

Approvato con deliberazione C.C. n. 153 del 16.12.1997 - Modificato con deliberazione C.C. n. 10 del 19.03.1998
Modificato con deliberazione C.C. n. 42 del 27.07.2000 - Modificato con deliberazione C.C. n. 107 del 27.11.2001
Modificato con deliberazione C.C. n. 93 del 22.12.2008 - Modificato con deliberazione C.C. n. 2 del 24.02.2010



COMUNE DI ANDORA

PROVINCIA DI SAVONA

REGOLAMENTO DELLA PUBBLICITA' E DELLE PUBBLICHE AFFISSIONI

TITOLO I

NORME GENERALI

CAPO I

CONTENUTO E CLASSIFICAZIONE

ART. 1 - CONTENUTO DEL REGOLAMENTO

Il presente regolamento disciplina le modalità di applicazione dell'imposta di pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni, nonché l'effettuazione del servizio relativo, ferme restando le disposizioni contenute nel D.Lgs. 15/11/1993, n. 507 e nelle istruzioni emanate o emanande dal Ministero delle Finanze, che si intendono espressamente richiamate.

ART. 2 - CLASSIFICAZIONE DEL COMUNE

In conformità all'art. 2 del D.Lgs. 15/11/1993, n. 507, il Comune di Andora appartiene alla V classe, avuto riguardo che la popolazione residente al 31/12/1996 ammonta a n. 6.531 unità.

CAPO II

PIANO GENERALE DEGLI IMPIANTI PUBBLICITARI E DELLE PUBBLICHE AFFISSIONI

ART. 3 - CRITERI PER LA FORMAZIONE DEL PIANO GENERALE DEGLI IMPIANTI PER LA PUBBLICITÀ E PER LE PUBBLICHE AFFISSIONI

1. Entro sei mesi dall'approvazione del presente Regolamento si procederà alla redazione del Piano degli Impianti per la Pubblicità e per le Pubbliche Affissioni, di cui all'art. 3 del D.Lgs. n. 507/93.

2. Tale adempimento verrà curato dall'Ufficio Tributi, con la collaborazione dell'Ufficio Tecnico Comunale e Polizia Municipale.

3. Il piano considera la pubblicità e le affissioni come componenti primarie della comunicazione pubblica e dell'immagine urbana di Andora, e mira ad integrare gli impianti pubblicitari con le strutture ubicate nell'ambito del Comune e con i servizi erogati che concorrono alla funzionalità dell'intero sistema comunicativo locale.

4. I criteri a cui si dovrà fare riferimento per la stesura del suddetto piano, da adottarsi quanto prima e comprendente comunque gli attuali spazi esistenti, sono i seguenti:

a) Gli impianti e la scelta delle località dovranno rispettare il territorio inteso nella sua razionalizzazione/armonizzazione perseguita dall'Amministrazione, nella principale opera di salvaguardia dello stesso.

b) Il piano dovrà tener conto e quindi rispettare l'attuale contesto urbanistico, con le sue esigenze di carattere storico, ambientale ed estetico.

c) Il piano dovrà altresì tener conto delle esigenze effettive, riscontrabili presso gli Uffici competenti, nonché delle concrete esigenze di sviluppo, per soddisfare le richieste di carattere commerciale e socio-culturale.

d) La stesura del piano dovrà inoltre salvaguardare, rispettare ed armonizzarsi alle norme del Codice della Strada (D.Lgs. 30/4/1992, n. 285, D.Lgs. 10/9/1993, n. 360), al Regolamento di esecuzione e di attuazione dello stesso (D.P.R. 16/12/1992, n. 495), al Regolamento di Polizia Municipale e traffico ed alla normativa urbanistico-edilizia ed ambientale.

3. Il Comune di Andora considera interesse proprio l'armonizzazione, la razionalizzazione sul territorio comunale ed il controllo dell'attività d'installazione di segnaletica stradale, riservandosi ogni iniziativa e provvedimento di controllo anche su segnaletica installata da privati o da eventuali ditte appaltatrici per conto di enti pubblici o

privati, imponendo, se del caso, l'utilizzo da parte di più concessionari di una singola installazione quale gruppo segnaletico unitario o quant'altro ritenuto utile.

ART. 4 - CRITERI GENERALI

1. La pubblicità esterna e le pubbliche affissioni sono effettuate nel territorio di questo Comune in conformità al piano generale degli impianti pubblicitari da realizzarsi secondo le modalità ed i criteri stabiliti dal D. Lgs. 15/11/1993 n.507 e dal presente regolamento.

2. Il piano degli impianti pubblicitari è articolato in due parti. La prima parte determina gli ambiti del territorio comunale in cui sono localizzati i mezzi di pubblicità esterna, compresi nelle tipologie di cui all'art.8 del presente regolamento. La seconda parte definisce la localizzazione nel territorio comunale degli impianti di cui al successivo art.6.

3. Il piano generale degli impianti pubblicitari e le sue variazioni sono approvate con apposita deliberazione della Giunta Comunale.

4. Alla formazione e/o alla variazione del piano collabora un gruppo di lavoro costituito dai funzionari comunali responsabili dei servizi pubblicità ed affissioni, dell'Edilizia Privata-Urbanistica, della viabilità e della polizia municipale, nominato dal Sindaco. La prima stesura del piano degli impianti pubblicitari e delle pubbliche affissioni è affidata ad uno o più professionisti esterni. Se il servizio è affidato in concessione fa parte del gruppo di lavoro il responsabile del servizio designato dal concessionario. Il progetto del piano e le sue variazioni sono sottoposte a parere della Commissione Edilizia integrata ex L.R. n.15 del 18/03/80. Il professionista, esaminato il parere della Commissione o preso atto della scadenza del termine senza osservazioni, procede quindi alla redazione definitiva ed all'inoltro alla Giunta Comunale per la sua approvazione.

5. Dall'entrata in vigore del presente regolamento e del piano generale degli impianti viene dato corso alle istanze per l'installazione di impianti pubblicitari.

6. Il piano generale degli impianti e le relative variazioni entrano in vigore dal primo giorno del mese successivo all'approvazione da parte della Giunta Comunale. Le variazioni successive sono adottate dalla Giunta Comunale con provvedimento motivato.

ART. 5 - LA PUBBLICITÀ ESTERNA

1. Il piano comprende i mezzi destinati alla pubblicità esterna ed indica le posizioni nelle quali è consentita la loro installazione nel territorio comunale.

2. Per l'installazione dei mezzi pubblicitari fuori dei centri abitati, lungo le strade comunali ed in vista di esse nonché nelle zone soggette a vincolo paesistico-ambientale ex lege n.1497/39 e succ. modificazioni ed integrazioni il piano, osservato quanto stabilito dal successivo art. 17, individua le località e le posizioni nelle quali, per motivate esigenze di pubblico interesse, determinate dalla natura e dalla situazione dei luoghi, il collocamento è soggetto a particolari condizioni od a limitazioni delle dimensioni dei mezzi.

3. Nell'interno dei centri abitati il piano prevede, per l'installazione dei mezzi pubblicitari lungo le strade comunali, provinciali, regionali, statali od in vista di esse, autorizzata dal Comune previo nulla-osta tecnico dell'ente proprietario:

a) le caratteristiche delle zone nelle quali, su aree pubbliche o private concesse dal soggetto proprietario, può essere autorizzata l'installazione di mezzi pubblicitari e le dimensioni per gli stessi consentite nell'ambito di quelle massime stabilite dall'art.16. Per quanto possibile individua le zone utilizzabili per le predette installazioni pubblicitarie;

b) le caratteristiche degli edifici sui quali può essere autorizzata l'installazione di cartelli ed altri mezzi pubblicitari e le dimensioni per gli stessi consentite;

c) le tipologie generali e le dimensioni massime delle insegne, targhe ed altri mezzi pubblicitari, compresi quelli luminosi, illuminati o costituiti da pannelli luminosi, correlate a quelle sia degli edifici sui quali devono essere installati, sia dalle caratteristiche delle zone ove questi sono situati.

4. Il piano comprende:

a) la definizione degli edifici, impianti, opere pubbliche, strutture ed aree attrezzate ed altri luoghi di proprietà o in disponibilità del Comune, pubblici od aperti al pubblico, nei quali può essere autorizzata l'installazione di mezzi per la diffusione di messaggi pubblicitari effettuata attraverso forme di comunicazione visiva od acustica percepibili nell'interno e dall'esterno;

b) la definizione dei luoghi pubblici od aperti al pubblico, di proprietà o gestione privata, nei quali si effettuano le attività pubblicitarie di cui alla precedente lettera a);

c) i criteri per la localizzazione e le modalità tecniche per la collocazione, in condizioni di sicurezza per i terzi, di striscioni, locandine, stendardi, festoni di bandierine e simili.

5. Per la pubblicità esterna effettuata mediante installazione di impianti e mezzi pubblicitari di qualsiasi natura e dei relativi sostegni su pertinenze stradali, aree, edifici, impianti, opere pubbliche ed altri beni demaniali e patrimoniali indisponibili comunali o in uso, a qualsiasi titolo, al Comune, l'applicazione dell'imposta sulla pubblicità non esclude quella della tassa per l'occupazione di spazi ed aree pubbliche nonché il pagamento al Comune stesso di canoni di concessione o locazione, nella misura da stabilirsi dalla Giunta Comunale, secondo quanto previsto dall'art.9 del D. Lgs. 15/11/93 n.507.

ART. 6 - TIPOLOGIE DEGLI IMPIANTI

1. La seconda parte del piano degli impianti pubblicitari è costituita dalla localizzazione degli impianti, che possono essere costituiti da:

a) Stendardi;

b) Tabelle;

c) Posters;

d) Trespoli/colonnine;

e) Cavalletti bifacciali/panchine bifacciali;

f) Fermate bus;

g) Protezioni pedonali.

h) Superfici adeguatamente predisposte e delimitate, ricavate da muri di recinzione, di sostegno, da strutture appositamente predisposte per questo servizio.

2. Gli impianti non possono essere collocati nei luoghi in cui è vietata l'installazione dei mezzi pubblicitari ai sensi del presente regolamento.

3. Il piano degli impianti indica, per ciascuno di essi:

a) la destinazione dell'impianto secondo quanto previsto dall'art.39;

b) l'ubicazione;

c) la tipologia, secondo quanto previsto dal primo comma;

d) la dimensione ed il numero di fogli che l'impianto contiene;

e) la numerazione dell'impianto ai fini della sua individuazione.

4. Il piano degli impianti è corredato da un quadro di riepilogo comprendente l'elenco degli impianti per le pubbliche affissioni con il numero distintivo, l'ubicazione, la destinazione e la superficie.

