

COMUNE DI VIGONE

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

APPROVATO CON DELIBERAZIONE C.C. N. 4 DEL 28/06/1994

Titolo I

DISCIPLINA DELLA PUBBLICITA' E DELLE AFFISSIONI

Capo I

DISPOSIZIONI GENERALI

Art.1

Oggetto del Regolamento

1. Il presente regolamento disciplina l'effettuazione nel territorio di questo Comune della pubblicità esterna ed delle pubbliche affissioni.

2. Stabilisce le modalità per l'applicazione dell'imposta comunale sulla pubblicità e del diritto comunale sulle pubbliche affissioni, in conformità a quanto disposto dal capo I del Decreto legislativo 15 novembre 1993 n.507.

Art.2

Ambito territoriale di applicazione

1. Le disposizioni del presente regolamento disciplinano l'effettuazione delle forme di pubblicità di cui all'art.1 in tutto il territorio del comune tenuto conto di quanto stabilito.

a) dal capo I del D.L.G.S. 15 novembre 1993 n.507

b) dall'art.23 del D.L.G.S. 30 aprile 1992 n.295, modificato dall'art.13 del D.L.G.S. 10 settembre 1993 n.360;

c) dagli artt. da 47 a 59 del D.P.R. 16 dicembre 1992 n.495;

d) dall'art.14 della legge 29 giugno 1939 n.1497;

e) dall'art.22 della legge 1 giugno 1939 n.1089;

f) dalla legge 18 marzo 1959, n.132 e dall'art.10 della legge 5 dicembre 1986 n.856;

g) dalle altre norme che stabiliscono modalità limitazioni e divieti per l'effettuazione in determinati luoghi, e su particolari immobili, di forme e di pubblicità esterna.

Art.3

Gestione del servizio

1. La gestione del servizio, in relazione alla sua dimensione organizzativa ed alla rilevanza economica—imprenditoriale, è effettuata dal Comune in economia diretta.

2. La scelta della forma per la gestione del servizio è di competenza del Consiglio comunale che, quando lo ritenga più conveniente sotto il profilo economico—professionale può affidare il servizio ad azienda speciale comunale o consortile di artt. 23 25 della legge 8 giugno 1990, n. 142 ovvero in concessione a soggetti terzi iscritti nell'albo rivisto dall'art.32 del D.Lgs. 15 novembre 1993 n.507.

3. la gestione del servizio, qualunque sia la forma prescelta, dovrà essere esercitata in conformità a quanto stabilito dal presente regolamento e dalle disposizioni del D.Lgs 15 novembre 1993 n.507.

Art. 4

Funzionario responsabile

1. Il Sindaco nomina un funzionario comunale responsabili della gestione diretta del servizio, al quale sono attribuiti le funzioni ed i poteri per l'esercizio di ogni attività organizzativa e gestionale dell'imposta sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni. Il predetto funzionario sottoscrive anche le richieste, gli avvisi, i provvedimenti relativi e dispone i rimborsi.

2. Il funzionario è individuato nell'ambito del settore dei servizi tributari del Comune, su proposta del Segretario Comunale.

3. Il comune provvede a comunicare al Ministero delle finanze – Direzione Centrale per la Fiscalità Locale – entro sessanta giorni dal provvedimento di designazione o sostituzione, il nominativo del funzionario responsabile.

Art. 5

Entrata in vigore del regolamento – disciplina transitoria

In conformità a quanto stabilito dal secondo comma dell'art. 5 del D.Lgs. 15 novembre 1993, n. 507, il presente regolamento entra in vigore dal 1° gennaio 1994 dopo la sua approvazione e l'esecutività, a norma di legge, della relativa deliberazione.

CAPO II

DISCIPLINA DELLA PUBBLICITÀ

Art. 6

Disciplina generale

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

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

3. Gli impianti ed i mezzi pubblicitari non autorizzati preventivamente od installanti violando le disposizioni di cui al primo comma devono essere rimossi in conformità a quanto previsto dall'art. 42.

