



CITTA' DI POTENZA

REGOLAMENTO COMUNALE PER LA PUBBLICITA' E LE INSTALLAZIONI PUBBLICITARIE

Regolamento approvato con deliberazione del Consiglio Comunale n. 22 del 25 febbraio 2002 e successivamente modificato ed integrato con:

- deliberazione consiliare n. 25 del 28 marzo 2003;
- deliberazione consiliare n. 21 del 30 marzo 2004;
- deliberazione consiliare n. 39 del 21 aprile 2005.
- deliberazione consiliare n. 18 del 30 marzo 2007,
- Deliberazione Consiliare n 74 del 3 agosto 2007

INDICE SISTEMATICO

TITOLO I DISCIPLINA DELLE INSTALLAZIONI PUBBLICITARIE

CAPO I - DISPOSIZIONI GENERALI

- Art. 1 - Oggetto del Regolamento
- Art. 2 - Competenze e gestione
- Art. 3 - Impianti per le pubbliche affissioni

CAPO II - DISCIPLINA DELLE INSTALLAZIONI PUBBLICITARIE

- Art. 4 - Individuazione e delimitazione di zone
- Art. 5 - Condizioni e limiti particolari
- Art. 6 - Indicazioni di esercizio: definizioni e prescrizioni
- Art. 7 - Pubblicità esterna: definizione e prescrizioni
- Art. 8 - Impianti pubblicitari di servizio: definizione e prescrizioni
- Art. 9 - Impianti luminosi: definizioni e prescrizioni
- Art. 10 - Pubblicità varia: definizioni e prescrizioni
- Art. 11 - Titolo autorizzativi
- Art. 12 - Validità dell'Autorizzazione
- Art. 13 - Obblighi del titolare dell'Autorizzazione
- Art. 14 - Adattamenti dei mezzi pubblicitari esistenti
- Art. 15 - Norme transitorie

TITOLO II DISCIPLINA DELL'IMPOSTA SULLA PUBBLICITA', DEL SERVIZIO E DEL DIRITTO SULLE PUBBLICHE AFFISSIONI

CAPO I

DISCIPLINA GENERALE

- Art. 16 - Applicazione dell'imposta e del diritto
- Art. 17 - Classificazione del Comune
- Art. 18 - La deliberazione delle tariffe

CAPO II

IMPOSTA SULLA PUBBLICITA' – DISCIPLINA

- Art. 19 - Presupposto dell'imposta
- Art. 20 - Soggetto passivo
- Art. 21 - Modalità di applicazione dell'imposta
- Art. 22 – Dichiarazione
- Art. 23 - Rettifica ed accertamento d'ufficio
- Art. 24 - Pagamento dell'imposta e del diritto
- Art. 24/bis – Riscossione coattiva

CAPO III

IMPOSTA SULLA PUBBLICITA' – TARIFFE

- Art. 25 – Tariffe
- Art. 26 - Pubblicità ordinaria
- Art. 27 - Pubblicità con veicoli
- Art. 28 - Pubblicità con veicoli dell'impresa
- Art. 29 - Pubblicità con pannelli luminosi
- Art. 30 - Pubblicità con proiezioni
- Art. 31 - Pubblicità varia
- Art. 32 - Imposta sulla pubblicità – Riduzioni
- Art. 33 - Imposta sulla pubblicità – Esenzioni

CAPO IV

IL SERVIZIO DELLE PUBBLICHE AFFISSIONI

- Art. 34 – Finalità
- Art. 35 - Affissioni – Prenotazioni – Registro cronologico
- Art. 36 - Criteri e modalità per l'espletamento del servizio

CAPO V

DIRITTO SULLE PUBBLICHE AFFISSIONI – TARIFFE

- Art. 37 - Tariffe – Applicazione e misura
- Art. 38 - Tariffe – Riduzioni
- Art. 39 - Diritto – Esenzioni

TITOLO III
DISPOSIZIONI FINALI E TRANSITORIE

CAPO I

SANZIONI

- Art. 40 - Sanzioni tributarie
- Art. 41 – Interessi
- Art. 42 - Sanzioni amministrative

CAPO II

CONTENZIOSO

- Art. 43 - Giurisdizione tributaria
- Art. 44 – Procedimento

CAPO III

DISPOSIZIONI FINALI E TRANSITORIE

- Art. 45 – Norme di rinvio
- Art. 46 – Entrata in vigore - effetti

TITOLO I

DISCIPLINA DELLE INSTALLAZIONI PUBBLICITARIE

CAPO I DISPOSIZIONI GENERALI

Art. 1 Oggetto del Regolamento

1. Il presente Regolamento comunale per la pubblicità e le installazioni pubblicitarie, di seguito definito “Regolamento”, disciplina al Titolo I, capi I e II, le caratteristiche e le modalità autorizzative degli impianti pubblicitari di esercizio, degli impianti di pubblicità esterna e di quelli per le pubbliche affissioni;
2. Le norme ivi dettate **dovranno essere adeguate con la redazione del Piano Regolatore delle Installazioni Pubblicitarie (PRIP)** che rappresenta lo strumento di dettaglio per l’installazione dei mezzi pubblicitari non di esercizio sull’intero territorio comunale.
3. Il presente Regolamento stabilisce inoltre, ai Titoli II e III, le modalità per l’applicazione dell’imposta comunale sulla pubblicità e del diritto comunale sulle pubbliche affissioni, in conformità a quanto disposto dal capo I del Decreto Legislativo 15 novembre 1993, n. 507 e successive modificazioni ed integrazioni, di seguito definito brevemente “Decreto”.
4. Ai fini dell’applicazione dell’imposta e del diritto di cui al comma precedente le tipologie pubblicitarie sono classificate come segue:
 - a) *pubblicità ordinaria*, effettuata mediante insegne di esercizio, plance, indicazioni direzionali, cartelli e impianti pubblicitari di servizio del tipo descritto ai successivi artt.6, 7 e 8;
 - b) *pubblicità effettuata con veicoli*, disciplinata dagli artt. 57 e 59 del D.P.R. 16 dicembre 1992 n.495;
 - c) *pubblicità effettuata con pannelli luminosi e proiezioni*, caratterizzata dalla variabilità del messaggio o dalla visione in forma intermittente, del tipo descritto al successivo art.9;
 - d) *pubblicità varia*, effettuata a mezzo di installazioni temporanee quali striscioni e stendardi, aeromobili, palloni frenati, del tipo descritto al successivo art.10 o esercitata in forma ambulante e in forma fonica.
5. Si intendono richiamate tutte le altre disposizioni legislative che stabiliscono le modalità per l’effettuazione della pubblicità e delle pubbliche affissioni.

Art. 2

Competenze e gestione

1. La competenza a disciplinare in sede regolamentare le installazioni pubblicitarie e l'imposta sulla pubblicità è attribuita rispettivamente all'Unità di Direzione Qualità Urbana e all'Unità di Direzione Entrate per Tributi e Servizi, di seguito definiti "Uffici competenti".
2. L'approvazione e le eventuali modifiche del PRIP, spetta alla Giunta Municipale, su conforme proposta dell'Ufficio competente.
3. Il Consiglio Comunale effettua la scelta della forma di gestione del servizio di imposta sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni tra le seguenti possibilità:
 - diretta conduzione mediante gli uffici dell'Amministrazione;
 - affidamento ad azienda speciale, comunale o consortile, di cui all'art. 114 del Testo Unico delle leggi sull'ordinamento degli Enti Locali approvato con Decreto Legislativo 18 agosto 2000 n. 267;
 - concessione a soggetti terzi, iscritti nell'albo di cui all'art. 53 del D.Lgs 446/97, i quali non abbiano alcun interesse né partecipazione, diretta o indiretta, in altre forme di servizi pubblicitari nel territorio comunale.
4. In caso di diretta conduzione del servizio di cui al precedente comma 3, il Sindaco incarica, su proposta del Dirigente del Servizio Tributi, un funzionario responsabile, dandone contestuale comunicazione al Ministero per le Finanze-Direzione centrale per la fiscalità locale.

Art. 3

Impianti per le pubbliche affissioni

1. Gli impianti per le pubbliche affissioni sono costituiti da:
 - a. plance, stendardi, posters, bacheche, vetrine, tabelloni ed altre strutture monofacciali, bifacciali o plurifacciali, realizzate in materiali idonei per l'affissione di messaggi e manifesti pubblicitari;
 - b. superfici adeguatamente predisposte e delimitate, ricavate da muri di recinzione o di sostegno e da strutture idonee per l'espletamento di tale servizio;
 - c. armature, steccati, ponteggi, schermature di carattere provvisorio prospicienti il suolo pubblico, per qualunque motivo costruiti, e altri spazi ritenuti idonei dell'Ufficio competente, tenuto conto dei divieti e limitazioni stabilite dal presente regolamento.
2. In conformità al disposto dell'art. 18 del Decreto, la superficie degli impianti da adibire alle pubbliche affissioni, con esclusione di quelle temporanee per campagne occasionali o per il mascheramento dei cantieri, è stabilita in un massimo di complessivi mq. 7.500, ripartiti nelle seguenti classi:

- a. mq.1.500, pari al 20%, destinati alle affissioni di natura istituzionale, sociale o comunque priva di rilevanza economica;
- b. mq.3.000 pari al 40%, destinati alle affissioni di natura commerciale, effettuate dal servizio comunale o dal concessionario del servizio, di cui la superficie per impianti del tipo "poster" (vedi successivo art. 7.1) non sia superiore ad 1/3 del totale;
- c. mq.3.000, pari al 40%, destinati alle affissioni di natura commerciale, effettuate direttamente da soggetti privati, comunque diversi dal concessionario del servizio, qualora lo stesso sia appaltato di cui la superficie per impianti del tipo "poster" (vedi successivo art. 7.1) non sia superiore a 2/3 del totale.