5. Il Comune ha facoltà di provvedere allo spostamento dell'ubicazione degli impianti per le pubbliche affissioni in qualsiasi momento risulti necessario per esigenze di servizio, circolazione stradale, realizzazione di opere od altri motivi. Nel caso che lo spostamento riguardi impianti attribuiti a soggetti che effettuano affissioni dirette, convenzionate con il Comune per utilizzazioni ancora in corso al momento dello spostamento, gli stessi possono continuare l'utilizzazione dell'impianto nella nuova sede oppure rinunciare alla stessa, con rimborso del diritto già corrisposto relativamente al periodo di mancato utilizzo dell'impianto.

7. In ogni caso gli impianti per l'effettuazione di pubblicità dovranno essere realizzati con materiali durevoli e non deperibili, che peraltro si presentino esteticamente adeguati alle caratteristiche architettoniche ove avviene l'installazione.

TITOLO II

DISCIPLINA DELLA PUBBLICITA'

CAPO I

NORME GENERALI

ART. 7 - DEFINIZIONI

1. Ferme restando le disposizioni degli artt. 5 e 18 del D.Lgs. 15/11/1993, n. 507, per pubblicità si intende la diffusione di messaggi effettuata a cura diretta degli interessati, con proprie attrezzature ed apparecchiature indicate negli artt. 12,13,14,15 del citato D.Lgs. Per affissioni pubbliche si intendono le esposizioni di manifesti, avvisi o fotografie effettuate normalmente a cura del Comune o dei suoi aventi causa in spazi di proprietà o riservati al Comune stesso.

2. E' da considerarsi targa od 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 sue pertinenze. Può essere luminosa sia per luce propria che per luce indiretta.

3. 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, utilizzata su una sola o su entrambe le facce, supportato da una 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 Km.5. Non può essere luminosa, nè per luce propria, nè per luce indiretta.

4. 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.

5. 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.

6. 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 anche in materiale rigido.

7. 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.

8. 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) recanti uno spazio pubblicitario che può anche essere luminoso sia per luce diretta che per luce indiretta.

9. 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 le definizioni precedenti, nè come insegna di esercizio, nè come preinsegna, nè come cartello, nè come striscione, locandina o stendardo, nè come segno orizzontale reclamistico, nè come impianto pubblicitario di servizio. Può essere luminoso sia per luce propria che per luce indiretta.

10. Nei successivi articoli le preinsegne, gli striscioni, le locandine, gli standardi, i segni orizzontali reclamistici, gli impianti pubblicitari di servizio e gli impianti di pubblicità o propaganda sono indicati per brevità con il termine "altri mezzi pubblicitari".

11. Le definizioni riportate nei commi precedenti sono valide per l'applicazione dei successivi articoli, nei suoi riflessi sulla sicurezza stradale.

12. Non sono contemplati quali mezzi pubblicitari, e ne è vietato l'utilizzo ai fini reclamistici, gli strumenti di pertinenza della segnaletica stradale di cui al capo II° del titolo II° del D.L. 30/4/1992, n. 285 e relativo regolamento di esecuzione, con particolare riferimento al segnale nome-strada (art. 133 Reg. Es. C.d.S.), ai segnali turistici e di territorio (art. 134 Reg. Es. C.d.S.).

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

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

ART. 8 - TIPOLOGIE DEI MEZZI PUBBLICITARI

1. Le tipologie pubblicitarie oggetto del presente regolamento sono classificate, ai sensi degli articoli 12 e seguenti del D.Lgs. 15/11/1993 n.507, in:

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

ART. 9 - PUBBLICITÀ SUI VEICOLI

1. L'apposizione sui veicoli di pubblicità non luminosa è consentita, salvo quanto previsto ai commi 3 e 4, unicamente se non effettuata per conto terzi a titolo oneroso e se realizzata con sporgenze non superiori a cm.3 rispetto alla superficie del veicolo sulla quale sono applicate, fermi restando limiti di cui all'art. 61 del Codice della Strada. Sulle autovetture ad uso privato è consentita unicamente l'apposizione del marchio e della ragione sociale della Ditta cui appartiene il veicolo, entro i limiti dell'art. 13 del D.Lgs. 15/11/1993, n. 507.

2. La pubblicità non luminosa per conto terzi è consentita sui veicoli adibiti al trasporto di linea 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 cm. 3 rispetto alla superficie sulla quale sono applicati.

3. La pubblicità non luminosa per conto terzi è consentita 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 massime di cm.75x35;

c) che non sia realizzata mediante messaggi variabili;

4. L'apposizione 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 di classe 1;

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

c) che il colore bianco sia contenuto nella misura non superiore ad 1/6 della superficie;

d) che la superficie della parte rifrangente non occupi più di 2/3 della fiancata del veicolo e comunque non sia superiore a mq. 3;

e) che non sia realizzata mediante messaggi variabili.

5. In tutti i casi, le scritte, i simboli e le combinazioni dei colori, non devono generare confusione con i segnali stradali e, in particolare, non devono avere forma di disco o di triangolo, nè disegni confondibili con i simboli segnaletici regolamentari di pericolo, obbligo, prescrizione o indicazione.

6. 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.

ART. 10 - PUBBLICITÀ FONICA E VARIA

1. Relativamente alla pubblicità varia di cui all'art. 15 del D.Lgs. 15/11/1993, n. 507, valgono i seguenti principi:

a) La pubblicità effettuata con aeromobili o palloni frenati è soggetta al pagamento della relativa imposta ove il mezzo pubblicitario insista sul territorio comunale, comprese le fasce marittime che siano limitrofe a detto territorio.

b) La distribuzione di volantini o il lancio degli oggetti resta subordinato al rispetto del Regolamento Comunale di Polizia Urbana. Ove tale regolamento non lo consenta in tutto o su parte del territorio comunale, detta attività non potrà essere autorizzata.

c) La pubblicità sonora è consentita entro i centri abitati, secondo le norme dell'art. 12, commi 1 e 2 del presente Regolamento, previa autorizzazione del Responsabile del Servizio competente, nonchè fuori dai centri abitati secondo le norme dell'art.59 del Regolamento di attuazione del C.d.S., previa autorizzazione dell'Ente proprietario della strada.

2. La pubblicità elettorale deve essere svolta secondo i termini e le modalità previste dall'art. 7 della Legge 24/4/1975, n. 130 e se limitata al territorio comunale è autorizzata dal Sindaco.

3. In tutti i casi la pubblicità fonica non deve superare i limiti massimi di esposizione al rumore fissati dal Decreto del Presidente del Consiglio dei Ministri 01/03/1991.

ART. 11 - TARGHETTE DI IDENTIFICAZIONE

1. Su ogni cartello o mezzo pubblicitario autorizzato dovrà essere saldamente fissata, a cura e spese del titolare dell'autorizzazione, una targhetta metallica, posta in posizione facilmente accessibile, sulla quale sono riportati con caratteri incisi i seguenti dati:

- a) amministrazione che l'autorizza;
- b) soggetto titolare;
- c) numero dell'autorizzazione;
- d) progressiva chilometrica del punto d'installazione;
- e) data di scadenza.

Per i mezzi pubblicitari per i quali risulta difficoltosa l'applicazione di targhette, è ammesso che i suddetti dati siano riportati con scritte a carattere indelebile.

2. La targhetta o scritta di cui al comma precedente deve essere sostituita ad ogni rinnovo dell'autorizzazione ed ogni qualvolta intervenga una variazione di uno dei dati su essa riportati.

ART. 12 - LIMITAZIONE DELLE FORME DI PUBBLICITÀ PER RAGIONI DI PUBBLICO INTERESSE

1. La pubblicità sonora, di cui all'art. 15, comma 5, del D.Lgs. 15/11/1993, n. 507, è vietata in tutto il territorio comunale.

2. Altre limitazioni potranno essere introdotte dal Sindaco mediante emissione di apposita ordinanza laddove motivi di interesse pubblico lo richiedano.

3. La distribuzione di manifestini è vietata nei centri storici e nelle aree e nuclei urbani di particolare pregio, tali delimitati dalle norme urbanistiche. E' egualmente vietata la pubblicità mediante lancio.

4. Nell'antico nucleo urbano e nelle strade o piazze di particolare interesse estetico o storico sono vietati i cartelli e gli affissi pubblicitari di qualsiasi tipo. Lo stesso dicasi nei prospetti e nelle adiacenze di edifici di interesse storico o artistico o sulle antiche mura delle città. L'affissione di avvisi e manifesti deve essere limitata agli spazi appositamente riservati.

ART. 13 - CRITERIO RESIDUALE

Le attività che non soggiacciono alla disciplina delle pubbliche affissioni sono soggette alla disciplina della pubblicità, ancorchè la non assoggettabilità alle pubbliche affissioni derivi dalla mancata attuazione del relativo servizio, ai sensi dell'art. 18, comma II, del D.Lgs. 15/11/1993, n. 507.

CAPO II

CARATTERISTICHE ED UBICAZIONE DEI MEZZI PUBBLICITARI

ART. 14 - CARTELLI E MEZZI PUBBLICITARI NON LUMINOSI

1. I cartelli, le insegne di esercizio e gli altri mezzi pubblicitari devono essere realizzati, nelle loro parti strutturali, con materiali non deperibili e resistenti agli agenti atmosferici.

2. Le strutture di sostegno e di fondazione devono essere calcolate per resistere alla spinta del vento, saldamente realizzate ed ancorate, sia globalmente che nei singoli elementi.

3. Qualora le suddette strutture costituiscano manufatti la cui realizzazione e posa in opera è regolamentata da specifiche norme, l'osservanza delle stesse e l'adempimento degli obblighi da queste previste devono essere documentati prima del ritiro dell'autorizzazione di cui agli artt. 20, 21 e 22 del presente Regolamento.

4. I cartelli, le insegne di esercizio e gli altri mezzi pubblicitari hanno sagoma regolare, che in ogni caso non deve generare confusione con la segnaletica stradale. Particolare cautela è adottata nell'uso dei colori, specialmente del rosso, e del loro abbinamento, al fine di non generare confusione con la segnaletica stradale, specialmente in corrispondenza ed in prossimità delle intersezioni. Occorre altresì evitare che il colore rosso utilizzato nei cartelli, nelle insegne di esercizio e negli altri mezzi pubblicitari costituisca sfondo di segnali stradali di pericolo, di precedenza e d'obbligo, limitandone la percettibilità.