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

5. Si applicano per le violazioni suddette le sanzioni previste dall'art. 24 del D.Lgs. n. 507/1993, indicate nell'art. 42 del presente regolamento, a seconda della loro natura.

Art. 7

Divieti di installazione ed effettuazione di pubblicità

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

2. Sugli edifici e nei luoghi di interesse storico ed artistico, su statue, monumenti, fontane monumentali, mure e porte della città, e sugli altri beni di cui all'art. 22 della legge 1° giugno 1939, n.1089, sul muro di cinta e nella zona di rispetto dei cimiteri, sugli edifici adibiti a sede di ospedali e chiese, e nelle loro immediate adiacenze, è vietato collocare cartelli ed altri mezzi di pubblicità. Può essere autorizzata l'apposizione sugli edifici suddetti e sugli spazi adiacenti di targhe ed altri mezzi di indicazione, di materiale e stile compatibile con le caratteristiche architettoniche degli stessi e dell'ambiente nel quale sono inseriti.

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

4. Lungo le strade, in vista di esse e sui veicoli si applicano i divieti previsti dall'art. 23 del codice della strada emanato con il D.Lgs. 30 aprile 1992, n. 285, modificato dall'art. 13 del D.Lgs 10 settembre 1993, n. 360, secondo le norme di attuazione stabilite dal paragrafo 3, capo I, titolo II. Del regolamento emanato con il D.Lgs. 16 dicembre 1992, n. 495.

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

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

7. Agli impianti, ai mezzi pubblicitari, ed alle altre forme vietate dal presente articolo si applicano, a carico dei soggetti responsabili, i provvedimenti e le sanzioni di cui ai commi 3, 4, 5 del precedente art.6.

Art. 8

Condizioni e limitazioni per la pubblicità lungo le strade

1. L'installazione di mezzi pubblicitari consentita lungo le strade od in vista di esse fuori dai centri abitati dall'art. 23 del D.Lgs. 30 aprile 1992, n. 285 modificato dall'art 13 del D.Lgs. 10 settembre 1993, n.360, è soggetta alle condizioni limitazioni e prescrizioni previste da detta norma e dalle modalità di attuazione della stessa stabilite dal par.3, capo I, titolo II del regolamento emanato con il D.P.R. 16 dicembre 1992, n.495.

2. All'interno dei centri abitati del capoluogo e delle frazioni, delimitati dal iano topografico dell'ultimo censimento:

a) si osservano le disposizioni di cui al 5 comma dell'art. 7 per la superficie degli stessi eventualmente classificata "centro storico";

b) l'installazione di mezzi pubblicitari è disciplinata dal 4 comma dell'art. 14 ed è autorizzata con le modalità stabilite dall'art. 11 del presente regolamento. Il sindaco può concedere deroghe alle distanze minime di posizionamento dei cartelli su strade urbane di quartiere e strade locali, tenuto conto di quanto dispongono le norme in precedenza richiamate (1);

c) la dimensione dei cartelli non deve superare la superficie di metri quadri 4; per le insegne poste parallelamente in senso di marcia dei veicoli la superficie non deve superare metri quadri 10 (2);

d) le caratteristiche tecniche dei mezzi pubblicitari luminosi devono essere conformi a quelle stabilite dall'art. 50 del D.P.R. 16 dicembre 1992, n.495.

Art.9

Tipologia dei mezzi pubblicitari

1. Le tipologie pubblicitarie oggetto del presente regolamento sono classificate secondo il D.Lgs. 15 novembre 1993, n507, in:

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

2. La pubblicità ordinaria è effettuata mediante insegne, cartelli, locandine, targhe, stendardi e con qualsiasi altro mezzo non previsto dai successivi commi.

