il proprio messaggio allo scrutinio preventivo del Comitato di Controllo IAP.

4. Il concessionario deve tenere la situazione dei versamenti effettuati al Comune e delle relative quietanze rilasciate dalla tesoreria comunale.

La documentazione deve essere conservata presso la singola gestione a disposizione della Amministrazione Comunale interessata e dagli organismi competenti al controllo per la durata della concessione e, al termine della stessa, deve essere consegnata, nel termine di trenta giorni, al Comune che provvederà a custodirla sino al compimento della prescrizione decennale, previa verifica e compilazione di un verbale di consegna. Entro venti giorni dalle scadenze trimestrali di cui al Decreto Ministeriale 26 aprile 1994, il concessionario deve compilare – in duplice copia – situazioni riepilogative recanti il numero delle bollette emesse con i dati identificativi delle stesse (numeri progressivi, numero di blocco) ed il relativo importo distinto nelle sue componenti; la prima copia deve essere trasmessa, contestualmente al versamento di cui all'articolo 26, comma 3) del Decreto Legislativo 15 novembre 1993, n. 507, al Comune, la seconda copia viene trattenuta presso ogni gestione per l'esibizione a richiesta degli organi competenti al controllo.

ART. 48

SANZIONI AMMINISTRATIVE

1. L'installazione abusiva di qualsiasi mezzo pubblicitario, le installazioni effettuate in maniera difforme dall'autorizzazione, per misura, posizione, tipologia, l'affissione abusiva di manifesti e le violazioni di ogni norma del presente Regolamento, nonché del Decreto Legislativo 15 novembre 1993, n. 507, sono soggette all'applicazione della sanzione amministrativa da Euro 129,11 ad Euro 1.291,14, nel rispetto delle disposizioni contenute nel vigente regolamento per le sanzioni amministrative e nell'articolo 24 del Decreto Legislativo 15 novembre 1993, n. 507.

2. In caso di più violazioni compiute dallo stesso soggetto con lo stesso mezzo pubblicitario o con più mezzi, si applica una sanzione distinta per ogni singola violazione per ciascun mezzo.

3. Il verbale di accertamento della violazione contiene l'intimazione al trasgressore a rimuovere l'impianto pubblicitario abusivo entro il termine di 3 giorni per la pubblicità temporanea e di 15 giorni per gli altri mezzi, decorrenti dalla data di notifica del verbale stesso.

Ai sensi dell'articolo 24, comma 2) del Decreto Legislativo 15 novembre 1993, n. 507, il verbale deve essere notificato al trasgressore entro 150 giorni dall'accertamento e riportare gli estremi della violazione.

4. I supporti (tralicci di sostegno, pali, zanche, cassoni illuminati, telai, quadri per affissioni, ecc.) degli impianti pubblicitari abusivi devono essere rimossi unitamente alla

pubblicità.

5. Il Comune procede d'ufficio alla rimozione dell'impianto abusivo qualora non vi provveda direttamente il trasgressore.

6. Nella ipotesi in cui il mezzo pubblicitario abusivo rechi grave pregiudizio o rappresenti imminente pericolo di danni a persone o cose ovvero sia di ostacolo alla regolare circolazione di veicoli e pedoni, il Comune può disporre la rimozione d'ufficio, senza necessità di preventiva notifica al trasgressore della contestazione della violazione commessa.

7. Il mezzo pubblicitario rimosso d'ufficio è depositato in appositi locali dell'Amministrazione Comunale. Le spese per tale rimozione per il deposito sono addebitate al responsabile della violazione. Le spese di deposito sono determinate secondo le tariffe vigenti per le civiche Depositarie.

8. In caso di pubblicità abusiva il Comune, indipendentemente dalla procedura di rimozione e dall'applicazione della sanzione amministrativa può effettuare l'immediata copertura della pubblicità abusiva, in modo che sia privata di efficacia pubblicitaria, ovvero la defissione dei manifesti abusivi, procedendo successivamente alla notifica di avviso per il recupero delle somme dovute dal responsabile della violazione.

Le spese di copertura e defissione sono determinate nella misura dei costi sostenuti dal Comune.

9. La defissione o il danneggiamento dei manifesti di copertura della pubblicità abusiva comporta l'applicazione della sanzione amministrativa di cui all'articolo 664 del Codice Penale.

10. I mezzi pubblicitari esposti abusivamente, rimossi d'ufficio e depositati in appositi locali, possono essere confiscati – ai sensi dell'articolo 20 della Legge 24 novembre 1981, n. 689 – quali cose costituenti il prodotto di attività illecita e, con il medesimo provvedimento di confisca, sono sequestrati – ai sensi dell'articolo 24 del Decreto Legislativo 15 novembre 1993, n. 507 – a garanzia del pagamento dell'imposta sulla pubblicità, della tassa per l'occupazione di fatto del suolo pubblico, delle soprattasse, di ogni altra eventuale somma dovuta, delle spese di rimozione e di custodia, degli interessi e delle somme accessorie.