5. Il bordo inferiore dei cartelli, delle insegne di esercizio e degli altri mezzi pubblicitari, ad eccezione degli impianti pubblicitari di servizio posti in opera fuori dei

centri abitati, deve essere in ogni suo punto, ad una quota non inferiore a 1,5 metri rispetto a quella della banchina stradale misurata nella sezione stradale corrispondente. Il bordo inferiore degli striscioni, delle locandine e degli stendardi, se posizionati al di sopra della carreggiata, sia sulle strade urbane che sulle strade extra urbane, deve essere in ogni suo punto ad una quota non inferiore a 5,1 metri rispetto al piano della carreggiata.

6. I segni orizzontali reclamistici, ove consentiti, devono essere realizzati con materiali rimovibili ma ben ancorati, nel momento dell'utilizzo, alla superficie stradale e che garantiscano una buona aderenza dei veicoli sugli stessi.

7. Le installazioni a bandiera possono essere consentite anche in forma di pannello monofacciale o bifacciale, a condizione, se di superficie superiore a mq. 1,00, si presentino traforate onde consentire una minore resistenza ai venti. In ogni caso la responsabilità per eventuali rotture o cadute farà carico esclusivamente nei confronti dell'installatore, il quale risponderà per eventuali danni causati a terzi o a cose di proprietà di terzi. Deve essere rispettato il comma 4bis dell'art. 17.

ART. 15 - CARTELLI E MEZZI PUBBLICITARI LUMINOSI

1. Le sorgenti luminose, i cartelli, le insegne di esercizio e gli altri mezzi pubblicitari luminosi, per luce propria o per luce indiretta, posti fuori dai centri abitati, lungo o in prossimità delle strade dove ne è consentita l'installazione, non possono avere luce nè intermittente nè di intensità luminosa superiore a 150 candele per mq. o che, comunque, provochi abbagliamento.

2. Le sorgenti luminose, i cartelli, le insegne di esercizio e gli altri mezzi pubblicitari luminosi hanno una sagoma regolare che in ogni caso non deve generare confusione con la segnaletica stradale. Particolare cautela è adottata nell'uso dei colori, specialmente del rosso e del verde, e del loro abbinamento, al fine di non generare confusione con la segnaletica luminosa, specialmente in corrispondenza ed in prossimità delle intersezioni. Nel caso di intersezioni semaforizzate, ad una distanza dalle stesse inferiore a 300 m., fuori dai centri abitati, è vietato l'uso dei colori rosso e verde nelle sorgenti luminose, nei cartelli, nelle insegne di esercizio e negli altri mezzi pubblicitari posti a meno di 15 m. dal bordo della carreggiata, salvo motivata deroga da parte dell'ente concedente l'autorizzazione.

3. La croce rossa luminosa è consentita esclusivamente per indicare ambulatori, posti di pronto soccorso e farmacie.

4. Entro i centri abitati sono consentite sorgenti luminose purchè di intensità luminosa non superiore a 150 watt per metro quadrato, purchè comunque non provochino abbagliamento.

5. Le sorgenti luminose, i cartelli, le insegne di esercizio e gli altri mezzi pubblicitari luminosi installati entro il centro abitato dovranno di norma limitare l'utilizzo dei colori rosso e verde. L'uso dei predetti colori è vietato in corrispondenza delle intersezioni e consentito in prossimità delle medesime purchè tali mezzi pubblicitari luminosi siano posti ad almeno 2 metri dal bordo della carreggiata e ad una distanza non inferiore a m. 5 dall'area di intersezione. Nel caso di intersezioni semaforizzate le distanze sopraindicate sono da raddoppiarsi.

ART. 16 - DIMENSIONI DEI MEZZI PUBBLICITARI

1. I cartelli e gli altri mezzi pubblicitari previsti dal presente Regolamento, se installati fuori dai centri abitati non devono superare la superficie di mq.6, ad eccezione delle insegne di esercizio poste parallelamente al senso di marcia dei veicoli o in aderenza ai fabbricati, che possono raggiungere la superficie di mq.20; qualora la superficie di ciascuna facciata dell'edificio ove ha sede l'attività sia superiore a mq.100, è possibile incrementare la superficie dell'insegna di esercizio nella misura del 10% della superficie di facciata eccedente mq.100 fino al limite di mq.50. Per i mezzi pubblicitari frontistanti il senso di marcia la dimensione massima è in mq. 3,00. Per i mezzi pubblicitari posti parallelamente al senso di marcia la dimensione massima è in mq. 10.

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

3. Le limitazioni di cui sopra non vengono applicate agli spazi destinati alle pubbliche affissioni, in quanto tali limitazioni si intendono riferite ai singoli mezzi pubblicitari e non alla totalità dei medesimi.

4. Le preinsegne hanno forma rettangolare e dimensioni contenute entro i limiti inferiori di 1 m. x 0,20 m. e superiori di m. 1,50 x 0,30 m.. E' ammesso l'abbinamento sulla stessa struttura di sostegno di un numero massimo di 6 preinsegne per ogni senso di marcia, a condizione che le stesse abbiano le medesime dimensioni e costituiscano oggetto di un'unica autorizzazione. Nel centro abitato detto accorpamento dovrà essere adottato ogni qualvolta sia possibile imponendolo, se del caso, in fase di rilascio dell'autorizzazione. All'uopo il primo richiedente dovrà certificare, nella domanda di autorizzazione, la disponibilità a concedere l'utilizzo della struttura ad eventuali interessati, i quali saranno solidali nella manutenzione della struttura e di ogni altro onere da essa derivante.

ART. 17 - UBICAZIONE LUNGO LE STRADE E LE FASCE DI PERTINENZA

1. Lungo o in prossimità delle strade, fuori e dentro i centri abitati, è consentita l'affissione di manifesti esclusivamente sugli appositi supporti.

2. Il posizionamento di cartelli, di insegne di esercizio e di altri mezzi pubblicitari fuori dai centri abitati sui tratti di strade extraurbane per i quali, in considerazione di particolari situazioni di carattere non transitorio, è imposto un limite di velocità non superiore a 50 Km. orari, salvo i casi specifici previsti ai successivi commi, lungo o in prossimità delle strade dove ne è consentita l'installazione, è autorizzato ed effettuato nel rispetto delle seguenti distanze minime:

- a) m. 3 dal limite della carreggiata;
- b) m. 100 dagli altri cartelli e mezzi pubblicitari;
- c) m. 250 prima dei segnali stradali di pericolo e di prescrizione;
- d) m. 150 dopo i segnali stradali di pericolo e di prescrizione;

- e) m. 150 prima dei segnali di indicazione;
- f) m. 100 dopo i segnali di indicazione;
- g) m. 100 dal punto di tangenza delle curve, come definite all'art. 3, comma 1, punto 20, del Codice;
- h) m. 250 prima delle intersezioni;
- i) m. 100 dopo le intersezioni;
- j) m. 200 dagli imbocchi delle gallerie.

Le distanze si applicano nel senso delle singole direttrici di marcia. Nel caso in cui, lateralmente alla sede stradale ed in corrispondenza del luogo in cui viene chiesto il posizionamento di cartelli, di insegne di esercizio o di altri mezzi pubblicitari, già esistano a distanza inferiore a m. 3,00 dalla carreggiata, costruzioni fisse, muri, filari di alberi, di altezza non inferiore a m. 3,00, è ammesso il posizionamento stesso in allineamento con la costruzione fissa, con il muro e con i tronchi degli alberi. I cartelli, le insegne di esercizio e gli altri mezzi pubblicitari non devono, in ogni caso, ostacolare la visibilità dei segnali stradali entro lo spazio di avvistamento.

3. Il posizionamento dei cartelli, delle insegne di esercizio e degli altri mezzi pubblicitari fuori dai centri abitati, lungo o in prossimità delle strade ove ne è consentita l'installazione, è comunque vietato nei seguenti punti:

- a) sulle corsie esterne alla carreggiata, sulle cunette e sulle pertinenze di esercizio delle strade che risultano comprese tra carreggiate continue;
- b) in corrispondenza delle intersezioni;
- c) lungo le curve come definite all'art. 3, comma 1, punto 20, del Codice e su tutta l'area compresa tra la curva stessa e la corda tracciata tra i due punti di tangenza;
- d) sulle scarpate stradali soprastanti la carreggiata in terreni di qualsiasi natura e pendenza superiore ai 45°;
- e) in corrispondenza dei raccordi verticali concavi e convessi segnalati;
- f) sui ponti e sottoponti non ferroviari;
- g) sui cavalcavia stradali e sulle loro rampe;
- h) sui parapetti stradali, sulle barriere di sicurezza e sugli altri dispositivi laterali di protezione e di segnalamento.

4. Il posizionamento di cartelli, di insegne di esercizio e di altri mezzi pubblicitari entro i centri abitati ed entro i tratti di strade extraurbane per i quali, in considerazione di particolari situazioni di carattere non transitorio, è imposto un limite di velocità non superiore a 50 Km. orari, salvo i casi specifici previsti ai successivi commi, è vietato in tutti i punti indicati al comma 3 e, ove consentito dal presente regolamento, esso è autorizzato ed effettuato di norma nel rispetto delle seguenti distanze minime, fatta salva la possibilità di deroga prevista dall'art. 23, comma 6, del Codice:

- a) m. 50 lungo le strade urbane di scorrimento e le strade urbane di quartiere prima dei segnali stradali di pericolo e di prescrizione, degli impianti semaforici e delle intersezioni;

b) m. 30 lungo le strade locali, prima dei segnali stradali di pericolo e di prescrizione, degli impianti semaforici e delle intersezioni;

c) m. 25 dagli altri cartelli e mezzi pubblicitari, dai segnali di indicazione e dopo i segnali stradali di pericolo e di prescrizione, gli impianti semaforici e le intersezioni;

d) m. 100 dagli imbocchi delle gallerie.

Le distanze si applicano nel senso delle singole direttrici di marcia. I cartelli, le insegne di esercizio e gli altri mezzi pubblicitari non devono in ogni caso ostacolare la visibilità dei segnali stradali entro lo spazio di avvistamento.

4.bis All'interno del centro abitato il posizionamento di cartelli e di insegne di esercizio a bandiera - nelle strade su cui insistono porticati - è consentito unicamente all'interno del portico, intendendosi per pertinenza dell'esercizio unicamente il muro perimetrale dell'unità immobiliare.

5. In via generale si statuisce che il Comune, in virtù delle linee principali del piano generale degli impianti, si avvale della facoltà di cui al comma 6 dell'art. 23 del Codice della Strada, ossia della facoltà di concedere deroghe, nell'ambito del centro abitato, limitatamente alle strade di tipo E) ed F), per ragioni di interesse generale o di ordine tecnico, alle norme relative alle distanze minime per il posizionamento dei cartelli e degli altri mezzi pubblicitari nel rispetto delle esigenze di sicurezza della circolazione stradale e delle disposizioni di cui ai successivi punti 6 e 7. Il Sindaco concede l'eventuale deroga con provvedimento motivato sentiti gli Uffici competenti.