Per le definizioni relative alle insegne, targhe, cartelli, locandine, stendardi ed altri mezzi pubblicitari si fa riferimento a quelle effettuate dai commi 1,2,3,5,6,7 e 8 dell'art. 47 del regolamento emanato con D.P.R. 16 dicembre 1992, n.495, intendendosi compreso negli "altri mezzi pubblicitari" i "segni orizzontali reclamistici" ed esclusi gli "striscioni", disciplinati dalle norme del presente regolamento relative alla "pubblicità varia".

(1) l'installazione dei cartelli pubblicitari nei centri abitati rientra nelle facoltà dei Comuni che ove intendano vietarla devono stabilirlo nel regolamento. In caso diverso devono disciplinarla nel regolamento, secondo quanto dispone il D.P.R. n. 495/1992

(2) vedere quanto prescrive l'art. 48 del D.P.R. n. 495/1992

È compresa nella "pubblicità ordinaria" la pubblicità mediante affissioni effettuate direttamente, anche per conto altrui, di manifesti e simili su apposite strutture adibite all'esposizione di tali mezzi.

3. La pubblicità effettuata con veicoli è distinta come appresso:

a) pubblicità visiva effettuata per conto proprio od altrui all'interno e dall'esterno di veicoli in genere di vetture autofilotranviarie, battelli, barche e simili, di uso pubblico o privato, di seguito definita "pubblicità ordinaria" con veicoli.

b) Pubblicità effettuata per conto proprio su veicoli di proprietà dell'impresa o adibiti ai trasporti per suo conto, compresi i veicoli circolanti con rimorchio, di seguito definita "pubblicità con veicoli dell'impresa".

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

4. La pubblicità con pannelli luminosi è effettuata con insegne, pannelli od altre analoghe strutture caratterizzate dall'impiego di diodi luminosi, lampadine e simili mediante controllo elettronico, elettromeccanico o comunque programmato in modo da garantire la variabilità del messaggio o la sua visione in forma intermittente, lampeggiante o similare.

La pubblicità predette può essere effettuata per conto altrui o per conto proprio dell'impresa, con la differenziazione tariffaria stabilito ne titolo II.

5. È Compresa fra la "pubblicità con proiezioni", la pubblicità realizzata in luoghi pubblici o aperta al pubblico attraverso diapositive, proiezioni luminose e cinematografiche effettuate su schermi o pareti riflettenti.

6. La pubblicità varia comprende:

a) la pubblicità effettuata con striscioni, festoni di bandierine od altri mezzi similari, che attraversano strade o piazze di seguito definite "pubblicità con striscioni";

b) la pubblicità effettuata sul territorio del comune da aeromobili mediante scritte, striscioni, disegni fumogeni, lancio di oggetti o manifestini, compresa quella eseguita su specchi d'acqua o fasce marittime limitrofi al territorio comunale, di seguito definita "pubblicità da aeromobili";

c) la pubblicità eseguita con palloni frenati o simili, definita "pubblicità con palloni frenati";

d) la pubblicità effettuata mediante distribuzione anche con i veicoli di manifestini o di altri materiale pubblicitario, oppure mediante persone circolanti con cartelli od altri mezzi pubblicitari, definita di seguito "pubblicità in forma ambulante".

e) La pubblicità effettuata a mezzo apparecchi amplificatori e simili definita "pubblicità fonica".

Art. 10

Caratteristiche e modalità di installazione e manutenzione

1. I cartelli e gli altri mezzi pubblicitari non luminosi devono avere le caratteristiche ed essere installati con le modalità e cautele prescritte dall'art. 49 del D.P.R. 16 dicembre 1992, n. 495 e con l'osservanza di quanto stabilito dall'art. 8 del presente regolamento.

2. Le sorgenti luminose, i cartelli e gli altri mezzi pubblicitari, posti fuori dai centri abitati, lungo o in prossimità delle strade dove ne è consentita l'installazione, devono essere conformi a quanto prescrive l'art. 50 del D.P.R. 16 dicembre 1992, n. 495.