CAPO II

DISCIPLINA DELLE INSTALLAZIONI PUBBLICITARIE

Art. 4

Individuazione e delimitazione di zone

1. Ai fini della regolamentazione urbanistico – ambientale di cui al presente titolo sono individuati i seguenti ambiti territoriali:
 - a. Ambito “A” (centro storico e zone di pregio) **secondo la delimitazione della strumentazione urbanistica comunale** e degli strumenti urbanistici attuativi (P.P. e P.d.R.).
 - b. Ambito “B” (perimetro urbano e le frazioni **rurali come delimitati dagli strumenti urbanistici**).
2. Il PRIP può suddividere, a livello cartografico, in modo preciso ed analitico, gli Ambiti di cui sopra in zone omogenee, stabilendo per ognuna di esse le tipologie ed il dimensionamento dei mezzi pubblicitari ammessi. Il PRIP può essere motivatamente adeguato e modificato periodicamente, per tenere conto di eventuali variazioni intervenute sul territorio comunale.

Art. 5

Condizioni e limiti particolari

1. In tutto il territorio comunale, lungo le strade interne al centro abitato, nelle zone urbane e nelle frazioni rurali perimetrate dagli strumenti urbanistici, la installazione di impianti e mezzi pubblicitari è soggetta al rilascio di Autorizzazione da parte dell’Amministrazione comunale in osservanza delle prescrizioni di cui al presente Regolamento; per quelli ricadenti in Zona Industriale è inoltre necessario il preventivo nulla osta del Consorzio Industriale di Potenza.
2. I mezzi pubblicitari installati nelle zone di cui al comma precedente di norma non devono superare la dimensione di mq. 3,00 qualora posti in serie e trasversalmente al senso di marcia veicolare, e di mq. 6,00 qualora posti parallelamente; tale limite non trova applicazione in caso di insegne installate su

- coperture di edifici urbani, di impianti temporanei per il mascheramento di cantieri edili e di teli pubblicitari da installare su fronti ciechi di fabbricati urbani.
3. È vietato il collocamento di impianti pubblicitari senza il consenso della competente Soprintendenza, nell'ambito ed in prossimità dei luoghi sottoposti a vincoli di tutela di bellezze naturali, paesaggistiche, ambientali e monumentali, su statue, monumenti, fontane monumentali, mura e porte della città e su ogni bene architettonico e ambientale tutelato sensi delle Leggi 29 giugno 1939 n.1497 e 1 giugno 1939 n. 1089.
 4. È altresì vietata l'installazione di mezzi pubblicitari nella zona di rispetto cimiteriale, e su tutti edifici di culto e di cura; in tali situazioni è ammessa solo l'apposizione di targhe o mezzi di informazione, purché di materiale, dimensione e stile compatibili con le caratteristiche architettoniche dell'ambiente.
 5. Nei casi di cui ai precedenti commi 3 e 4 è consentita l'effettuazione di pubblicità temporanea su recinzioni e ponteggi posti in opera per ogni intervento di restauro o di ristrutturazione.
 6. All'interno del centro storico e delle altre zone di pregio eventualmente individuate dal PRIP, l'installazione di insegne, cartelli ed altri mezzi pubblicitari deve risultare in armonia con i valori ambientali e architettonici del luogo.
 7. Non è consentita l'installazione di impianti di pubblicità comunale all'interno di parchi pubblici pedonalizzati e giardini di verde attrezzato, salvo il caso di accordi e contratti con privati, per l'adozione mediante sistemazione e l'adozione conservazione gratuita di aree di verde, con facoltà di esporre le relative sponsorizzazioni.
 8. Gli impianti, i cartelli, e gli altri mezzi pubblicitari posti fuori dalle zone di cui al comma 1, lungo o in prossimità delle strade dove ne è consentita l'installazione, devono essere conformi a quanto prescrive l'art.50 del D.P.R. 1992, n.495.
 9. In conformità a quanto dispone la legge 18 marzo 1959, n. 132 è comunque riservato allo Stato il diritto di esercitare la pubblicità sui beni demaniali e patrimoniali affidati alle Ferrovie dello Stato, nonché sui veicoli di proprietà privata circolanti sulle linee ferroviarie.
 10. **In nessun caso, salvo specifico assenso del Comune, è possibile installare attrezzature UMTS e simili su impianti pubblicitari o insegne di esercizio; in caso di inosservanza l'Ufficio competente provvede alla revoca del titolo abilitativo.**
 11. **Per gli impianti abusivi, non muniti della Autorizzazione di cui al precedente comma 1, fermo restando l'iter procedurale finalizzato alla rimozione, l'Ufficio competente provvede all'immediato oscuramento dei messaggi pubblicitari.**

Art. 6

Indicazioni di esercizio: definizioni e prescrizioni

1. Si definisce "insegna di esercizio", salvo quanto successivamente stabilito ai fini tributari, l'impianto luminoso o non luminoso posto in adiacenza o nelle vicinanze della sede dell'attività di riferimento riportante una scritta in caratteri alfanumerici ed eventuali simboli o marchi a parete o a bandiera, mediante

materiali di qualsiasi natura. L'installazione a parete o a bandiera può essere autorizzata con le avvertenze di cui ai seguenti punti:

- a. in Ambito A sono ammesse insegne di esercizio a lettere singole o al neon filiforme, con sporgenza massima di cm. 15 dalla facciata, in legno, pietra, metallo (bronzo, ottone, rame, ferro e metallo brunito) o altro materiale di pregio, con esclusione di cassonetti luminosi in materiale plastico insegne luminose a bandiera e insegne luminose verticali. L'iscrizione, sviluppata di norma su una sola riga, può riportare il solo nome della ditta e/o dell'attività svolta con l'esclusione di disegni e figure non raffiguranti eventuali marchi di fabbrica.

Sono consentite insegne a pannello non luminoso dipinte su idoneo supporto, a condizione di un confacente ambientamento, da valutarsi caso per caso.

Le insegne non devono alterare lo spartito architettonico e la sagoma originaria degli edifici, né sovrapporsi ad elementi decorativi o ostacolare la percezione dell'ambiente circostante, edifici, strade, piazze.

Nel caso di aperture ad arco, le insegne devono seguirne la forma.

Eventuali deroghe dalle prescrizioni precedenti possono essere consentite solo nel caso di servizi pubblici: (farmacie, ambulatori, telefoni, monopoli di stato) e nel caso di edifici moderni marginali al perimetro del centro storico;

- b. in Ambito B sono ammesse insegne del tipo a pannello, a cassonetto o a bandiera, luminose e non luminose, poste sulle pareti di pertinenza dell'esercizio; le insegne da installare su porte e vetrine devono di norma essere contenute entro i sestii di apertura.

È esclusa l'installazione su portoni comuni e ringhiere metalliche.

Possono essere realizzate in qualsiasi materiale, sviluppate di norma su un massimo di due righe riportanti il solo nome della ditta e/o dell'attività svolta, con l'esclusione di disegni e figure non raffiguranti eventuali marchi di fabbrica.

Per i cassonetti a parete l'altezza massima è di cm. 120, con oggetto non superiore a cm.20, mentre per le insegne a bandiera di tipo a cassonetto monofacciale o bifacciale, le dimensioni massime consentite sono di cm. 100 per l'altezza, cm. 150 per la larghezza, e cm. 20 per lo spessore, con l'altezza minima da terra di cm. 250; tali vincoli dimensionali non si applicano in caso di insegne a lettere singole o del tipo al neon filiforme.

2. Si definiscono "indicazioni direzionali" o preinsegne, gli impianti metallici o luminosi di dimensioni standard di cm. 25 X 125, riportanti iscrizioni e scritte finalizzati ad orientare verso la sede di determinati esercizi o attività. E' consentita l'apposizione di indicazioni direzionali, su piantane metalliche poste in serie sia in Ambito A che in Ambito B.

Le iscrizioni dovranno riportare con caratteri omogenei il nominativo dell'attività o il tipo servizio esercitato, l'eventuale marchio o logo e freccia direzionale.

Nel caso di piantane ospitanti più indicazioni direzionali, queste devono essere apposte in ordine gerarchico disponendo dal basso verso l'alto quelle di pubblica utilità, quelle di rilevanza turistica e commerciale, quelle indicanti località e infine quelle indicanti strade nazionali e autostrade.