6. Per le distanze dal limite della carreggiata si applicano le seguenti disposizioni: I mezzi pubblicitari e le loro pertinenze dovranno essere posizionati all'esterno del bordo del marciapiede opposto alla carreggiata ed essere posti in modo da non invadere con alcun elemento lo spazio sovrastante il marciapiede predetto, fatto salvo quanto disposto dal successivo punto n. 7. Nell'ipotesi di assenza di marciapiedi la distanza da osservarsi sarà di almeno metri 2 (due) dal limite della carreggiata, fatto salvo quanto totalmente collocato in area privata non gravata da servizi di uso pubblico, ovvero opportunamente cintata. Le limitazioni di cui al presente comma non si applicano alle transenne parapetonali.

7. I cartelli o altri mezzi pubblicitari, con la sola eccezione delle barriere parapetonali, la cui proiezione ortogonale insiste in qualsiasi modo sul marciapiede (insegne a bandiera, a squadra ecc.) dovranno essere poste in modo che ciascun punto degli stessi o dei relativi sostegni si trovi ad una altezza maggiore di metri 2,50 misurata dal piano di calpestio, mentre la sporgenza massima consentita dovrà essere limitata a 0,20 m. dal filo del marciapiede. I mezzi pubblicitari (striscioni, bandiere o altro), la cui proiezione ortogonale invade tutta o in parte la sede della carreggiata, della banchina o area di sosta, dovranno trovarsi in ogni suo punto ad un'altezza superiore a m. 5,1 dal suolo. Nessun elemento delle eventuali installazioni (sostegni o altro) dovrà essere di ostacolo al transito pedonale o veicolare, nè restringere o limitare in alcun modo lo spazio riservato al pubblico passaggio.

8. Le norme di cui ai commi 2 e 4 e quella di cui al comma 3 limitatamente al posizionamento in curva, non si applicano per le insegne di esercizio collocate parallelamente al senso di marcia dei veicoli o comunque ad una distanza non inferiore a

m. 0,20 dal limite della sede stradale, semprechè siano rispettate le disposizioni dell'art. 23, comma 1, del Codice della Strada.

9. Le distanze indicate ai commi 2 e 4, ad eccezione di quelle relative alle intersezioni, non devono essere rispettate per i cartelli e gli altri mezzi pubblicitari collocati in posizione parallela al senso di marcia dei veicoli e posti in aderenza, per tutta la loro superficie, a fabbricati o comunque ad una distanza non inferiore a m. 0,20 dal limite della sede stradale.

10. Entro i centri abitati, in occasione della redazione del piano generale della pubblicità di cui al precedente art. 3 del presente regolamento, vengono individuati gli spazi ove è consentita la collocazione di cartelli degli altri mezzi pubblicitari. Si statuisce tuttavia, in via generale, che nell'ambito dei centri abitati gli spazi disponibili per i mezzi pubblicitari diversi dalle pubbliche affissioni sono da riservarsi prelativamente alle insegne installate nella sede di attività o nelle immediate pertinenze. La superficie massima dei cartelli o altri mezzi pubblicitari, con esclusione di quelli relativi alle pubbliche affissioni, è quantificata nel 10% della superficie dei prospetti dei fabbricati.

11. Fuori dai centri abitati può essere autorizzata la collocazione, per ogni senso di marcia, di una sola insegna di esercizio per ogni stazione di rifornimento di carburante e stazione di servizio della superficie massima di mq. 4,00, ferme restando tutte le altre disposizioni del presente articolo. Le insegne di esercizio di cui sopra sono collocate nel rispetto delle distanze e delle norme di cui ai commi 2, 3 e 4, ad eccezione della distanza dal limite della carreggiata.

12. Per gli impianti pubblicitari di servizio costituiti da paline e pensiline di fermata autobus e da transenne parapetonali recanti uno spazio pubblicitario con superficie inferiore a mq. 3,00 non si applicano fuori dai centri abitati le disposizioni previste al comma 2.

13. Entro i centri abitati per gli impianti pubblicitari di servizio non sono stabilite distanze di rispetto particolari sia dalle intersezioni sia da segnali stradali di pericolo e di prescrizione o di impianti semaforici, sia da altri cartelli o mezzi pubblicitari, purchè gli impianti in questione non creino confusione o pericolo per la circolazione. E' vietata l'installazione di transenne parapetonali in fregio a tratti di strada ove è consentita la sosta e la fermata dei veicoli, in tutti i punti in cui le caratteristiche geometriche della strada o del marciapiede non ne rendano necessario l'utilizzo e ovunque tale tipo di installazione crea ostacolo o disagio al transito pedonale, con particolare riferimento alle persone con limitate capacità motorie, semprechè siano rispettate le disposizioni dell'art. 23, comma 1, del Codice della Strada.

14. L'Ufficio Tecnico Comunale, sentita la Commissione Edilizia Integrata, si riserva, in fase di rilascio dell'autorizzazione, di prescrivere l'utilizzo di particolari tipologie strutturali di transenne parapetonali e degli spazi pubblicitari nelle stesse inseriti, indicando altresì l'adozione di particolari colori, tenendo conto del contesto storico-architettonico circostante.

15. I segni orizzontali reclamistici sono ammessi unicamente:

a) all'interno di aree ad uso pubblico di pertinenza di complessi industriali o commerciali;

b) lungo il percorso di manifestazioni sportive o su aree delimitate, destinate allo svolgimento di manifestazione di vario genere, limitatamente al periodo di svolgimento delle stesse ed alle 24 ore precedenti e successive.

16. Per essi non si applica il comma 3 e le distanze di cui ai commi 2 e 4 si applicano unicamente rispetto ai segnali stradali orizzontali.

17. L'esposizione di striscioni è ammessa unicamente per la promozione pubblicitaria delle manifestazioni e spettacoli. L'esposizioni di locandine e stendardi è ammessa per la promozione pubblicitaria di manifestazioni e spettacoli, oltrechè per il lancio di iniziative commerciali. L'esposizione di striscioni, locandine e stendardi è limitata al periodo di svolgimento della manifestazione, dello spettacolo o dell'iniziativa a cui si riferisce, oltrechè alla settimana precedente ed alle 24 ore successive allo stesso. Per gli striscioni, le locandine e gli stendardi le distanze dagli altri cartelli e mezzi pubblicitari previste dai commi 2 e 4 si riducono rispettivamente a m. 50 ed a m. 12,5.

18. Fuori ed entro i centri abitati è vietata la collocazione di cartelli ed altri mezzi pubblicitari a messaggio variabile, aventi un periodo di variabilità inferiore a 5 minuti, in posizione trasversale al senso di marcia dei veicoli

19. E' vietata la collocazione di cartelli e di altri mezzi pubblicitari sui bordi dei marciapiedi e dei cigli stradali

20. Fuori dai centri abitati, ad una distanza, prima delle intersezioni, non superiore ai 500 m., è ammesso posizionamento di preinsegne in deroga alle distanze minime stabilite dal comma 2, lettere b), c), d), e), f) ed h). In tal caso le preinsegne possono essere posizionate ad una distanza minima prima dei segnali stradali pari allo spazio di avvistamento previsto per essi e dopo i segnali stradali pari al 50% dello stesso spazio. Rispetto agli altri cartelli o mezzi pubblicitari è da tenersi una distanza minima di 100 m..

21. Entro i centri abitati è ammesso il posizionamento di preinsegne in deroga alle distanze minime stabilite dai commi 2 e 4 ed in tal caso le preinsegne possono essere posizionate ad una distanza minima pari al 50% delle distanze indicate nei commi citati.

22. La collocazione di insegne di esercizio nell'ambito ed in prossimità dei luoghi di cui all'art. 23, comma 3, del Codice, è subordinata, oltre che all'autorizzazione di cui all'art. 23, comma 4, del Codice, al nullaosta rilasciato dal competente organo di tutela.

ART. 18 - UBICAZIONE DEI MEZZI PUBBLICITARI NELLE STAZIONI DI SERVIZIO E NELLE AREE DI PARCHEGGIO

1. Nelle stazioni di servizio e nelle aree di parcheggio possono essere collocati cartelli e mezzi pubblicitari la cui superficie complessiva non superi l' 8% delle aree occupate dalle stazioni di servizio e dalle aree di parcheggio, se trattasi di strade di tipo C e F, e il 3% delle stesse aree se trattasi di strade di tipo A e B, come classificate dall'art. 2 del D.Lvo 30/4/1992, n. 285, semprechè gli stessi non siano collocati lungo il fronte stradale, lungo le corsie di accelerazione e decelerazione ed in corrispondenza degli accessi. Dal computo della superficie dei cartelli, delle insegne di esercizio e degli altri mezzi pubblicitari sono esclusi quelli attinenti ai servizi prestati presso la stazione o l'area di parcheggio.

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

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

CAPO III

AUTORIZZAZIONI

ART. 19 - INSTALLAZIONE DI MATERIALE PUBBLICITARIO NEI CENTRI ABITATI

1. Nel centro urbano, così come definito dall'art. 3 del Codice della Strada, il richiedente l'installazione dovrà presentare apposita domanda in carta legale, indirizzata al Responsabile dell'Ufficio Urbanistica del Comune, contenente le generalità del richiedente, nonché l'esatta individuazione delle zone in cui il mezzo stesso viene installato, allegando:

a) disegno in duplice copia riportante le esatte misure del mezzo stesso, nonché le caratteristiche tecniche;

b) riproduzioni fotografiche della zona in cui verrà installato il mezzo pubblicitario;

c) documentazione di cui alle lettere a), b) e c) del comma 1 dell'art. 20 del presente Regolamento.

2. Per il procedimento valgono le norme di cui al successivo art. 20.

ART. 20 - AUTORIZZAZIONE ALL'INSTALLAZIONE DI MATERIALE PUBBLICITARIO FUORI DAI CENTRI ABITATI

1. Ferme restando le disposizioni contenute nell'art. 53 del regolamento di attuazione del Codice della Strada, per l'autorizzazione all'installazione di cartelli o di altri mezzi pubblicitari fuori dai centri abitati occorre presentare domanda in carta legale, indirizzata al Responsabile dell'Ufficio Urbanistica del Comune, contenente le generalità del richiedente, allegando:

a) una dichiarazione, redatta ai sensi della Legge 4/1/1968, n. 15, con la quale si attesti che il manufatto che si intende collocare è stato calcolato e realizzato e sarà posto in opera, tenendo conto della natura del terreno e della spinta del vento, in modo da garantirne la stabilità.

b) un bozzetto del messaggio da esporre ed una planimetria in duplice copia ove è riportata la posizione nella quale si richiede l'autorizzazione all'installazione. Possono essere allegati anche più bozzetti, precisando il tempo di esposizione previsto per ciascuno di essi e che comunque non può essere inferiore a tre mesi. Se la domanda è relativa a cartelli o ad altri mezzi pubblicitari per l'esposizione di messaggi variabili devono essere allegati bozzetti di tutti i messaggi previsti;

c) l'autorizzazione dell'Ente proprietario della strada, se diverso dal Comune, ovvero nulla osta di cui all'art. 23, comma 5, del Codice Stradale.