3. La installazione di pannelli e di altri mezzi pubblicitari luminosi aventi le caratteristiche di cui al 4 comma del precedente art. 9 all'interno dei centri abitati è soggetto ad autorizzazione del Comune che viene concessa tenuto conto dei divieti, limitazioni e cautele stabilite dal presente regolamento. Per la installazione dei mezzi pubblicitari luminosi nei centri storici si osserva la procedura prevista dal 5 comma art. 7.

4. I mezzi pubblicitari installati nei centri abitati sugli edifici, in corrispondenza con gli accessi pubblici e privati ed ai margini laterali delle strade e dei marciapiedi, sono collocati ad altezza tale che il bordo inferiore deve essere in ogni suo punto ad una quota non minore di m. 2 dal piano di accesso agli edifici e superiore a metri m. 1,5 dalla quota di calpestio dei marciapiedi e delle strade.

Art. 11

Autorizzazioni

1. il rilascio delle autorizzazioni al posizionamento ed alla installazione di cartelli ed altri mezzi pubblicitari fuori dai centri abitati, sulle strade ed aree pubbliche comunali ed assimilate o da esse visibili è soggetto alle disposizioni dell'art. 53 del D.P.R. 16 dicembre 1992, n. 495 ed è effettuato dal Comune al quale deve essere presentata la domanda con la documentazione prevista dal successivo 3 comma.

2. Il rilascio delle autorizzazioni al posizionamento ed alla installazione di insegne, targhe, cartelli ed altri mezzi pubblicitari nei centri abitati è di competenza del Comune, salvo il preventivo nullaosta tecnico dell'ente proprietario se la strada è statale, regionale o provinciale, in conformità al 4 comma dell'art. 23 del D.Lgs. 30 aprile 1992, n. 285.

3. Il soggetto interessato al rilascio dell'autorizzazione presentata alla domanda presso l'ufficio comunale, in originale e copia, allegando:

- a) una auto-attestazione, redatta ai sensi della legge 4 gennaio 1968, n. 15, con la quale dichiara che il mezzo pubblicitario che intende collocare ed i suoi sostegni sono calcolati, realizzati e posti in opera in modo da garantirne sia la stabilità sia la conformità alle norme previste a tutela della circolazione di veicoli e persone, con assunzione di ogni conseguente responsabilità;
- b) un bozzetto od una fotografia del mezzo pubblicitario con l'indicazione delle dimensioni, del materiale con il quale viene realizzato ed installato;
- c) una planimetria con indicata la posizione nella quale s'intende collocare il mezzo;
- d) il nullaosta tecnico dell'ente proprietario della strada, se la stessa non è comunale.

Per l'installazione di più mezzi pubblicitari è presentata una sola domanda ed una sola auto-attestazione. Se l'autorizzazione viene richiesta per mezzi aventi lo stesso bozzetto e caratteristiche, è allegata una sola copia allo stesso.

Copia della domanda viene restituita con l'indicazione:

- 1) della data e numero di ricevimento al protocollo comunale;
- 2) del funzionario responsabile del procedimento;
- 3) della ubicazione del suo ufficio e dei numeri di telefono e di fax;
- 4) del termine di cui al successivo comma, entro il quale sarà emesso il provvedimento;

4. il responsabile del procedimento istituisce la richiesta, acquisendo direttamente i pareri tecnici delle unità organizzative interne ed entro 60 giorni dalla presentazione concede o nega

l'autorizzazione. Il diniego deve essere motivato. Trascorsi 60 giorni dalla presentazione della richiesta senza che sia stato emesso alcun provvedimento l'interessato, salvo quanto previsto dal successivo comma, può procedere all'installazione del mezzo pubblicitario, previa presentazione, in ogni caso, della dichiarazione ai fini dell'applicazione dell'imposta sulla pubblicità.

5. È sempre necessario il formale provvedimento di autorizzazione del comune agli adempimenti prescritti dall'art. 7. Per i procedimenti agli stessi relativi il termine è stabilito in 90 giorni.