I cromatismi prescritti sono i seguenti:

- fondo bianco e lettere nere per indicazioni direzionali di pubblica utilità (vie, quartieri, uffici, etc.);

- fondo marrone e lettere bianche per le indicazioni direzionali relative a monumenti e luoghi di rilevanza turistica;
 - fondo nero e lettere gialle per le indicazioni direzionali commerciali;
 - fondo azzurro e lettere bianche per indicazioni direzionali di località;
 - fondo verde e lettere bianche per indicazioni direzionali di autostrade.
3. Si definisce “vetrina” o mostra, ogni struttura espositiva di messaggi o prodotti di qualsiasi genere, posta alla vista dalla strada prospiciente e delimitata da apposito vetro o cristallo:
- a. in Ambito A è consentito l’impianto di mostre e vetrine solo all’interno di porte, androni, aperture e finestre, con il mantenimento di eventuali portali e inferriate preesistenti; esse dovranno essere realizzate con rifiniture e materiali omogenei, o comunque assimilabili a quelli antichi o circostanti, con assoluto divieto di materiali plastici e alluminio anodizzato.
 - b. Sono consentiti su pareti esterne, non caratterizzati dalla pietra a faccia vista, espositori in ferro battuto da destinare all’informazione di tipo commerciale e sociale, nonché bacheche relative ad attività fotografiche, queste ultime nel numero di una per ogni esercizio, con dimensioni massime di cm. 70x100x10;
 - c. in Ambito B oltre agli impianti di cui al punto precedente sono ammesse mostre e vetrine anche esterne agli esercizi, purché ubicate sulle pareti di pertinenza dell’esercizio stesso e correttamente inserite all’interno dello spartito architettonico. Sono altresì ammesse bacheche destinate all’informazione pubblicitaria e a scopi sociali (giornali, circoli culturali etc.).
4. Si definisce “targa” il manufatto in metallo, legno, vetro o materiale plastico, posto di fianco all’ingresso del locale e/o dell’androne condominiale dove ha sede l’attività in essa richiamata;
- a. in Ambito A le targhe professionali o commerciali devono essere in metallo pregiato e poste ad una altezza minima dal suolo di cm. 120 con eventuale illuminazione a luce indiretta . Le dimensioni massime ammesse sono di cm. 35 di altezza e di cm. 60 di larghezza, con oggetto massimo di cm. 5. E’ possibile l’installazione in serie verticale di targhe, purché dello stesso materiale e dimensioni;
 - b. in Ambito B, oltre alle caratteristiche prescritte al punto precedente, è ammesso l’uso di qualsiasi materiale e la eventuale illuminazione con luce diretta.
5. Si definisce “tenda solare” ogni copertura temporanea di tipo retrattile o ripiegabile riportante eventuali messaggi pubblicitari, atta a creare una zona d’ombra sull’area di transito prossima all’esercizio di riferimento:
- a. in Ambito A sono ammesse tende solari, caratterizzate da colori sobri e intonati all’ambiente, di sporgenza massima tale da non ostacolare il pubblico transito, limitate ai vani di apertura dell’esercizio e realizzate in materiale di tela o tela plastificata.
La sporgenza deve comunque essere contenuta all’interno di marciapiedi o slarghi pedonali. Il bordo inferiore dovrà essere posto ad altezza minima di cm. 220 dal piano pedonale. Possono analogamente autorizzarsi coperture

stagionali o temporanee mediante ombrelloni e simili in prossimità di esercizi pubblici, a condizione di un gradevole inserimento nel contesto e senza ostacolo al pubblico transito;

- b. in Ambito B sono ammesse tende solari realizzate in materiale di tela o tela plastificata di sporgenza contenuta all'interno di marciapiedi o zone pedonali, limitate ai vani di apertura dell'esercizio.
Il bordo inferiore non dovrà essere posto ad altezza minima di cm.220 dal piano pedonale. I colori delle tende dovranno essere intonati all'ambiente. Sono analogamente ammesse coperture stagionali o temporanee mediante ombrelloni e simili.
6. Si definisce "cavalletto" la struttura mobile da esposizione, sia essa in legno o in metallo, posta nelle immediate vicinanze dell'esercizio di riferimento:
- a. in Ambito A è consentita l'installazione di cavalletti mobili di esposizione, del tipo da pittore o simili, in legno pregiato o ferro battuto, posti all'interno di androni e portoni o all'inizio di percorsi laterali alla viabilità principale, in maniera comunque da non ostacolare il pubblico transito.
 - b. in Ambito B è consentita l'installazione di cavalletti mobili del tipo descritto al punto precedente realizzati, in qualsiasi materiale e posti in maniera da non ostacolare il pubblico transito.

Art. 7

Pubblicità esterna: definizione e prescrizioni

1. Si definisce "plancia pubblicitaria" ogni struttura metallica, monofacciale o bifacciale ubicata in Ambito A o in Ambito B, predisposta alle affissioni di manifesti recanti informazioni di carattere pubblicitario, sia di tipo commerciale o di pubblica utilità.
2. In relazione alle sue dimensioni, la plancia pubblicitaria può definirsi poster (mt. 6,00 x 3,00), standardo (mt. 1,40 x 2,00), o espositore (mt. 0,70 x 1,00).
3. Si definisce "megaposter decorativo" ogni sistema pubblicitario monofacciale o plurifacciale, di dimensioni superiori a quelle del poster per affissioni, e realizzato secondo la tecnica del "trompe l'oeil" mediante soluzioni grafiche realizzate su tessuti speciali dipinti a mano o impressionati fotograficamente, o pannelli di qualsiasi materiale caratterizzati da una comunicazione non convenzionale, né ripetitiva; in caso di mascheramento di cantieri edilizi e di ponteggi per la ristrutturazione di fabbricati urbani **la loro** installazione non può essere **superiore alla** durata dei relativi lavori.
4. Si definisce "cartello" ogni manufatto mono o bifacciale avente come supporto una idonea struttura di sostegno, finalizzato alla diffusione di messaggi pubblicitari, sia direttamente che tramite sovrapposizione di tele, pannelli in metallo, legno o materiale plastico, adesivi, ecc.
E' ammessa l'illuminazione mediante luce propria, o per luce indiretta.
5. Gli impianti di cui al presente articolo devono essere realizzati in maniera da resistere agli agenti atmosferici e alla spinta del vento, e devono essere provvisti

di targhette di identificazione: la loro ubicazione non deve interferire con la visibilità dei segnali stradali, né ostacolare il transito veicolare e pedonale.

Art. 8

Impianti pubblicitari di servizio: definizione e prescrizioni

1. Si definiscono “impianti pubblicitari di servizio” tutti i manufatti che garantiscono, insieme al messaggio pubblicitario, l’erogazione di un servizio di utilità pubblica, ovvero informazioni di tipo istituzionale, sociale e culturale, quali ad esempio: segnali di fermate autobus, pensiline di attesa, transenne salvapedoni, cestini, sportelli Bancomat, panchine, orologi, rilevatori di temperatura e di umidità, piante topografiche, pannelli elettronici a messaggio variabile, ecc..

Essi non sono assoggettati a preventive limitazioni quantitative e devono caratterizzarsi per la loro struttura sobria, solida ed essenziale ed essere tali da non ingenerare alcuna interferenza con la segnaletica stradale.

La distanza degli impianti pubblicitari di servizio dal ciglio stradale deve essere tale da permettere l’agevole uso dei marciapiedi e non procurare intralcio al traffico veicolare e pedonale.

Le relative strutture di sostegno e di fondazione devono essere calcolate in maniera da resistere alla spinta del vento, ed essere saldamente realizzate ed ancorate, sia globalmente, sia nei loro singoli componenti.

Gli impianti pubblicitari di servizio possono essere luminosi, sia per luce propria sia per luce indiretta; la loro installazione è consentita anche in Ambito A, purché opportunamente caratterizzati e armonizzati con l’ambiente storicizzato.

Art. 9

Impianti luminosi: definizioni e prescrizioni

1. Si definisce “impianto luminoso o proiettivo” ogni struttura il cui messaggio pubblicitario, sia erogato in forma intermittente o lampeggiante, eventualmente accoppiato a informazioni di natura istituzionale o di pubblica utilità.

Rientrano in tale tipologia, anche gli impianti che proiettano immagini su pareti prospicienti, o fasci di luce finalizzati a identificare, localizzare, o pubblicizzare determinati esercizi o attività terziarie.

Qualora l’impianto luminoso fornisca anche informazioni di pubblica utilità, esso assimilato agli impianti di servizio di cui al precedente art.8.

Le dimensioni delle immagini proiettate da un impianto luminoso su pareti prospicienti non possono superare quelle delle plance di cui al precedente art. 7, comma 1 e il relativo fascio luminoso non deve interferire con il transito veicolare e pedonale.

Nel caso di fasci di luce notturni proiettati verso l’alto, l’Ufficio competente è tenuto all’accertamento di insussistenza di ogni motivo ostativo legato alla sicurezza, al decoro urbano e all’impatto ambientale.

Art. 10
Pubblicità varia: definizioni e prescrizioni

1. Si definiscono “installazioni temporanee” gli striscioni, i gonfaloni, le bandiere e ogni elemento bidimensionale non luminoso, realizzato in materiale di qualsiasi natura, non deperibile e resistente agli agenti atmosferici.

Il bordo inferiore delle installazioni temporanee posizionate al di sopra della carreggiata stradale deve essere a quota non inferiore a mt. 5,10; qualora posizionate al di sopra dei percorsi pedonali, la quota non può essere inferiore a mt. 2,50.

Le installazioni temporanee sono ammesse **per un massimo di giorni 15** e per la promozione di manifestazioni e spettacoli di carattere sociale, politico, culturale, ricreativo e sportivo; **in caso di campagne pubblicitarie di tipo commerciale, è dovuto il contributo di cui al successivo art. 15, comma 2 punto e).**

2. Si definisce “pubblicità mediante aeromobili e palloni frenati” quella effettuata mediante transito di mezzi aerei, o mediante mongolfiere, sia mobili che ancorate al suolo. Dimensioni e tipologie degli elementi riportanti i messaggi pubblicitari, e la loro durata, saranno valutati caso per caso prima dell’eventuale rilascio di titolo abilitativo, tenendo conto di ogni possibile interferenza con i problemi del decoro urbano e della sicurezza.

3. Si definisce “segno orizzontale reclamistico” la riproduzione mediante pellicole adesive su superficie stradale di scritte in caratteri alfanumerici, di simboli e marchi, finalizzati alla diffusione di messaggi pubblicitari o propagandistici.

I segni orizzontali reclamistici sono ammessi unicamente all’interno di aree ad uso pubblico di pertinenza di complessi industriali o commerciali, lungo il percorso di manifestazioni sportive, o su aree destinate allo svolgimento di manifestazioni di vario genere, limitatamente al periodo di svolgimento delle stesse ed alle ventiquattro ore precedenti e successive.