2. L'Ufficio Urbanistica, previo parere rilasciato entro 20 giorni dall'Ufficio Polizia Municipale, entro 60 gg. dal ricevimento della domanda, concede o nega - in tal caso motivandolo - il rilascio dell'autorizzazione. Detto termine non è perentorio. L'autorizzazione all'installazione di cartelli o di altri mezzi pubblicitari ha validità per un periodo di tre anni trascorso il quale deve essere rinnovata.

3. Fuori dai centri abitati, qualora il soggetto titolare dell'autorizzazione decorsi almeno tre mesi, fermo restando la durata della stessa, intenda variare il messaggio pubblicitario riportato su un cartello o su un altro mezzo pubblicitario, deve farne domanda, allegando il bozzetto del nuovo messaggio, all'Ente competente, il quale è tenuto a rilasciare l'autorizzazione entro i successivi quindici giorni, decorsi i quali si intende rilasciata.

4. Entro i centri abitati è ammessa, previa comunicazione all'ufficio urbanistica, la variazione dei messaggi esposti sui cartelli e sugli altri mezzi pubblicitari, dopo un periodo di esposizione degli stessi non inferiore a quindici giorni, purché tale intendimento sia dichiarato nella domanda di autorizzazione e, comunque, nel rispetto dei termini della stessa.

5. Le disposizioni di cui ai commi precedenti si applicano anche per i cartelli e gli altri mezzi pubblicitari, di proprietà dell'amministrazione comunale, dati in concessione ad altri soggetti.

6. Ottenuta l'autorizzazione, il soggetto titolare della stessa dovrà presentare all'Ufficio Tributi del Comune apposita dichiarazione in carta semplice a sensi del successivo art. 33 per l'applicazione dell'imposta relativa.

7. L'autorizzazione all'installazione di cartelli o altri mezzi pubblicitari in zona soggetta a vincolo ambientale ex lege n.1497/39 e succ. modif. e int., siano essi all'interno che all'esterno dei centri abitati, è soggetta alla normativa prevista per il rilascio della concessione edilizia in tali zone nonché alla normativa statale e regionale in materia.

ART. 21 - OBBLIGHI DEL TITOLARE DELL'AUTORIZZAZIONE

1. E' fatto obbligo al titolare di autorizzazione di:

a) verificare il buono stato di conservazione dei cartelli, delle insegne d'esercizio e degli altri mezzi pubblicitari, nonché delle loro strutture di sostegno;

b) effettuare tutti gli interventi necessari al loro buon mantenimento;

c) adempiere nei tempi richiesti a tutte le prescrizioni impartite dall'Ente competente, ai sensi dell'art. 405, comma 1, del regolamento di esecuzione del Codice

della Strada, al momento del rilascio dell'autorizzazione od anche successivamente per intervenute e motivate esigenze;

d) procedere alla rimozione nel caso di revoca dell'autorizzazione, di insussistenza delle condizioni di sicurezza previste all'atto dell'installazione o di motivata richiesta da parte dell'Ente competente al rilascio.

2. E' fatto obbligo al titolare dell'autorizzazione, rilasciata per la posa di segni orizzontali reclamistici, nonché di striscioni, locandine e standardi, nei casi previsti dall'art. 51, comma 9, del Regolamento di attuazione del Codice Stradale, di provvedere alla rimozione degli stessi entro le 24 ore successive alla conclusione della manifestazione o dello spettacolo per il cui svolgimento sono stati autorizzati, ripristinando il preesistente stato dei luoghi ed il preesistente grado di aderenza delle superfici stradali.

3. Le disposizioni del presente articolo si applicano anche qualora l'installazione o la posa del mezzo pubblicitario sia avvenuta a seguito del verificarsi del silenzio-assenso da parte del Comune.

ART. 22 - VIGILANZA

1. Gli Enti proprietari delle strade sono tenuti a vigilare, a mezzo del proprio personale competente in materia di viabilità, sull'esistenza dell'autorizzazione, sulla corretta realizzazione e sull'esatto posizionamento dei cartelli, delle insegne di esercizio e degli altri mezzi pubblicitari.

2. Gli stessi Enti sono obbligati a vigilare anche sullo stato di conservazione e sulla buona manutenzione dei cartelli e degli altri mezzi pubblicitari, oltrechè sui tempi di scadenza delle autorizzazioni concesse.

3. Qualunque inadempienza venga rilevata da parte del personale incaricato della vigilanza dovrà essere contestata a mezzo di specifico verbale al soggetto titolare dell'autorizzazione, che dovrà provvedere entro il termine fissato. Decorso tale termine il Comune, provvede d'ufficio, rivalendosi per le spese sul soggetto titolare dell'autorizzazione.

4. In caso di installazione di cartelli in zona vincolata ex lege n.1497/39 in assenza di autorizzazione od in difformità totale da essa, si applicano le procedure previste dagli artt. 14 e 15 della stessa legge.

5. La vigilanza può essere, inoltre, svolta da tutto il personale di cui all'art. 12, comma 1, del Codice della Strada e dall'Ufficio Tecnico Comunale nell'ambito delle proprie competenze, che trasmettono le proprie segnalazioni all'Ente proprietario della strada per i provvedimenti di competenza.

6. Limitatamente al disposto dell'art. 23, comma 3, del Codice Stradale, la vigilanza può essere svolta, nell'ambito delle rispettive competenze, anche da funzionari dei Ministeri dell'Ambiente e dei Beni Culturali, i quali trasmettono le proprie segnalazioni all'Ente proprietario della strada per i provvedimenti di competenza.

7. Tutti i messaggi pubblicitari e propagandistici che possono essere variati senza autorizzazione, ai sensi art. 53, comma 8, Reg. es. C.d.S., se non rispondenti al disposto dell'articolo 23, comma 1, del Codice della Strada, devono essere rimossi entro gli

8 gg. successivi alla notifica del verbale di contestazione, a cura e spese del soggetto titolare dell'autorizzazione o del concessionario. In caso di inottemperanza, si procede d'ufficio.

8. Tutti i messaggi, esposti difformemente dalle autorizzazioni rilasciate, dovranno essere rimossi, previa contestazione scritta, a cura e spese del soggetto titolare dell'autorizzazione o del concessionario, entro il termine di 48 ore dalla diffida pervenuta. In caso di inottemperanza, si procede d'ufficio a spese del soggetto titolare dell'autorizzazione.

TITOLO III

IMPOSTA SULLA PUBBLICITÀ

ART. 23 - SOGGETTO PASSIVO DELL'IMPOSTA SULLA PUBBLICITÀ

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

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

ART. 24 - PRESUPPOSTO DELL'IMPOSTA

1. Ai sensi del D.Lgs. 15/11/1993 n.507, è soggetta all'imposta sulla pubblicità la diffusione di messaggi pubblicitari effettuata attraverso forme di comunicazione visive od acustiche, diverse da quelle assoggettate al diritto sulle pubbliche affissioni, in luoghi pubblici od aperti al pubblico o che sia da tali luoghi percepibile.

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

ART. 24 BIS - RISCOSSIONE

1. Il Comune, qualora lo ritenga più conveniente sotto il profilo economico, finanziario, funzionale e organizzativo può affidare, anche disgiuntamente, il servizio di liquidazione, di accertamento e di riscossione del canone nelle forme previste dall'art. 52 del D.Lgs. 15/12/1997 n. 446.

2. La gestione dell'entrata, qualunque sia la forma prescelta dovrà essere esercitata in conformità a quanto stabilito dal presente Regolamento e dal D. Lgs. 15/11/1993 n. 507 e dal D.Lgs. 15/12/1997 n. 446".

ART. 25 - DELLE TARIFFE IN GENERE

1. Ai sensi dell'art. 3 del D.Lgs. n. 507/93, comma 5, le tariffe dell'imposta sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni sono deliberate entro il 31 ottobre di ogni anno ed entrano in vigore il 1° gennaio dell'anno successivo a quello in cui la deliberazione è divenuta esecutiva a norma di legge e, qualora non modificate entro il suddetto termine, si intendono prorogate di anno in anno.

ART. 26 - IMPOSTA SULLA PUBBLICITÀ ORDINARIA E MODALITÀ DI COMMISURAZIONE

1. Per la pubblicità effettuata mediante insegne, cartelli, locandine, targhe, standardi o qualsiasi altro mezzo non previsto dai successivi articoli, la tariffa dell'imposta si applica per ogni metro quadrato di superficie e per anno solare.

2. Per le fattispecie pubblicitarie che abbiano durata non superiore a tre mesi si applica per ogni mese o frazione una tariffa pari ad un decimo di quella ivi prevista.

3. Per la pubblicità effettuata mediante affissioni dirette, anche per conto altrui, di manifesti e simili su apposite strutture adibite all'esposizione di tali mezzi si applica l'imposta in base alla superficie complessiva degli impianti nella misura e con le modalità previste dal comma 1.

4. Per la pubblicità di cui ai commi precedenti, che abbia superficie compresa tra mq. 5,5 e 8,5, la tariffa dell'imposta è maggiorata del 50%; per quella di superficie superiore a mq. 8,5 la maggiorazione è del 100%.

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

6. 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; non si fa luogo ad applicazione d'imposta per superfici inferiori a trecento centimetri quadrati.

7. Per i mezzi pubblicitari polifacciali l'imposta è calcolata in base alla superficie complessiva adibita alla pubblicità.

8. Per i mezzi pubblicitari aventi dimensioni volumetriche l'imposta è calcolata in base alla superficie complessiva risultante dallo sviluppo del minimo solido geometrico in cui può essere circoscritto il mezzo stesso.

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

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

11. Qualora la pubblicità ordinaria permanente e temporanea, nonché quella effettuata con veicoli, venga posta in essere in forma luminosa o illuminata, la relativa tariffa d'imposta è maggiorata del 100%.