11. Entro e non oltre il termine di sessanta giorni dalla notifica del provvedimento sanzionatorio e cautelare, il responsabile dell'esposizione abusiva può ottenere la restituzione del mezzo pubblicitario, a condizione che o estingua l'intero debito di cui al precedente comma 10) o versi preventivamente la cauzione stabilita nel provvedimento stesso.

Trascorso inutilmente il suddetto termine, il Comune, a scelta insindacabile, può distruggere od alienare il mezzo pubblicitario ; le spese sostenute per la distruzione sono a totale carico del responsabile dell'esposizione abusiva.

In caso di vendita, il ricavato è destinato all'estinzione dei debiti, con precedenza per quelli meno garantiti.

L'eventuale attivo, risultante dal pagamento di tutte le passività, è messo a disposizione del responsabile dell'esposizione abusiva.

Qualora il ricavato sia insufficiente, al debito residuo insoddisfatto si applica il procedimento della riscossione coattiva previsto dal Decreto del Presidente della Repubblica 28 gennaio 1988, n. 43 con addebito delle maggiori spese.

12. Ove il responsabile della esposizione abusiva non adempia al pagamento delle spese di distruzione del mezzo pubblicitario nei termini indicati nella richiesta stessa, al debito relativo si applica la medesima procedura della riscossione coattiva.

13. In caso di occupazioni non autorizzate di spazi ed aree pubbliche con manufatti pubblicitari, il Comune, indipendentemente dal procedimento sanzionatorio, procede alla rimozione e demolizione d'ufficio dei mezzi stessi con le modalità di cui al comma 11).

Le relative spese sono addebitate al responsabile della violazione.

ART. 49

SANZIONI TRIBUTARIE ED INTERESSI DI MORA

1. Per l'omessa, tardiva o infedele presentazione della dichiarazione di pubblicità si applica, oltre al pagamento dell'imposto o del diritto dovuto una soprattassa così come previsto dal Decreto Legislativo 18 dicembre 1997, n. 473, articolo 12), comma 1), lettera a), punti 1) e 2) recepiti con delibera della Giunta Comunale n. 391 del 31 marzo 1998.
2. Per l'omesso o tardivo pagamento dell'imposta o delle singole rate di essa o del diritto è dovuta, indipendentemente da quella di cui al comma 1), una soprattassa pari al 30% dell'imposta o del diritto il cui il pagamento è stato omesso o ritardato (Decreto Legislativo n. 471/97, articolo 13), comma 2).
3. Le sanzioni di cui al comma 1) sono ridotte di un quarto, ove il pagamento è stato effettuato entro 60 giorni dalla data di notifica dell'avviso di accertamento (adesione del contribuente Decreto Legislativo 18 dicembre 1997, n. 473, articolo 12), comma 1), lettera a, punto 3);
4. Le sanzioni per l'omesso/ritardato pagamento di cui al comma 3) sono ridotte sempreché la violazione non sia stata constatata e comunque non siano iniziati accessi, ispezioni, verifiche o altre attività di accertamento delle quali i soggetti obbligati non abbiano avuto formale conoscenza:
 - ad 1/8 se il pagamento viene effettuato entro 30 giorni dalla data della sua commissione;
 - ad 1/5 se il pagamento viene effettuato entro l'anno nel corso del quale è stata commessa la violazione (Decreto Legislativo 18 dicembre 1997, n. 473, articolo 13);
5. Sulle somme dovute per l'imposta sulla pubblicità ed il diritto sulle pubbliche affissioni nonché per le relative soprattasse si applicano gli interessi di mora nella misura del 2,5% per ogni semestre compiuto a decorrere dal giorno in cui detti importi sono divenuti esigibili; gli interessi, nella stessa misura, spettano al contribuente per le somme ad esso dovute, a qualsiasi titolo, a decorrere dalla data di pagamento.
6. Per l'omesso o tardivo pagamento del canone di concessione o di locazione si applicano oltre all'importo dovuto gli interessi di mora nei modi di legge.

ART. 50

DISPOSIZIONI FINALI E TRANSITORIE

1. I mezzi pubblicitari già autorizzati ed installati, in difformità dalle prescrizioni e dai vincoli previsti dal presente Regolamento, dal Codice della Strada e dal relativo Regolamento di Esecuzione e di Attuazione (Decreto del Presidente della Repubblica 16 dicembre 1992, n. 495, così come modificato dal Decreto del Presidente della Repubblica 16 settembre 1996, n. 610) devono essere adeguati ad eccezione delle targhe professionali esistenti e regolarmente autorizzate alle vigenti prescrizioni entro il 31 dicembre 2002.

Ove l'adeguamento non sia possibile dovrà procedersi a cura del proprietario dell'impianto alla rimozione ed al ripristino dello stato dei luoghi, improrogabilmente, entro lo stesso termine.

In mancanza, si procederà d'ufficio e verranno altresì applicate le sanzioni e le soprattasse previste dal Decreto Legislativo 15 novembre 1993, n. 507 e dal presente Regolamento per le effettuazioni della pubblicità abusiva.

Le relative spese saranno addebitate al trasgressore.

2. Per quanto non è contemplato nel presente Regolamento, si applicano le disposizioni del Decreto Legislativo 15 novembre 1993, n. 507, nonché delle altre norme di legge e di regolamento in materia.