I segni orizzontali reclamistici, ove consentiti, devono essere realizzati con materiali rimovibili, ma ben ancorati alla superficie stradale, in maniera da non limitare l’aderenza al suolo dei veicoli transitanti.

4. Si definisce “pubblicità sui veicoli” la pubblicità realizzata, senza preventive limitazioni quantitative, su automezzi pubblici o privati. Essa può essere luminosa o non luminosa.

È sempre possibile l’apposizione sui veicoli privati di pubblicità non effettuata per conto terzi, consistente nella riproduzione del marchio o della ragione sociale della ditta cui appartiene il veicolo.

La pubblicità sui veicoli per conto terzi è consentita sui mezzi adibiti al trasporto di linea, a condizione che non sia realizzata mediante messaggi luminosi e variabili, e sia contenuta negli spazi laterali del veicolo, entro forme geometriche regolari.

La pubblicità, luminosa o non luminosa, per conto terzi è altresì consentita sui veicoli adibiti al servizio di taxi-urbano, a condizione che sia realizzata su pannello piano bifacciale, e anche su automezzi appositamente predisposti recanti pannelli di dimensioni non superiori a mt.6,00 x **mt. 3,00 definiti “vele”;**

in quest'ultimo caso la sosta dell'automezzo su uno stesso suolo pubblico non può superare i 60 minuti consecutivi.

5. Si definisce "pubblicità fonica" quella diffusa dall'interno di autoveicoli, motoveicoli, rimorchi e ciclomotori. Di norma possono essere diffusi unicamente messaggi di pubblico interesse disposti dall'autorità di pubblica sicurezza o dal Sindaco, ovvero messaggi di natura istituzionale, sociale, culturale o di tipo politico in caso di campagne elettorali.
6. Si definisce "pubblicità ambulante" quella diffusa a mezzo di volantini di carattere commerciale nelle pubbliche vie, sia con consegna a mano sia con apposizione sulle autovetture parcheggiate. Il volantinaggio nelle pubbliche vie, di norma, può essere riferito solo a iniziative di carattere sociale, politico e culturale.

Art. 11

Titolo autorizzativo

1. Il soggetto interessato al rilascio di Autorizzazione per l'installazione di cartelli, di insegne di esercizio o di altri mezzi pubblicitari di cui ai precedenti artt.6, 7, 8 e 9 e art. 10, comma 1 e comma 4, deve presentare la relativa domanda, in carta legale, all'Ufficio competente, allegando un progetto, in duplice copia, a firma di un professionista abilitato, comprendente i seguenti elaborati:
 - individuazione planimetrica e relazione tecnica sulle caratteristiche e modalità di installazione;
 - fotografie o fotomontaggio della zona interessata con eventuali prospetti e planimetrie di dettaglio;
 - tipologia dell'impianto con relativi particolari costruttivi ed eventuale bozzetto del messaggio da esporre.
 - **nulla-osta del Consorzio Industriale per impianti in Zona Industriale.**
2. Il soggetto richiedente deve versare, per il rilascio dell'Autorizzazione e per ogni suo rinnovo, i diritti tecnici e i diritti di segreteria vigenti alla data di rilascio dell'atto. Nel caso di impianti e installazioni temporanee della durata non superiore a 15 giorni è sufficiente il nulla-osta dirigenziale subordinato alla verifica del rispetto delle norme del presente regolamento e del pagamento dei soli diritti di segreteria.
3. L'eventuale nulla-osta del proprietario del suolo o dell'immobile interessato da una installazione pubblicitaria deve essere acquisito prima dell'inizio dei lavori.
4. Per le insegne di cui al precedente art.6, comma 1, da installarsi in Ambito B, purché esattamente contenute all'interno dei sestii di apertura dell'esercizio, e per le targhe conformi al precedente art.6, comma 4, l'Autorizzazione è sostituita da Dichiarazione di Inizio Attività ai sensi dell'art.2, comma 60, della L.662/96.
5. Qualora il soggetto titolare dell'Autorizzazione di una indicazione di esercizio nei suoi pressi, intenda procedere alla mera variazione del messaggio pubblicitario già autorizzato, può farne regolare domanda all'Ufficio

competente, allegando il bozzetto del nuovo messaggio; decorsi venti giorni l'Autorizzazione si intende rilasciata.

Art. 12 **Validità dell'Autorizzazione**

1. Le Autorizzazioni rilasciate per gli impianti di cui al precedente art.6 valgono a tempo indeterminato, ovvero fino all'entrata in vigore di norme contrastanti con quelle vigenti all'atto di emanazione del titolo.
2. Le Autorizzazioni all'installazione di qualsiasi tipo di mezzo pubblicitario di cui ai precedenti artt.7, 8 e 9, hanno validità per un periodo di tre anni e sono rinnovabili; per le domande di semplice rinnovo di impianti già autorizzati, è sufficiente il rinvio alla stessa documentazione tecnica già presentata in sede di rilascio dell'Autorizzazione originaria.

Art. 13 **Obblighi del titolare dell'Autorizzazione**

1. E' fatto obbligo al titolare dell'Autorizzazione di:
 - verificare il buono stato di conservazione degli impianti pubblicitari autorizzati e delle loro strutture di sostegno;
 - effettuare tutti gli interventi necessari al loro mantenimento, alla pulizia e al decoro;
 - adempiere, nei tempi richiesti, a tutte le prescrizioni impartite dall'Amministrazione comunale al momento del rilascio dell'Autorizzazione, o anche successivamente per intervenute e motivate esigenze;
 - procedere alla rimozione nel caso di decadenza o revoca dell'Autorizzazione, nel caso di insussistenza delle condizioni di sicurezza o per cause di forza maggiore che siano tempestivamente segnalate da parte dell'Amministrazione comunale.
2. In caso di installazioni plurime, o seriali intestate ad una stessa ditta, è necessario la nomina di un Direttore Tecnico, scelto tra i professionisti abilitati, il quale è tenuto a relazionare **annualmente, ovvero all'atto della richiesta dell'eventuale rinnovo dell'autorizzazione**, all'Ufficio competente circa la corretta gestione e lo stato di manutenzione degli impianti autorizzati.
3. È fatto obbligo al titolare dell'Autorizzazione per la posa di segni orizzontali reclamistici, nonché di striscioni, locandine, stendardi e luminarie, di provvedere alla rimozione degli stessi entro le quarantotto ore successive alla conclusione della manifestazione di riferimento, ripristinando accuratamente lo stato dei luoghi.
4. Ogni inadempienza delle prescrizioni di cui al presente articolo espone il titolare dell'Autorizzazione alle sanzioni di cui al successivo articolo 42.

Art. 14
Adattamenti dei mezzi pubblicitari esistenti

1. L'Ufficio competente provvede alla verifica e all'eventuale conferma delle situazioni esistenti sul territorio comunale, secondo le procedure di cui ai commi seguenti.
2. Tutti gli impianti conformi al Regolamento si intendono confermati secondo le prescrizioni e i limiti fissati nel relativo titolo abilitativo; in caso di insegne di esercizio, di cui al precedente articolo 6, realizzate da oltre dieci anni e non palesemente difformi, si procede alla presa d'atto da parte dell'Ufficio competente, previa autocertificazione da parte dell'interessato, presentazione di fotografie e versamento dei diritti di segreteria. Nella presa d'atto l'Ufficio competente può indicare tempi e modi per la migliore armonizzazione dell'impianto.
3. Le installazioni di cui al precedente art. 6 che risultino non conformi alle prescrizioni del Regolamento, sono adeguate entro mesi 12 dalla data della sua entrata in vigore; in mancanza si procede alla rimozione in danno del soggetto proprietario.
4. **Nel caso di impianti che risultino non regolarmente autorizzati, o non conformi alle prescrizioni del Regolamento è assegnato un termine non superiore a giorni 15 per l'eliminazione o eventuale adeguamento; in mancanza si procede alla rimozione in danno del soggetto proprietario dell'impianto.**

Art. 15
Norme transitorie

1. Le convenzioni eventualmente stipulate tra Amministrazione comunale e ditte installatrici di impianti di servizio costituenti una rete a scala urbana, esplicano i loro effetti non oltre la data di entrata in vigore del PRIP; il soggetto convenzionato non può comunque avere interesse o partecipazione, diretta o indiretta, ad altre forme di installazioni pubblicitarie sul territorio comunale.
2. Nelle more di approvazione del PRIP, le autorizzazioni per gli impianti di cui ai precedenti articoli 7 e 8 possono essere rilasciate a carattere temporaneo **entro il complessivo limite dimensionale** di cui all'art. 3, comma 2, su istanza dei soggetti aventi titolo, da presentare entro il 1 marzo di ogni anno e in base a proposte progettuali sottoscritte da tecnici abilitati, alle condizioni di cui ai punti seguenti:
 - a. *riqualificazione dei siti:*

è fatto obbligo alla diretta **cura e riqualificazione** degli ambiti e delle zone prescelti, mediante elementi di arredo, tinteggiatura, rivestimenti lapidei o vegetali, **sistemazioni a verde, ecc.;**
 - b. *posizionamenti ammessi:*

- **nel caso di plance pubblicitarie** è **prescritto** il mascheramento di pareti, muri di sostegno, piazzole RSU, (raccolta rifiuti solidi urbani) cantieri di costruzione, zone degradate, ecc.;

- nel caso di impianti del tipo a stendardo o a cartello è ammessa l'installazione in serie fino al massimo di 5 elementi a margine della viabilità veicolare, nel rispetto del Codice della Strada;