ART. 27 - IMPOSTA SULLA PUBBLICITÀ EFFETTUATA CON VEICOLI E MODALITÀ DI COMMISURAZIONE

1. Per la pubblicità visiva effettuata per conto proprio o altrui all'interno ed all'esterno di veicoli in genere, di vetture autofilotranviarie, battelli, barche e simili, di uso pubblico o privato, è dovuta l'imposta sulla pubblicità in base alla superficie complessiva dei mezzi pubblicitari installati su ciascun veicolo nella misura e con le modalità previste dal precedente art. 28, comma 1; per la pubblicità effettuata all'esterno dei veicoli suddetti sono dovute le maggiorazioni di cui all'art. 28, comma 4, del presente Regolamento.

2. Per i veicoli adibiti ad uso pubblico l'imposta è dovuta al Comune che ha rilasciato la licenza d'esercizio; per i veicoli adibiti a servizi di linea interurbana l'imposta è dovuta nella misura della metà a ciascuno dei Comuni in cui ha inizio e fine la corsa; per i veicoli adibiti ad uso privato l'imposta è dovuta al Comune in cui il proprietario del veicolo ha residenza anagrafica o la sede.

3. Per la pubblicità effettuata per conto proprio su veicoli di proprietà dell'Impresa od adibiti ai trasporti per suo conto l'imposta è dovuta per anno solare al Comune ove ha sede l'Impresa stessa o qualsiasi altra sua dipendenza, ovvero al Comune dove sono domiciliati i suoi agenti o mandatari che alla data del 1° gennaio di ciascun anno, o da quella successiva di immatricolazione, hanno in dotazione dette veicoli, secondo le tariffe di cui all'art. 13, comma 3, del D. L.vo 15/11/1993, n. 507, e successive modificazioni.

4. Per i veicoli circolanti con rimorchio la tariffa di cui al precedente comma è raddoppiata.

5. Per i veicoli di cui al comma 3 del precedente articolo non è dovuta l'imposta per l'indicazione del marchio, della ragione sociale e dell'indirizzo dell'Impresa, purchè sia apposta non più di due volte e ciascuna iscrizione non sia di superficie superiore a mezzo metro quadrato.

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

ART. 28 - IMPOSTA SULLA PUBBLICITÀ EFFETTUATA CON PANNELLI LUMINOSI E PROIEZIONI. MODALITÀ DI COMMISURAZIONE

1. Per la 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, si applica l'imposta, indipendentemente dal numero dei messaggi, per metro quadrato di superficie e per anno solare in base alla tariffa di cui all'art. 14, comma 1, del D.Lgs. 15/11/1993, n. 507 e successive modificazioni.

2. Per la pubblicità di cui al comma 1 di durata non superiore a tre mesi, si applica, per ogni mese o frazione, una tariffa pari ad un decimo di quella ivi prevista.

3. Per la pubblicità prevista dai commi 1 e 2 effettuata per conto proprio dell'Impresa si applica l'imposta in misura pari alla metà delle rispettive tariffe.

4. Per la pubblicità realizzata in luoghi pubblici o aperti al pubblico attraverso diapositive, proiezioni luminose o cinematografiche, effettuate su schermi o pareti riflettenti, si applica l'imposta per ogni giorno, indipendentemente dal numero di messaggi e dalla superficie adibita alle proiezioni, in base alla tariffa prevista dall'art. 14, comma 4, del D.Lgs. 15/11/93, n. 507, e successive modificazioni.

5. Qualora la pubblicità di cui al comma 4 abbia durata superiore a 30 gg., dopo tale periodo si applica una tariffa giornaliera pari alla metà di quella ivi prevista.

ART. 29 - IMPOSTA SULLA PUBBLICITÀ VARIA E MODALITÀ DI COMMISURAZIONE

1. Per la pubblicità effettuata con striscioni od altri mezzi simili che attraversano strade o piazze la tariffa dell'imposta per ciascun metro quadrato e per ogni periodo di esposizione di 15 gg. o frazione è pari a quella prevista per la pubblicità ordinaria.

2. Per la pubblicità effettuata da aeromobili mediante scritte, striscioni, disegni fumogeni, lancio di oggetti o manifestini, ivi compresa quella eseguita su specchi d'acqua e fasce marittime limitrofi al territorio comunale, per ogni giorno o frazione, indipendentemente dai soggetti pubblicizzati, è dovuta l'imposta a ciascun Comune sul cui territorio la pubblicità stessa viene eseguita, nella misura stabilita dalla tariffa prevista dall'art. 15, comma 2, del D.Lgs. 15/11/1993, n. 507, e successive modificazioni.

3. Per la pubblicità eseguita con palloni frenati e simili si applica l'imposta in base alla tariffa pari alla metà di quella prevista dal comma 2 del presente articolo.

4. Per la pubblicità effettuata mediante distribuzione, anche con veicoli, di manifestini o di altro materiale pubblicitario, oppure mediante persone circolanti con cartelli od altri mezzi pubblicitari, è dovuta l'imposta per ciascuna persona impiegata nella distribuzione od effettuazione e per ogni giorno o frazione, indipendentemente dalla misura dei mezzi pubblicitari o dalla quantità di materiale distribuito, in base alla tariffa prevista dall'art. 15, comma 4, del D.Lgs. 15/11/1993, n. 507 e successive modificazioni.

5. Per la pubblicità effettuata a mezzo di apparecchi amplificatori e simili la tariffa dell'imposta dovuta per ciascun punto di pubblicità e per ciascun giorno o frazione è quella prevista dall'art. 15, comma 5, del D.Lgs. 15/11/1993, n. 507 e successive modificazioni.

ART. 30 - MAGGIORAZIONI TARIFFARIE

In conformità all'art. 3, comma 6, del D.Lgs. 15/11/1993, n. 507, essendo il territorio del Comune interessato a rilevanti afflussi turistici per le attività pubblicitarie di cui agli artt. 12, comma 2, 14, commi 2.3.4.5., art. 15 del citato D.Lgs. effettuate nei mesi di giugno-luglio-agosto-settembre si applica una maggiorazione del 30% sulla tariffa base.

ART. 31 - RIDUZIONI DELL'IMPOSTA SULLA PUBBLICITÀ

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

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

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;

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

2. I requisiti soggettivi previsti dalla lettera a) del primo comma del presente articolo sono autocertificati dal soggetto passivo con formula predisposta dall'Ufficio Tributi e sottoscrizione dell'interessato autenticata dal Funzionario responsabile.

3. 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-simili. 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 sopracitate, che danno diritto alla riduzione dell'imposta.

ART. 32 - ESENZIONI DALL'IMPOSTA SULLA PUBBLICITÀ

1. Sono esenti dall'imposta sulla pubblicità:

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

b) gli avvisi al pubblico:

1- esposti nelle vetrine o sulle porte d'ingresso dei locali o, ove queste manchino, nelle immediate adiacenze del punto di vendita, relativi all'attività svolta;

2- riguardanti la locazione e la compravendita degli immobili sui quali sono affissi, di superficie non superiore ad un quarto di mq.1;

c) la pubblicità all'interno, sulle facciate esterne o sulla recinzione dei locali di pubblico spettacolo, quando si riferisce alle rappresentazioni in programma nei locali predetti;

d) la pubblicità -escluse le insegne- relativa ai giornali ed alle pubblicazioni periodiche, esposta sulle sole facciate esterne delle edicole o all'interno, nelle vetrine e sulle porte d'ingresso dei negozi ove si effettua la vendita;

e) la pubblicità esposta all'interno delle stazioni dei servizi di trasporto pubblico di ogni genere, relativa esclusivamente all'attività esercitata dall'Impresa di trasporto titolare del servizio; le tabelle esposte all'esterno delle predette stazioni o lungo l'itinerario di viaggio, limitatamente alla parte in cui contengono informazioni relative alle modalità di effettuazione del servizio;

f) la pubblicità esposta all'interno delle vetture ferroviarie, degli aerei e delle navi, esclusa quella effettuata sui battelli, barche e simili soggetta all'imposta ai sensi dell'art. 13 del D.Lgs. n. 507/1993;

g) la pubblicità comunque effettuata in via esclusiva dallo Stato e dagli Enti pubblici territoriali;

h) le insegne, le targhe e simili apposte per l'individuazione delle sedi di comitati, associazioni, fondazioni e di ogni altro Ente che non persegue scopi di lucro;

i) le insegne, le targhe e simili la cui esposizione sia obbligatoria per disposizione di legge o di regolamento, di dimensioni non superiori a mezzo metro quadrato di superficie, salvo che le stesse non siano espressamente stabilite dalle disposizioni predette.

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

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

4. I soggetti di cui alla lettera h) del primo comma devono presentare in visione all'ufficio comunale pubblicità idonea documentazione od autocertificazione relativa al possesso dei requisiti richiesti per beneficiare dell'esenzione.

ART. 33 - DICHIARAZIONE PER L'APPLICAZIONE DELL'IMPOSTA SULLA PUBBLICITÀ

1. Il soggetto passivo è tenuto, prima di iniziare la pubblicità, a presentare al Comune 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 è predisposto dal Comune e messo a disposizione degli interessati.

2. La dichiarazione deve essere presentata anche nei casi di variazione della pubblicità che comportino variazioni della superficie esposta o del tipo di pubblicità effettuata, con conseguente nuova imposizione. Il Comune procede a calcolare il conguaglio fra 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 verifichino modificazione degli elementi dichiarati cui consegue 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.

4. Qualora venga omessa la presentazione della dichiarazione si applicano le disposizioni di cui all'art. 8, comma 4, del D.Lgs. n. 507/93 e successive modificazioni. L'assolvimento del tributo non esonera il contribuente dall'obbligo di munirsi delle ulteriori autorizzazioni o concessioni eventualmente previste da altre leggi o regolamenti, ivi compreso il presente.

ART. 34 - PAGAMENTO DELL'IMPOSTA SULLA PUBBLICITÀ

1. L'imposta è dovuta per le fattispecie previste dagli articoli 27, 28, 29 e 30 del presente Regolamento per anno solare di riferimento cui corrisponde un'autonoma obbligazione tributaria; per le altre fattispecie il periodo di imposta è quello specificato nelle relative disposizioni.

2. Il pagamento dell'imposta deve essere effettuato mediante versamento a mezzo di conto corrente postale intestato al Comune, ovvero al suo concessionario, con arrotondamento a mille lire per difetto se la frazione non è superiore a lire cinquecento o per eccesso se è superiore. L'attestazione dell'avvenuto pagamento deve essere allegata alla prescritta dichiarazione.

3. Per la pubblicità relativa a periodi inferiori all'anno solare l'imposta deve essere corrisposta in unica soluzione.

ART. 35 - RATEAZIONI DELL'IMPOSTA DI PUBBLICITÀ

1. E' consentita la rateazione dell'imposta di pubblicità annuale di importo superiore a £. 3.000.000. in quattro rate trimestrali, senza aggravio di interessi, scadenti il 31/03 - 30/06 - 30/09 - 31/12. Il ritardo nel pagamento della rata determina l'applicazione della sanzione tributaria di cui all'art. 23 del D.Lgs. 15/11/1993, n. 507.