- **nell'ambito dell'Area Industriale**, gestita dal Consorzio Industriale di Potenza, è ammesso il posizionamento di plance pubblicitarie a margine della viabilità, purché parallele al senso di marcia veicolare;

c. decadenza:

il titolo autorizzativo è rilasciato per un periodo non superiore a 3 anni; esso perde efficacia in caso di contrasto rispetto a norme sopravvenienti (norme di Legge, Regolamenti o PRIP) con l'obbligo di immediato ripristino dello stato dei luoghi a cura e spese dell'interessato;

d. polizza fidejussoria:

deposito di polizza emessa da compagnia assicurativa abilitata, a garanzia delle spese per l'eventuale rimozione coattiva, per un importo di € 15,50 per ogni mq. di superficie degli elementi autorizzati;

e. contributo di miglioria:

corresponsione di una somma **da destinare espressamente** all'elevazione della qualità urbana **commisurata ai mq di superficie pubblicitaria** pari a:

- **€ 20,00/mq in ragione di anno, per impianti del tipo a poster; per periodi inferiori il contributo viene computato in ragione di € 2,00/mq per ciascun mese o frazione di mese;**

- **€ 10,00/mq in ragione di anno per impianti del tipo a plancia o stendardo; per periodi inferiori il contributo viene computato in ragione di € 1,00/mq per ciascun mese o frazione di mese.**

f. titolarità:

L'Autorizzazione all'installazione di impianti di cui al presente articolo è rilasciata esclusivamente ai soggetti abilitati ed entro il limite massimo di un quarto della disponibilità prevista da ciascuna tipologia di impianti, fino all'approvazione del PRIP; in via transitoria sono fatte salve le autorizzazioni rilasciate alla data dell'adozione del presente provvedimento e comunque non oltre il limite di un terzo della disponibilità.

3 In caso di installazione realizzata direttamente dall'Amministrazione comunale ovvero tramite il Concessionario del servizio di pubbliche affissioni non si applicano le condizioni di cui ai punti d) e) del precedente comma 2.

4 **Per l'esercizio 2007 la somma di € 40.000,00 rinveniente dalle entrate di cui al precedente punto e) è destinata alle spese necessarie alla redazione del PRIP.**

TITOLO II

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

CAPO I

DISCIPLINA GENERALE

Art. 16

Applicazione dell'imposta e del diritto

1. In conformità alle disposizioni del Capo I del Decreto e del presente Regolamento, la pubblicità esterna è soggetta ad un'**imposta** e le pubbliche affissioni sono soggette ad un **diritto**, dovuti al Comune nel cui territorio sono effettuate.

Art. 17

Classificazione del Comune

1. In conformità all'art. 2 del Decreto, il Comune di Potenza è classificato nella classe III, in quanto capoluogo di provincia con una popolazione di circa 70.000 abitanti.

2. In applicazione del comma 1 del citato art. 2 del Decreto, entro il termine per l'approvazione delle tariffe, la Giunta Comunale prende atto, con deliberazione, di eventuali variazioni della consistenza della popolazione residente al 31 dicembre del penultimo anno precedente a quello in corso, quale risulta dai dati pubblicati annualmente dall'Istituto Nazionale di statistica, che comportino la modifica della classe di appartenenza del Comune.

Art. 18

La deliberazione delle tariffe

1. Il territorio comunale, ai fini delle imposte e dei diritti di cui al presente Regolamento e indipendentemente dalla delimitazione urbanistico-ambientale di cui al precedente art. 4 è suddiviso in due categorie, speciale ed ordinaria:

Categoria speciale:

Tutte le vie, vicoli, piazze, larghi, ecc. del Centro Storico (zona "A" di P.R.G.); Via Mazzini, Via Cavour, Corso Garibaldi; Viale Marconi; Viale Dante; P.zza Stazione Inferiore; P.zza Stazione Superiore; Campo Sportivo Viviani (interno ed esterno compreso in una zona di rispetto di mq. 10); Via Vaccaro (dall'incrocio di V.le del Basento a P.zza V. Emanuele II); Via Ciccioiti; Ospedale S. Carlo (solo Via Petrone); Via Lazio; Via Sicilia; via A. Vecchia; P.zza Cagliari; P.zza Bologna; Viale Firenze; Via Milano; Via D. Di Giura; Via F.S. Nitti; Via N. Sauro; Viale del Basento; Via del Gallitello; Tutte le vie della zona industriale (zona "D1" di P.R.G.)

Categoria ordinaria:

Tutte le altre località del territorio comunale.

Per la prima categoria (speciale) le tariffe ordinarie sono maggiorate del centocinquanta per cento.

2. Le tariffe dell'imposta sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni sono deliberate dalla Giunta comunale entro il 31 marzo di ogni anno ed entrano in vigore il 1° gennaio del medesimo anno; qualora entro il termine predetto non venga adottata alcuna delibera di variazione, si intendono confermate le tariffe dell'anno precedente.

3. **SOPPRESSO.**

4. La Giunta comunale, entro il 31 marzo di ogni anno, può deliberare la nuova misura della maggiorazione da applicare alle tariffe della categoria speciale per l'anno successivo, entro il limite massimo del 150% della tariffa normale stabilito dalla legge.

5. Quando non sono approvate modifiche, continua ad applicarsi la maggiorazione già in vigore.

CAPO II

IMPOSTA SULLA PUBBLICITA' – DISCIPLINA

Art. 19

Presupposto dell'imposta

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

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

3. Si considerano rilevanti ai fini dell'imposizione:

- a) i messaggi diffusi nell'esercizio di un'attività economica allo scopo di promuovere la domanda e la diffusione di beni e servizi di qualsiasi natura;
- b) i messaggi finalizzati a migliorare l'immagine del soggetto pubblicizzato;
- c) sono escluse dall'imposizione le insegne di esercizio per come definite al successivo articolo 19 bis.

Art. 19 bis

Insegne di esercizio – Esclusione dall'imposta

1. Ai sensi del combinato disposto degli artt. 17, comma 1 bis del Decreto introdotto dall'art. 10 comma 1, lettera c della L. n. 448/01 dell'art. 2 bis della Legge n. 75/02 e dell'art. 47 comma 1 del regolamento di cui al D.P.R. N. 495/92, si definisce insegna di esercizio la scritta in caratteri alfanumerici, realizzata o supportata con materiali di qualsiasi natura, completata eventualmente da un simbolo o da un marchio, che sia posta nella sede o nelle pertinenze accessorie alla stessa e che abbia la funzione di indicare al pubblico e di contraddistinguere il luogo di svolgimento delle attività

economiche, intendendosi le stesse, ai fini della esclusione del tributo, quelle commerciali e di produzione di beni o servizi.

2. La insegna per come definita per essere esclusa dal tributo deve limitarsi alla indicazione dell'attività generica esercitata, della titolarità e del marchio, o simbolo, dell'esercizio e può essere posta all'interno, sulle vetrine e negli ingressi, sulle pareti soprastanti e laterali e se bifacciale o a più facce, anche infissa sulle medesime.

3. Le insegne poste su spazi ed aree pubbliche, o di terzi, in prossimità, o a distanza della sede dell'esercizio e comunque ubicate al di fuori della stessa, o delle eventuali pertinenze accessorie, sono soggette ad imposta di pubblicità.

4. L'imposta è dovuta parimenti sulle insegne di esercizio che superano, singolarmente o complessivamente, la superficie di 5 metri quadrati. La detta superficie è da calcolare secondo i criteri di cui all'art. 7 del Decreto per ogni sede nel caso di pluralità di sedi nello stesso Comune.

Art. 20

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 comma 1 è tenuto, oltre a munirsi dell'eventuale Autorizzazione edilizia di cui al precedente art. 11, all'obbligo della dichiarazione iniziale della pubblicità, delle variazioni della stessa e al connesso pagamento dell'imposta.

4. Al titolare del mezzo pubblicitario è notificato l'eventuale avviso di accertamento e di rettifica e nei suoi confronti sono effettuate le azioni per la riscossione coattiva di imposta, accessori e spese.

5. Nel caso in cui non sia possibile individuare il titolare del mezzo pubblicitario, installato senza Autorizzazione, ovvero nel caso in cui il procedimento di riscossione nei suoi confronti abbia esito negativo, il Comune notifica avviso di accertamento, di rettifica od invito al pagamento al soggetto indicato al comma 2 del presente articolo, sperando nei suoi confronti le azioni per il recupero del credito d'imposta, accessori e spese.

Art. 21

Modalità di applicazione dell'imposta

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

2. L'imposta per i mezzi polifacciali è calcolata in base alla superficie complessiva adibita alla pubblicità.
3. Le iscrizioni pubblicitarie, espresse anche in forma simbolica, non collocate su struttura propria, sono assoggettate all'imposta per la superficie corrispondente all'ideale figura piana minima in cui sono comprese.
4. L'imposta per i mezzi pubblicitari aventi dimensioni tridimensionali è calcolata in base alla superficie laterale complessiva del minimo solido geometrico nel quale può essere ricompreso il mezzo.
5. Le superfici inferiori ad un metro quadrato si arrotondano per eccesso al metro quadrato e le frazioni di esso, oltre il primo, a mezzo metro quadrato.
6. Per superfici inferiori a 300 cmq. l'imposta non si applica.
7. Agli effetti del calcolo della superficie imponibile i festoni, le bandiere, i mezzi di identico contenuto pubblicitario e quelli riferibili al medesimo soggetto passivo, purchè collocati in connessione fra loro, sono considerati come unico mezzo pubblicitario.
8. La pubblicità ordinaria effettuata mediante locandine da collocare a cura dell'utenza all'esterno od all'interno di locali pubblici od aperti al pubblico, è autorizzata dal Comune, previo pagamento dell'imposta, mediante apposizione di timbro con la data di scadenza dell'esposizione. Quando il collocamento diretto di locandine ha carattere ricorrente il committente deve presentare, con la prescritta dichiarazione, l'elenco completo dei locali nei quali detti mezzi pubblicitari vengono collocati. In caso di esposizione con carattere occasionale si prescinde dall'obbligo di presentare l'elenco dei locali; in tal caso l'imposta forfettariamente dovuta è pari alla misura prevista per la categoria speciale sul 35% del totale delle locandine.
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.

Art. 22

Dichiarazione

1. Il soggetto passivo dell'imposta è tenuto, prima di iniziare la pubblicità, oltre che a munirsi dell'autorizzazione di cui al precedente articolo 11, a presentare all'Amministrazione – al suo concessionario – 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 deve essere predisposto dall'Amministrazione – o dal suo concessionario – e messo a disposizione degli interessati.
2. La dichiarazione deve essere presentata anche nei casi di variazione della pubblicità, che comportino la modificazione della superficie esposta o del tipo di

pubblicità effettuata, con conseguente nuova imposizione; è fatto obbligo all'Amministrazione di procedere al conguaglio tra l'importo dovuto in seguito alla nuova dichiarazione e quello pagato per lo stesso periodo. Nel caso in cui sia dovuto un rimborso da parte del Comune questo provvede, dopo le necessarie verifiche, entro 90 giorni, senza spese per l'utente.

3. La dichiarazione della pubblicità annuale ha effetto anche per gli anni successivi, purché non si verifichino modificazione degli elementi dichiarativi cui consegua un diverso ammontare dell'imposta dovuta; tale pubblicità si intende prorogata con il pagamento della relativa imposta effettuato entro il 31 gennaio dell'anno di riferimento, sempre che non venga presentata denuncia di cessazione entro il medesimo termine. In mancanza di denuncia di cessazione da presentare entro il 31 gennaio di ogni anno, la dichiarazione della pubblicità annuale ha effetto anche per gli anni successivi.

4. Nei casi in cui sia omessa la presentazione della dichiarazione, la pubblicità ordinaria e quella effettuata con veicoli e con pannelli luminosi, si presume effettuata, in ogni caso, con decorrenza dal 1° gennaio dell'anno in cui è stata accertata. Le altre forme di pubblicità si presumono effettuate dal primo giorno del mese in cui è stato effettuato l'accertamento.

Art. 23

Pagamento dell'imposta e del diritto

1. L'imposta per le fattispecie pubblicitarie previste dall'art. 12, commi 1 e 3, dall'art. 13 e dall'art. 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 la pubblicità effettuata mediante affissioni dirette, di cui all'art. 12, comma 3 del Decreto, l'imposta è sempre dovuta per anno solare, indipendentemente dall'effettiva durata dell'utilizzazione; per le altre fattispecie il periodo d'imposta è quello specificato nelle disposizioni alle stesse relative.

2. Il pagamento dell'imposta sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni aventi carattere commerciale deve essere effettuato a mezzo di conto corrente postale intestato al Comune, o al concessionario in caso di affidamento in concessione. L'Autorizzazione e/o l'attestazione dell'avvenuto pagamento dell'imposta sulla pubblicità sono allegate alla dichiarazione di cui all'art. 22.

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

4. 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 € 1.549,37 il pagamento può essere effettuato in rate trimestrali, entro il 31 gennaio, 30 aprile, 31 luglio e 31 ottobre.

5. Anche il pagamento del diritto relativo alle pubbliche affissioni non aventi carattere commerciale deve essere effettuato a mezzo di conto corrente postale, direttamente al Comune (o al Concessionario) al momento della richiesta del servizio d'affissione. L'attestazione del pagamento del diritto a mezzo del conto corrente postale è allegata

alla comunicazione per l'affissione dei manifesti. Per il pagamento diretto l'ufficio rilascia ricevuta da apposito bollettario o con sistema automatizzato. Le somme riscosse sono versate alla Tesoreria comunale.

6. 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 4, del Codice Civile.

7. Entro il termine di due anni decorrente dal giorno nel quale è stato effettuato il pagamento dell'imposta sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni, oppure 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 indirizzata al Comune, il quale provvede al rimborso nel termine di 90 giorni dalla richiesta.

8. Entro il termine di cinque anni decorrente dal giorno in cui è stato effettuato il pagamento, ovvero da quello in cui è stato definitivamente accertato il diritto al rimborso, il contribuente può chiedere la restituzione di somme versate e non dovute mediante apposita istanza. Il comune è tenuto a provvedere nel termine di centottanta giorni.

Art. 24

Rettifica ed accertamento d'ufficio

1. Il Comune, entro cinque anni dalla data in cui la dichiarazione è stata o avrebbe dovuta essere presentata, procede a rettifica o ad accertamento d'ufficio, notificando al contribuente, anche a mezzo posta mediante raccomandata con avviso di ricevimento, apposito avviso motivato. Nell'avviso devono essere indicati il soggetto passivo, le caratteristiche e l'ubicazione del mezzo pubblicitario, l'importo dell'imposta o della maggiore imposta dovuta, delle sanzioni dovute e dei relativi interessi, nonché il termine di sessanta giorni entro cui effettuare il relativo pagamento.

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 sanzioni dovute e dei relativi interessi ed il termine di sessanta giorni entro cui effettuare il pagamento.

3. Nell'avviso devono essere inoltre precisate:

- l'ufficio comunale emittente, il suo indirizzo ed orario di servizio ed il numero telefonico;
- il responsabile del procedimento, se diverso dal funzionario di cui al successivo comma 4;
- il termine entro il quale si può ricorrere alla Commissione Tributaria competente e la forma da osservare, in conformità agli artt. 18,19,20 e 21 del D.Lgs. 31 dicembre 1992, n. 546;

4. Gli avvisi di accertamento e rettifica sono sottoscritti dal funzionario responsabile della gestione dell'imposta. Nel caso di gestione del servizio in concessione, gli avvisi sono sottoscritti da un rappresentante del concessionario.

Art. 24-bis
Riscossione coattiva

1. Decorsi infruttuosamente 60 giorni dalla notificazione dell'avviso di accertamento, il comune procede alla riscossione coattiva del tributo e dei relativi interessi e sanzioni.
2. Ai sensi del comma 6 dell'art. 52 del D.L.vo n. 446/1997 la riscossione coattiva può essere effettuata seguendo la procedura prevista dal DPR n. 602/1973 se affidata ai concessionari della riscossione oppure con l'ingiunzione fiscale se svolta dall'ente locale o se affidata ad altri soggetti.

CAPO III

IMPOSTA SULLA PUBBLICITA' – TARIFFE

Art. 25
Tariffe

1. Le tariffe dell'imposta sulla pubblicità sono deliberate dalla Giunta comunale nelle misure stabilite dal Decreto e secondo quanto disposto dal presente capo.

Art. 26
Pubblicità ordinaria

1. L'imposta per la **pubblicità ordinaria**, effettuata con i mezzi di cui all'art. 1 comma 4.a) del Regolamento, si applica, secondo la tariffa stabilita dall'art. 12 del Decreto, per anno solare e per metro quadrato di superficie determinato con le modalità di cui al precedente art. 21.

1bis. A partire dal 1 marzo 2001, in applicazione del Decreto del Presidente del Consiglio dei Ministri, la tariffa base di cui al comma 1 è aumentata di lire seimila (ovvero Euro 3,10).

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, si applica l'imposta ordinaria in base alla superficie di ciascun impianto determinata in conformità all'art. 21, sempre nella misura stabilita per anno solare, indipendentemente dall'effettiva durata dell'utilizzazione ed in difformità da quanto previsto dall'art. 12 comma 3 del Decreto.

4. Per la pubblicità di cui ai commi precedenti con superficie compresa fra mq. 5,5 e mq. 8,5, la tariffa dell'imposta è maggiorata del 50%; mentre con superficie superiore a mq. 8,5 la tariffa dell'imposta è maggiorata del 100%.

5. Qualora la pubblicità di cui al presente articolo sia effettuata in forma luminosa, con luce diretta o indiretta, la tariffa dell'imposta è maggiorata del 100%.
6. Le maggiorazioni d'imposta si applicano con le modalità previste dall'art. 21, comma 10.

Art. 27 **Pubblicità con veicoli**

1. L'imposta per la **pubblicità con veicoli** effettuata con i mezzi compresi nelle tipologie previste dall'art. 10, comma 4. del Regolamento, si applica secondo la tariffa stabilita dall'art. 13 comma 1 del Decreto, 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 comma 4 dell'art. 26, quando le dimensioni della stessa sono comprese nelle superfici da tale norma previste.
3. Qualora la pubblicità sia effettuata in forma luminosa con luce diretta o indiretta la relativa tariffa è maggiorata del 100%.
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. 28 **Pubblicità con veicoli dell'impresa**

1. L'imposta per la **pubblicità con veicoli dell'impresa** effettuata per proprio conto, o adibiti ai trasporti per conto della stessa è dovuta, per anno solare secondo la tariffa deliberata dalla Giunta comunale in conformità all'art. 13, comma 3, del Decreto:
 - al Comune ove ha sede l'impresa o qualsiasi sua dipendenza;
 - ovvero al Comune dove sono domiciliati i suoi agenti mandatari che alla data del 1° gennaio di ciascun anno, o a quello successiva di immatricolazione, hanno in dotazione i veicoli suddetti.
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 in caso di mera 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 0,5 mq.

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

Art. 29

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. 1, comma 4.c) del Regolamento si applica, indipendentemente dal numero dei messaggi, secondo la tariffa stabilita dall'art. 14, comma 1, del Decreto, per anno solare e per metro quadrato di superficie determinata con le modalità di cui all'art. 21.

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 dall'impresa, si applica in misura pari alla metà delle tariffe sopra previste.