TITOLO IV

DISCIPLINA DELLE PUBBLICHE AFFISSIONI

CAPO I

NORME GENERALI

ART. 36 - PRINCIPI GENERALI

1. E' istituito il servizio delle pubbliche affissioni il quale è inteso a garantire specificamente l'affissione, a cura del Comune, in appositi impianti a ciò destinati, di manifesti di qualunque materiale costituiti, contenenti comunicazioni aventi finalità istituzionali, sociali o comunque prive di rilevanza economica, ovvero nella misura stabilita dall'art. 40 di messaggi diffusi nell'esercizio di attività economiche.

ART. 37 - SOGGETTI TENUTI AL PAGAMENTO DEI DIRITTI SULLE PUBBLICHE AFFISSIONI

1. Per l'effettuazione delle pubbliche affissioni è dovuto in solido, da chi richiede il servizio e da colui nell'interesse del quale il servizio stesso è richiesto, un diritto, comprensivo dell'imposta sulla pubblicità a favore del Comune.

2. In applicazione all'art. 19 del D.Lgs. 15/11/1993, n. 507, ai fini della solidarietà nel pagamento del relativo diritto per colui "nell'interesse del quale il servizio è richiesto" si intende il soggetto, persone fisica o giuridica nel cui interesse immediato il messaggio viene pubblicizzato e/o il cui prodotto viene ad essere reclamizzato.

ART. 38- QUANTITÀ DELLE SUPERFICI DA ADIBIRE ALLE PUBBLICHE AFFISSIONI

1. La superficie complessiva degli impianti delle pubbliche affissioni nell'ambito del territorio comunale è fissata in complessivi mq. 495, pari a mq. 75 per ogni 1000 abitanti su una popolazione di n. 6.531 abitanti al 31/12/1996 arrotondati a n. 6.600.

2. Detta superficie include sia le affissioni dirette che quelle a domanda e quelle istituzionali sociali e senza rilevanza economica. In caso di aumento della popolazione si procederà all'adeguamento automatico delle superfici a cura dell'Ufficio Tributi.

3. L'ubicazione degli spazi verrà definita nel piano degli impianti pubblicitari e delle pubbliche affissioni.

ART. 39 - RIPARTIZIONE DELLA SUPERFICIE DEGLI IMPIANTI PUBBLICI DA DESTINARE ALLE AFFISSIONI

1. In esecuzione della previsione di cui all'art. 3, comma III, del D.Lgs. 15/11/1993, n. 507, gli impianti da destinare alle affissioni pubbliche individuati al precedente art. 38 sono individuati come segue:

a) spazi di natura istituzionale, sociale e comunque privi di rilevanza economica: mq.99, pari al 20% della superficie complessiva come indicata all'art.38;

b) spazi per affissioni di natura commerciale: mq.347, pari al 70% della superficie complessiva come indicata all'art.38;

c) spazi destinati all'affissione diretta da parte di privati, comunque diversi dal concessionario del pubblico spazio: mq.49, pari al 10% della superficie complessiva come indicata all'art.38;

2. Qualora l'Ufficio tributi riscontrasse nuove esigenze in virtù ed in armonizzazione del piano generale degli impianti, si potrà, previa adozione di delibera di Giunta, provvedere ad incrementare la percentuale di detti spazi affissionistici.

ART. 40 - SPAZI PRIVATI PER LE AFFISSIONI

1. Gli spazi di cui all'art.39, lett. c), dovranno essere usati esclusivamente per l'effettuazione di affissioni commerciali, essendo le affissioni di natura istituzionale, sociale o culturale già previste negli spazi affissionistici pubblici, soddisfacenti in maniera completa le esigenze del settore.

2. Gli spazi privati verranno assegnati con autorizzazione del Responsabile del servizio a seguito di procedura negoziata conseguente a:

a) domanda spontanea di Imprese o Società specializzate;

b) proposta del settore tributario od urbanistico, in virtù di riscontrate nuove esigenze ed in conformità alle linee generali del piano enunciate al successivo articolo.

3. In ogni caso il Responsabile del servizio dovrà contattare più Imprese o Società specializzate onde meglio verificare le proposte formulate al fine di scegliere la migliore in rapporto alle esigenze del Comune secondo criteri di trasparenza.

4. Nel caso di cui alla lettera a) del comma 2, l'ordine di presentazione dell'offerta costituisce, nei limiti della congruità della stessa, titolo preferenziale.

5. In ogni caso lo stesso soggetto privato non potrà possedere più del 50% degli spazi privati destinati alle affissioni.

6. Con l'atto di assegnazione viene approvato anche il relativo disciplinare.

7. I disciplinari, redatti nei modi e termini di legge, vengono predisposti dal settore tributario.

ART. 41 - MODALITÀ PER L'EFFETTUAZIONE DEL SERVIZIO DELLE PUBBLICHE AFFISSIONI

1. I committenti devono consegnare o far pervenire, franco di ogni spesa, all'Ufficio competente, il quantitativo dei manifesti da affiggere e provvedere contemporaneamente al versamento dei relativi diritti, restando ad esclusivo carico degli utenti l'obbligo di munirsi delle ulteriori autorizzazioni o concessioni eventualmente previste da altre leggi e regolamenti.

2. La durata dell'affissione decorre dal giorno in cui è stata eseguita al completo. Nello stesso giorno il Comune, su richiesta scritta del committente, deve comunicare l'elenco delle posizioni utilizzate con l'indicazione dei quantitativi affissi.

3. Il ritardo nelle effettuazioni delle affissioni causato dalle avverse condizioni atmosferiche si considera causato da forza maggiore. In ogni caso, qualora il ritardo sia superiore a dieci giorni dalla data di richiesta, il Comune deve darne comunicazione al committente.

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

5. La mancanza di spazi disponibili deve essere comunicata al committente entro 10 giorni dalla richiesta di affissione.

6. Nel caso di ritardo nell'affissione superiore a 10 giorni, ovvero di mancanza di spazi disponibili, il committente può annullare la commissione senza alcun onere a suo carico ed il Comune è tenuto al rimborso di quanto già versato entro gg. 90.

ART. 42 - DINIEGO DI AFFISSIONI O DI MATERIALE PUBBLICITARIO

1. Resta facoltà insindacabile dell'Ufficio addetto alle affissioni rifiutare l'affissione ovvero all'installazione di materiale il cui contenuto sia contrario alla decenza pubblica, ovvero si presenti come licenzioso od ancora possa integrare gli estremi di un reato (ingiuria, diffamazione, ecc.).

2. In tal caso a cura dell'Ufficio entro gg. 5 dal ricevimento della richiesta si dovrà dare comunicazione motivata al richiedente per lettera raccomandata con avviso di ricevimento. Il materiale consegnato fatto pervenire resta a disposizione del richiedente il servizio per il suo ritiro.

3. Per effetto di tale rifiuto nessun indennizzo è dovuto all'interessato.

CAPO II

DIRITTI SULLE PUBBLICHE AFFISSIONI

ART. 43 - PAGAMENTO DEI DIRITTI SULLE PUBBLICHE AFFISSIONI

1. Il pagamento del diritto sulle pubbliche affissioni deve essere effettuato mediante versamento a mezzo di bollettino di c/c postale intestato al Comune, ovvero in caso di affidamento in concessione al suo concessionario, con arrotondamento alle mille lire per difetto o per eccesso a seconda che la frazione sia inferiore o superiore a lire cinquecento.

2. Il pagamento deve essere effettuato contestualmente alla richiesta del servizio.

3. La misura del diritto sulle pubbliche affissioni per ciascun foglio di dimensione fino a cm. 70x100 è quella stabilita per la classe del Comune dal 2° comma

dell'art. 19 del D.Lgs. n. 507/93, distintamente per i primi 10 gg. e per ogni periodo successivo di gg. 5 o frazione.

4. Per ogni commissione inferiore a n. 50 fogli il diritto di cui al comma 3 è maggiorato del 50%.

5. Per i manifesti costituiti da n. 8 fino a n. 12 fogli il diritto è maggiorato del 50%; per quelli costituiti da più di n. 12 fogli è maggiorato del 100%.

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

7. In conformità all'art. 3, comma 6, del D.Lgs. 15/11/1993, n. 507, essendo il territorio del Comune interessato a rilevanti afflussi turistici per le affissioni commerciali di cui all'art. 19 del citato D.Lgs. effettuate nei mesi di giugno-luglio-agosto-settembre si applica una maggiorazione del 30% sulla tariffa base.

Le maggiorazioni del diritto, a qualunque titolo previste, si applicano sulla tariffa base e sono cumulabili tra loro.

8. Il committente ha facoltà di revocare la richiesta rinunciando all'affissione fino a che non è eseguita completamente, con l'obbligo di corrispondere in ogni caso un'indennità pari alla metà del diritto dovuto.

9. 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 tempestiva comunicazione al richiedente mantenendo, nel frattempo, a sua disposizione i relativi spazi.

10. Per le affissioni richieste per il giorno in cui è stato consegnato il materiale da affiggere od entro i due giorni successivi, se trattasi di affissioni di contenuto commerciale, ovvero per le ore notturne dalle 20.00 alle 7.00 o nei giorni festivi, è dovuta la maggiorazione del 10% del diritto, con un minimo di £. 50.000 per ciascuna commissione.

11. Nell'Ufficio del servizio delle pubbliche affissioni devono essere messi a disposizione per la pubblica consultazione ed ove possibile esposti, le tariffe del servizio, l'elenco degli spazi destinati alle pubbliche affissioni con l'indicazione delle categorie alle quali detti spazi appartengono ed il Registro cronologico delle commissioni.

ART. 44 - RIDUZIONI DEL DIRITTO SULLE PUBBLICHE AFFISSIONI

1. La tariffa del diritto per il servizio delle pubbliche affissioni è ridotta alla metà:

a) per i manifesti riguardanti in via esclusiva lo Stato e gli Enti pubblici territoriali e che non rientrano nei casi per i quali è prevista l'esenzione dall'art.45;

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

c) per i manifesti relativi ad attività politiche, sindacali e di categoria, culturali, sportive, filantropiche e religiose, da chiunque realizzate, con il patrocinio e la partecipazione degli Enti pubblici territoriali;

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

e) per gli annunci mortuari.

2. I requisiti soggettivi previsti dalla lettera b) sono accertati con le modalità di cui al secondo comma dell'art. 31.

3. I requisiti oggettivi previsti dalle lettere c) e d) sono verificati attraverso l'esame di cui al terzo comma dell'art. 31.

4. Le riduzioni non sono cumulabili. Non si applicano alla misura minima del diritto stabilito per ogni commissione da effettuarsi d'urgenza dal comma 10 dell'art. 43.

ART. 45 - ESENZIONI DAL DIRITTO SULLE PUBBLICHE AFFISSIONI

1. Sono esenti dal diritto sulle pubbliche affissioni:

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

b) i manifesti delle autorità militari relativi alle iscrizioni nelle liste di leva, alla chiamata ed ai richiami alle armi;

c) i manifesti dello Stato, delle Regioni e delle Province in materia di tributi;

d) i manifesti 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 e regolarmente autorizzati.

2. Per i manifesti di cui alla lettera a) si fa riferimento alle attività e funzioni che il Comune esercita secondo le leggi statali e regionali, le norme statutarie, le disposizioni regolamentari e quelle che hanno per finalità la cura degli interessi e la promozione dello sviluppo della comunità, ai sensi della Legge 8/6/1990, n. 142.

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

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

TITOLO V

SANZIONI

ART. 46 - SANZIONI TRIBUTARIE

1. Per l'omessa, tardiva od infedele presentazione della dichiarazione di cui all'art. 34 del presente Regolamento si applicano nei confronti del soggetto obbligato, oltre al pagamento dell'imposta o del diritto dovuti, una soprattassa pari all'ammontare dell'imposta o del diritto evasi, in conformità a quanto disposto dall'art. 23 del D.Lgs. n. 507/1993.

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

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

ART. 47 - SANZIONI AMMINISTRATIVE

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

2. Le violazioni delle disposizioni di cui al primo comma comportano sanzioni amministrative per la cui applicazione si osservano le norme stabilite dal Capo I, sezione I e II, della legge 24/12/1981, n. 689, salvo quanto espressamente stabilito dai commi successivi.

3. Per la violazione delle norme stabilite dal presente Regolamento in esecuzione del D.Lgs. 15/11/1993, n. 507 e di quelle stabilite nelle autorizzazioni alle installazioni degli impianti si applica la sanzione da £. 200.000 a £. 2.000.000. Il verbale con riportati gli estremi delle violazioni e l'ammontare della sanzione è notificato agli interessati entro gg. 150 dall'accertamento delle violazioni.

4. Il Comune dispone la rimozione degli impianti pubblicitari abusivi, dandone avviso all'interessato a mezzo del verbale di cui al precedente comma, con diffida a provvedere alla rimozione ed al ripristino dell'immobile occupato entro il termine nell'avviso stesso stabilito. Nel caso di inottemperanza all'ordine di rimozione e di ripristino dei luoghi entro il termine stabilito, il Comune provvede d'ufficio, addebitando ai responsabili le spese sostenute e richiedendone agli stessi il rimborso con avviso notificato a mezzo raccomandata A.R. Se il rimborso non è effettuato mediante versamento a mezzo

c/c postale intestato al Comune entro il termine prestabilito, si procede al recupero coattivo del credito con le modalità di cui al D.P.R. 28/1/1988, 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 terzo comma il Comune, o il concessionario del servizio, 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 l'esposizione abusiva, disponendo il recupero delle somme evase, l'applicazione delle soprattasse e, se dovuti, degli interessi di cui al seguente articolo.

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

7. I proventi delle sanzioni amministrative, da chiunque accertate, sono dovuti al Comune e dallo stesso destinati a 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 realizzazione, aggiornamento, integrazione e manutenzione del piano generale degli impianti di cui al Titolo I, Capo II del presente regolamento.

ART. 48 - INTERESSI

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

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

TITOLO VI

DISPOSIZIONI TRANSITORIE E FINALI

ART. 49 - ACCERTAMENTI E RETTIFICHE D'UFFICIO DI CUI AL D.P.R. N. 639/1972

1. Gli accertamenti e le rettifiche da effettuare a norma dell'art. 23 del D.P.R. 26/10/1972, n. 639, debbono essere notificati nel termine di decadenza ivi previsto, secondo le disposizioni del suddetto Decreto.

ART. 50 - PUBBLICITÀ ANNUALE INIZIATA NEL 1993

1. La pubblicità annuale iniziata prima dell'anno 1993 o nel corso dello stesso, per la quale sia stata pagata l'imposta dovuta fino al 31 dicembre di detto anno, è prorogata per l'anno 1994 e per quelli successivi senza la presentazione di una nuova dichiarazione, con il versamento dell'imposta dovuta annualmente secondo il presente Regolamento e la relativa tariffa, tenuto conto di quanto stabilito dal precedente art. 33, terzo comma. Valgono inoltre le norme di cui all'art. 51 fino al 31/12/1998.

ART. 51 - ADATTAMENTI DELLE FORME DI PUBBLICITÀ ESISTENTI

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

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

3. Sino al 31/12/1998 resta ferma la possibilità d'installare cartelli e mezzi pubblicitari anche in deroga alle norme del C.d.S. sugli impianti già esistenti.

4. Entro il 31.12.2001 tutte le installazioni dovranno essere regolarizzate.

ART. 52 - ENTRATA IN VIGORE - EFFETTI

1. Con effetto dalla data di entrata in vigore del presente Regolamento, si sostituiscono le norme in precedenza approvate nella materia da questo Comune.

2. Sono abrogate tutte le disposizioni di emanazione comunale contrarie o incompatibili con il presente Regolamento che entrerà in vigore a far tempo dal 1° gennaio dell'anno successivo all'intervenuta esecutività della deliberazione di adozione.

ART. 53 - NORMATIVA TRANSITORIA

1. La norma di cui al comma 4 bis dell'art. 17 si applica dal 01.01.2010 e tutti gli impianti installati fino a tale data non in conformità con il comma di cui trattasi, allo scadere del triennio, devono essere rimossi ed installati all'interno dei portici.

SOMMARIO

TITOLO I.....	1
NORME GENERALI	1
CAPO I.....	1
CONTENUTO E CLASSIFICAZIONE.....	1
art. 1 - Contenuto del regolamento	1
art. 2 - Classificazione del comune	1
CAPO II	2
PIANO GENERALE DEGLI IMPIANTI PUBBLICITARI E DELLE PUBBLICHE	
AFFISSIONI.....	2
art. 3 - Criteri per la formazione del piano generale degli impianti per la pubblicità e	
per le pubbliche affissioni.....	2
art. 4 - Criteri generali.....	3
art. 5 - La pubblicità esterna	3
art. 6 - Tipologie degli impianti	4
TITOLO II.....	5
DISCIPLINA DELLA PUBBLICITA'	5
CAPO I.....	5
NORME GENERALI	5
art. 7 - Definizioni.....	6
art. 8 - Tipologie dei mezzi pubblicitari.....	7
art. 9 - Pubblicità sui veicoli	7
art. 10 - Pubblicità fonica e varia	8
art. 11 - Targhette di identificazione.....	9
art. 12 - Limitazione delle forme di pubblicità per ragioni di pubblico interesse.....	9
art. 13 - Criterio residuale	10
CAPO II	10
CARATTERISTICHE ED UBICAZIONE DEI MEZZI PUBBLICITARI.....	10
art. 14 - Cartelli e mezzi pubblicitari non luminosi	10
art. 15 - Cartelli e mezzi pubblicitari luminosi	11
art. 16 - Dimensioni dei mezzi pubblicitari	12
art. 17 - Ubicazione lungo le strade e le fasce di pertinenza.....	12
art. 18 - Ubicazione dei mezzi pubblicitari nelle stazioni di servizio e nelle aree di	
parcheggio.....	16
CAPO III.....	17
AUTORIZZAZIONI.....	17
art. 19 - Installazione di materiale pubblicitario nei centri abitati	17
art. 20 - Autorizzazione all'installazione di materiale pubblicitario fuori dai centri	
abitati.....	17
art. 21 - Obblighi del titolare dell'autorizzazione	18
art. 22 - Vigilanza	19
TITOLO III.....	20
IMPOSTA SULLA PUBBLICITA'	20
art. 23 - Soggetto passivo dell'imposta sulla pubblicità.....	20
art. 24 - Presupposto dell'imposta	20

art. 24 bis - Riscossione	20
art. 25 - Delle tariffe in genere	21
art. 26 - Imposta sulla pubblicità ordinaria e modalità di commisurazione.....	21
art. 27 - Imposta sulla pubblicità effettuata con veicoli e modalità di commisurazione	22
art. 28 - Imposta sulla pubblicità effettuata con pannelli luminosi e proiezioni. modalità di commisurazione	22
art. 29 - Imposta sulla pubblicità varia e modalità di commisurazione	23
art. 30 - Maggiorazioni tariffarie	23
art. 31 - Riduzioni dell'imposta sulla pubblicità.....	24
art. 32 - Esenzioni dall'imposta sulla pubblicità.....	24
art. 33 - Dichiarazione per l'applicazione dell'imposta sulla pubblicità	25
art. 34 - Pagamento dell'imposta sulla pubblicità	26
art. 35 - Rateazioni dell'imposta di pubblicità	26
TITOLO IV.....	26
DISCIPLINA DELLE PUBBLICHE AFFISSIONI.....	26
CAPO I.....	26
NORME GENERALI	26
art. 36 - Principi generali	27
art. 37 - Soggetti tenuti al pagamento dei diritti sulle pubbliche affissioni	27
art. 38- Quantità delle superfici da adibire alle pubbliche affissioni	27
art. 39 - Ripartizione della superficie degli impianti pubblici da destinare alle affissioni.....	27
art. 40 - Spazi privati per le affissioni.....	28
art. 41 - Modalità per l'effettuazione del servizio delle pubbliche affissioni.....	28
art. 42 - Diniego di affissioni o di materiale pubblicitario.....	29
CAPO II	29
DIRITTI SULLE PUBBLICHE AFFISSIONI.....	29
art. 43 - Pagamento dei diritti sulle pubbliche affissioni	29
art. 44 - Riduzioni del diritto sulle pubbliche affissioni	30
art. 45 - Esenzioni dal diritto sulle pubbliche affissioni	31
TITOLO V	32
SANZIONI	32
art. 46 - Sanzioni tributarie	32
art. 47 - Sanzioni amministrative	32
art. 48 - Interessi	33
TITOLO VI.....	34
DISPOSIZIONI TRANSITORIE E FINALI	34
art. 49 - Accertamenti e rettifiche d'ufficio di cui al d.p.r. n. 639/1972	34
art. 50 - Pubblicità annuale iniziata nel 1993.....	34
art. 51 - Adattamenti delle forme di pubblicità esistenti.....	34
art. 52 - Entrata in vigore - Effetti.....	35
art. 53 - Normativa transitoria.....	35
SOMMARIO.....	36