Art. 30

Pubblicità con proiezioni

1. L'imposta per la pubblicità con proiezioni ed altri mezzi compresi nelle tipologie consentite dall'art. 9 del Regolamento, effettuata in luoghi pubblici od aperti al pubblico, si applica secondo la tariffa stabilita, per la classe del Comune, dall'art. 14, comma 4, del Decreto 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 quella di cui al precedente comma.

Art. 31

Pubblicità varia

1. La tariffa dell'imposta per la pubblicità varia di cui all'art. 1 comma 4.d) si applica come segue:

- a) nel caso di striscioni od altri mezzi simili che attraversano strade o piazze, l'imposta si applica, per ciascun metro quadrato e per ogni periodo di esposizione di 15 giorni o frazione, nella misura stabilita dall'art. 15 comma 1 del Decreto. La superficie soggetta ad imposta è determinata con le modalità di cui all'art. 21, commi 2 e 6 del Regolamento. Non si applicano maggiorazioni riferite alla dimensione del mezzo pubblicitario;
- b) per la pubblicità effettuata da aeromobili mediante scritte, striscioni, disegni fumogeni, lancio di oggetti o manifestini, ivi comprese quella eseguita su specchi d'acqua per ogni giorno o frazione, indipendentemente dai soggetti pubblicizzati, è dovuta l'imposta nella misura stabilita dall'art. 15, comma 2, del Decreto;

- c) nel caso di palloni frenati e simili l'imposta si applica per ogni giorno o frazione e per ciascun mezzo, indipendentemente dai soggetti pubblicizzati, in misura pari alla metà di quella stabilita dall'art. 15, comma 2, del Decreto;
- d) nel caso di pubblicità 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 l'imposta 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 dall'art. 15, comma 4, del Decreto;
- e) nel caso di mezzi di amplificazione e simili l'imposta è dovuta, per ciascun punto di pubblicità e per ciascun giorno o frazione, nella misura stabilita dall'art. 15, comma 5, del Decreto.

Art. 32

Imposta sulla pubblicità – Riduzioni

1. La tariffa dell'imposta sulla pubblicità è ridotta alla metà nei seguenti casi:
 - a) per la pubblicità avente le caratteristiche e finalità di cui all'art. 19, commi 3.b) e 3.c) 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, o a spettacoli viaggianti e manifestazioni di beneficenza.

2. Alla pubblicità realizzata con mezzi che comprendono, con i messaggi relativi ai soggetti ed alle manifestazioni di cui al precedente comma 1 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. 19, comma 3 a), si applica la tariffa dell'imposta senza alcuna riduzione.

3. I requisiti soggettivi previsti dalla lettera a) del comma 1 sono autocertificati nella dichiarazione di cui all'art. 22, mediante sottoscrizione dell'interessato autenticata dal funzionario responsabile o dal rappresentante del Concessionario. Quando sussistono motivi per verificare l'effettivo possesso dei requisiti autocertificati, il soggetto passivo è invitato a presentare, entro un termine congruo, la documentazione ritenuta necessaria. L'autocertificazione e la documentazione sono acquisite per la prima dichiarazione e non devono essere ripetute dallo stesso soggetto in occasione di successive esposizione 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 fac-simile. 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 dalle norme che danno diritto alla riduzione dell'imposta.

Art. 33
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 e i mezzi pubblicitari 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 0,5 mq per ciascuna vetrina od ingresso.
 - b) gli avvisi al pubblico aventi le seguenti caratteristiche:
 - esposti nelle vetrine, sulle porte d'ingresso dei locali, o nelle immediate adiacenze del punto di vendita, purché relativi all'attività svolta, nonché quelle riguardanti la localizzazione e l'utilizzazione dei servizi di pubblica utilità che non superino la superficie di mezzo metro quadrato;
 - riguardanti la locazione e la compravendita degli immobili sui quali sono affissi, purché di superficie non superiore ad 1/4 di mq;
 - c) la pubblicità esposta 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 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; e 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 e dei mezzi di trasporto pubblico;
 - 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 targhe e simili la cui esposizione sia obbligatoria per disposizione di legge o di regolamento, di dimensioni non superiori a 0,5 mq di superficie, o di dimensioni maggiori qualora espressamente prescritte dalle disposizioni predette;
 - l) le insegne di esercizio di attività commerciali e di produzione di beni o servizi, per come definite al precedente articolo 19 bis, che contraddistinguono la sede ove si svolge l'attività cui si riferiscono, solo se di superficie complessiva fino a 5 metri quadrati;
 - m) ai sensi dell'art. 6, comma 2-bis, del D. lgs. 15 novembre 1993, n. 507, introdotto dall'art. 1, comma 480, lettera a) della Legge 30 dicembre 2004, n. 311 (finanziaria 2005), per i soggetti di cui all'articolo 20 del D.lgs. n. 507/1993 non trova applicazione l'imposta sulla pubblicità.
2. Ai fini dell'esenzione dall'imposta di cui al precedente comma 1, l'attività esercitata è quella risultante dalle autorizzazioni comunali, di pubblica sicurezza, di altre autorità, od accertata dal Registro delle imprese presso la Camera di Commercio.
3. L'esenzione dall'imposta prevista dalla lettera g) del precedente comma 1 compete agli enti pubblici territoriali per la pubblicità effettuata nell'ambito della loro circoscrizione.

4. I soggetti interessati all'esenzione di cui alla lettera b) del precedente comma 1 devono presentare in visione al Comune idonea documentazione od autocertificazione relativa al possesso dei requisiti richiesti per il beneficio. La mancata presentazione dei documenti suddetti nei termini stabiliti, comporta l'applicazione dell'imposta sulla pubblicità, non essendo stato provato il diritto all'esenzione.

CAPO IV

IL SERVIZIO DELLE PUBBLICHE AFFISSIONI

Art. 34

Finalità

1. Il Comune, o il concessionario del servizio, assicura l'affissione negli appositi impianti di cui al precedente art. 3, di manifesti finalizzati a erogare comunicazioni con finalità istituzionali, sociali o comunque prive di rilevanza economica, nonché 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 di norma, e quelli per i quali l'affissione è richiesta dai soggetti e per gli obiettivi di cui agli art. 20 e 21 del Decreto, richiamati nei successivi articoli 38 e 39.

3. La collocazione degli impianti destinati alle affissioni di cui al precedente comma deve essere realizzata negli spazi di cui all'art. 3 comma 2.a) in posizioni particolarmente idonee ad assicurare ai cittadini la conoscenza di tutte le informazioni relative all'attività del Comune e degli enti pubblici, per conseguire la loro partecipazione consapevole alla vita dell'amministrazione 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. 3 comma 2.b) del Regolamento.

6. I manifesti di natura commerciale da affiggere negli spazi di cui all'art. 3 comma 2.c) del Regolamento, attribuiti a soggetti privati per l'effettuazione di affissioni dirette, sono classificati ai fini tributari come pubblicità ordinaria in conformità a quanto dispone l'art. 12, comma 3, del Decreto, con applicazione dell'imposta in base alla superficie di ciascun impianto, nella misura e con le modalità di cui al comma 3 del precedente art. 26.

7. Verificandosi perduranti eccedenze di manifesti da affiggere in una **tipologia** di impianti e, contemporaneamente, disponibilità ricorrente di spazi non utilizzati nelle altre tipologie di impianti, il funzionario responsabile, può disporre una temporanea deroga, per non più di 3 mesi, dai limiti stabiliti. Qualora nel prosieguo del tempo siano

confermate le eccedenze e disponibilità che hanno motivato la deroga, il funzionario responsabile propone alla Giunta Comunale la definitiva modifica della ripartizione degli spazi, ferma restando l'attribuzione già determinata delle superfici per l'affissione diretta.

Art. 35

Affissioni – Prenotazioni – Registro cronologico

1. L'affissione s'intende prenotata dal momento in cui perviene al funzionario responsabile all'ufficio preposto la commissione accompagnata dall'attestazione dell'avvenuto pagamento del diritto.
2. Le commissioni sono iscritte nell'apposito registro ove sono contenute tutte le notizie alle stesse relative, tenuto in ordine cronologico di prenotazione e costantemente aggiornato dal funzionario responsabile del servizio, o altri dallo stesso delegato.
3. Il registro cronologico è tenuto presso l'Ufficio affissioni e deve essere esibito a chiunque ne faccia richiesta.
4. Il committente può richiedere espressamente che l'affissione sia eseguita in determinati spazi da lui prescelti, corrispondendo una maggiorazione del 100% del diritto.

Art. 36

Criteri e modalità per l'espletamento del servizio

1. I manifesti devono essere fatti pervenire all'ufficio preposto, 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, la quantità e il formato; nel caso di manifesti costituiti da più fogli è necessario allegare inoltre lo schema di composizione 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 affissioni 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. 35.
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 affissioni 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 richiesta, l'ufficio comunale provvede a darne tempestiva comunicazione, per scritto, al committente.

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

9. Nei casi di cui ai commi 7 e 8 il committente può annullare la commissione con avviso da inviarsi all'ufficio affissioni entro 10 giorni dal ricevimento delle comunicazioni negli stessi previsti. L'annullamento della commissione non comporta oneri a carico del committente al quale è rimborsata integralmente la somma versata entro novanta giorni dal ricevimento dell'avviso di annullamento. I manifesti restano a disposizione del committente presso l'ufficio affissioni per 30 giorni e 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 quello richiesto o per una durata inferiore di giorni, l'ufficio affissioni provvede ad avvertire il committente per scritto. Se entro cinque giorni da tale comunicazione la commissione non viene annullata, si procede 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 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 totale o parziale del diritto sulle affissioni lo stesso, con apposita comunicazione per iscritto, 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 riservandogli, 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 commerciali richieste nello stesso giorno in cui è stato consegnato il materiale da affiggere od entro i due giorni successivi e per le affissioni da effettuare nelle ore notturne dalle ore 20 alle ore 7 o nei giorni festivi, è dovuta la maggiorazione del 10% del diritto, con un minimo di € 25,82 per commissione.

15. Nell'ufficio affissioni devono essere costantemente esposti, per la pubblica consultazione di chiunque ne faccia richiesta: le tariffe del servizio; l'elenco degli spazi

destinati alle pubbliche affissioni con l'indicazione delle categorie alle quali detti spazi appartengono; il registro cronologico delle commissioni.

16. Le disposizioni previste dal Decreto e dal Regolamento per l'imposta sulla pubblicità si applicano, per quanto compatibile e non previsto in questo capo, anche al diritto sulle pubbliche affissioni.

CAPO V

DIRITTO SULLE PUBBLICHE AFFISSIONI - TARIFFE

Art. 37

Tariffe – Applicazione e misura

- 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, per ciascun foglio di dimensioni fino a cm. 70 x 100, nella misura stabilita dall'art. 19 comma 2 del Decreto, 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.** Le maggiorazioni del diritto, a qualunque titolo previsto, sono cumulabili tra loro e si applicano sulla tariffa base.
- 7.** Le eventuali aggiunte ai manifesti già affissi sono soggette al pagamento del diritto corrispondente alla tariffa prevista per i primi 10 giorni.
- 8.** Qualora il committente richieda espressamente che l'affissione avvenga in determinati spazi da lui prescelti, è dovuta la maggiorazione del 100%.

Art. 38

Tariffe – Riduzioni

- 1.** *Salvo quanto previsto dal successivo art. 39-bis*, le tariffe del diritto per il servizio delle pubbliche affissioni sono ridotte alla metà nei seguenti casi:
 - a)** per i manifesti riguardanti in via esclusiva lo Stato e gli enti pubblici territoriali non rientranti nei casi per i quali è prevista l'esenzione dall'art. 39;
 - 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 a festeggiamenti patriottici e religiosi o per spettacoli viaggianti e di beneficenza;
- e) per gli annunci mortuari.

2. I requisiti soggettivi previsti dalla lettera b) del precedente comma 1 sono accertati con le modalità di cui all'art. 32 comma 3.

3. I requisiti oggettivi previsti dalle lettere c) e d) del precedente comma 1 sono verificati attraverso l'esame di cui all'art. 32 comma 4.

4. Le riduzioni non sono cumulabili; esse non si applicano alla misura minima del diritto stabilito per ogni commissione da effettuarsi nei casi di cui all'art. 36, comma 14.

Art. 39 **Diritto – Esenzioni**

1. *Oltre ai casi previsti dal successivo art. 39-bis*, 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, nonché gli avvisi sacri.

2. Per i manifesti di cui alla lettera a) del precedente comma 1 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 1990, n. 142.

3. Per i manifesti di cui alla lettera f) del precedente comma 1, 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.

Art. 39-bis **Spazi riservati ed esenzione dal diritto**

1. Ai sensi e per gli effetti dell'art. 20-bis del D.lgs. n. 507/1993, introdotto dall'art. 1, comma 480, lettera c) della Legge n. 311/2004 (finanziaria 2005), i Comuni devono riservare il 10% (dieci per cento) degli spazi totali per l'affissione dei manifesti ai

soggetti di cui all'art. 20 del D.lgs. n. 507/1993. La richiesta è effettuata dalla persona fisica che intende affiggere manifesti per i soggetti di cui all'art. 20 del D.lgs. n. 507/1993 e deve avvenire secondo le modalità previste dal citato D.lgs. n. 507/1993 e dal presente regolamento comunale. Il Comune non fornisce personale per l'affissione. L'affissione negli spazi riservati è esente dal diritto sulle pubbliche affissioni.

2. Le violazioni ripetute e continuate delle norme in materia d'affissioni e pubblicità commesse fino all'entrata in vigore della disposizione dell'art. 20-bis del D.lgs. n. 507/1993, mediante affissioni di manifesti politici ovvero di striscioni e mezzi simili possono essere definite in qualunque ordine e grado di giudizio, nonché in sede di riscossione delle somme eventualmente iscritte a titolo sanzionatorio, mediante il versamento, a carico del committente responsabile, di una imposta pari, per il complesso delle violazioni commesse e ripetute a €.100,00 (Euro Cento/00) per anno e per provincia. Tale versamento deve essere effettuato a favore della Tesoreria del Comune competente o della Provincia qualora le violazioni siano state compiute in più di un Comune della stessa Provincia. La definizione di cui al presente comma non dà luogo ad alcun diritto al rimborso di somme eventualmente già riscosse a titolo di sanzioni per le predette violazioni. Il termine per il versamento è fissato, a pena di decadenza dal beneficio di cui al presente comma, al 31 maggio 2005. Non si applicano le disposizioni dell'articolo 15, commi 2 e 3, della legge 10 dicembre 1993, n. 515.

TITOLO III

DISPOSIZIONI FINALI E TRANSITORIE

CAPO I

SANZIONI

Art. 40

Sanzioni tributarie

1. Le sanzioni tributarie derivanti dalla violazione delle norme relative all'effettuazione della pubblicità e de servizio dee pubbliche affissioni seguino i principi indicati nei Decreti Legislativi n. 471,472 e 473 del 18/12/97 e successive modificazioni ed integrazioni.

Art. 41

Interessi

1. Sulle somme dovute e non corrisposte nei termini ordinari prescritti per l'imposta sulla pubblicità e per il diritto sulle pubbliche affissioni si applicano interessi di mora nella misura stabilita dalla normativa vigente.

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 stabilite dalla normativa vigente.

Art. 42

Sanzioni amministrative

1. Il Comune è tenuto a vigilare, a mezzo del Corpo di Polizia Municipale e del Servizio Pubblicità ed Affissioni, sulla corretta osservanza delle disposizioni legislative e regolamentari riguardanti l'effettuazione della pubblicità e delle affissioni dirette alla stessa assimilate, richiamate o stabilite dal Regolamento.

2. Le violazioni delle disposizioni di cui al precedente comma 1 comportano sanzioni amministrative per la cui applicazione si osservano le norme stabilite dal capo I, sezione I e II, della legge 24 dicembre 1982, n. 689, salvo quanto espressamente stabilito dai commi successivi.

3. Per la violazione delle norme stabilite dal Regolamento in esecuzione del Decreto e di quelle stabilite nelle autorizzazione alle installazioni degli impianti si applica la sanzione da € 206,00 a € 1549,00. Il verbale con riportati gli estremi della violazione 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 con ricevuta di ritorno. Se il rimborso non è effettuato mediante versamento a mezzo conto corrente postale intestato al 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. 43 e 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 precedente comma 3 il Comune può effettuare l'immediata copertura della pubblicità, in modo che sia privata di efficacia pubblicitaria e disporre la rimozione delle affissioni abusive. In ambedue i casi, oltre all'applicazione delle sanzioni di cui al presente articolo, il 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 sanzioni e, se dovuti, degli interessi, di cui ai precedenti articoli 40 e 41.

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 sanzioni ed interessi. Nella predetta ordinanza è stabilito il termine entro il quale gli interessi possono richiedere la restituzione del materiale sequestrato versando le somme come sopra dovute o una cauzione, stabilita nell'ordinanza stessa, d'importo non inferiore a quello complessivamente 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 nello specifico settore ed alla programmazione di nuovi impianti pubblicitari.

Art. 42-bis **Responsabilità solidale**

1. Ai sensi dell'art. 23, comma 4-bis del D.lgs. n. 507/1993, introdotto dall'art. 1, comma 480, lettera d) della Legge n. 311/2004 (finanziaria 2005), se il manifesto riguarda l'attività di soggetti elencati nell'articolo 20 del D.lgs. n. 507/1993, il responsabile è esclusivamente colui che materialmente è colto in flagranza nell'atto d'affissione. Non sussiste responsabilità solidale.

CAPO II

CONTENZIOSO

Art. 43

Giurisdizione tributaria

1. La giurisdizione tributaria per l'imposta sulla pubblicità e per il diritto sulle pubbliche affissioni è esercitata dalla Commissione Tributaria provinciale e dalle Commissioni Tributarie regionali , secondo quanto dispone il D.Lgs. 31 dicembre 1992, n. 546.
2. Il processo è introdotto con ricorso alla Commissione Tributaria provinciale.

Art. 44

Procedimento

1. Per la presentazione del ricorso, l'individuazione degli atti impugnabili ed oggetto del ricorso, la proposizione del ricorso, i termini relativi e le costituzioni in giudizio si osservano le norme stabilite dagli artt. 18, 19, 20, 21, 22 e 23 del D.Lgs. 31 dicembre 1992, n. 546.
2. Gli atti per i quali è proponibile il ricorso devono contenere l'indicazione del termine entro il quale il ricorso deve essere proposto, della Commissione Tributaria competente nonché delle relative forme da osservare per la presentazione, ai sensi dell'art. 20 del Decreto richiamato nel precedente comma.

CAPO III

DISPOSIZIONI FINALI E TRANSITORIE

Art. 45

Norme di rinvio

1. Per tutto quanto non espressamente contemplato nel presente regolamento , si applicano le disposizioni del Decreto Legislativo 15 novembre 1993 n. 507, e successive modificazioni ed integrazioni, nonché e altre norme di leggi e di regolamenti in quanto applicabili alla materia.

Art. 46

Entrata in vigore

1. Con l'entrata in vigore del presente Regolamento, si intendono sostituite tutte le norme in materia precedentemente approvate dal Comune.