6. Il comune provvede agli adempimenti prescritti dall'art. 53, commi 9 e 10, del D.P.R. 16 dicembre 1992, n. 495.

Art. 12

Obblighi del titolare dell'autorizzazione

1. il titolare dell'autorizzazione ha l'obbligo di:

- a) verificare periodicamente il buono stato di conservazione dei cartelli e degli altri mezzi pubblicitari e delle loro strutture di sostegno;
- b) effettuare tutti gli interventi necessari al mantenimento delle condizioni di sicurezza;
- c) adempiere nei tempi prescritti a tutte le disposizioni impartite dal Comune, sia al momento del rilascio dell'autorizzazione, sia successivamente per intervenute e motivate esigenze;
- d) provvedere alla rimozione in caso di scadenza, decadenza o revoca dell'autorizzazione o del venir meno delle condizioni di sicurezza previste all'atto dell'installazione o di motivata richiesta del comune.

2. In ogni cartella o mezzo pubblicitario autorizzato deve essere applicata la targhetta prescritta dall'art. 55 del D.P.R., n. 495/1992.

3. Il titolare dell'autorizzazione per la posa di segni orizzontali reclamistici sui piani stradali nonché di striscioni e standardi ha l'obbligo di provvedere alla rimozione degli stessi entro le 48 ore successive alla conclusione della manifestazione o spettacolo per il cui svolgimento sono stati autorizzati ripristinando il preesistente stato dei luoghi e delle superfici stradali.

4. Le disposizioni del presente articolo si applicano anche nel caso in cui l'installazione o la posa del mezzo pubblicitario sia venuta a seguito del verificarsi del silenzio-assenso da parte del comune.

CAPO III

IL PIANO GENERALE DEGLI IMPIANTI PUBBLICITARI

Art. 13

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 in attuazione delle modalità e dei criteri stabiliti dal D.Lgs. 15 novembre 1993, n. 507 e del presente regolamento.

2. Il piano degli impianti pubblicitari è articolato in due parti. La prima parte determina gli ambiti del territorio comunale dei quali sono localizzati mezzi di pubblicità esterna, compresi nelle tipologie di cui all'art. 9, commi 2, 4 e 6 del presente regolamento. La seconda parte definisce la localizzazione nel territorio comunale degli impianti per le pubbliche affissioni di cui al successivo art. 15.

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

4. Alla formazione del piano provvede un gruppo di lavoro costituito dai dipendenti comunali responsabili dei servizi pubblicità ed affissioni, della viabilità e della polizia municipale. Se il servizio è affidato in concessione fa parte del gruppo di lavoro il responsabile del servizio designato dal concessionario. Il progetto del piano è sottoposto a parere della Commissione Edilizia che è dalla stessa espresso entro 20 giorni dalla richiesta. Il gruppo di lavoro, esaminato il parere della Commissione o preso atto della scadenza del termine senza osservazioni, procede alla redazione del piano definitivo che è approvato secondo quanto previsto dal precedente comma.

5. Dall'entrata in vigore del presente regolamento e del piano generale degli impianti viene dato corso alle istanze per l'installazione di impianti pubblicitari per i quali i relativi provvedimenti erano già stati adottati alla data di entrata in vigore del D.Lgs.

6. Il piano generale degli impianti può essere adeguato o modificato entro il 31 ottobre di ogni anno, con decorrenza dall'anno successivo, per effetto delle variazioni intervenute nella consistenza demografica del Comune, dell'espansione dei centri abitati, dello sviluppo della viabilità e di ogni altra causa rilevante che viene illustrata nella motivazione del provvedimento di modifica.

Art. 14

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. Sono pertanto escluse dal piano le locazioni vietate dall'art.7 del presente regolamento, salvo quanto previsto dal 5 comma dello stesso per l'installazione di mezzi pubblicitari all'interno dei centri storici. Per tali mezzi il piano definisce, in linea generale, le caratteristiche delle zone e degli edifici in cui l'installazione può essere consentita, con l'espletamento della procedura stabilita dalla norma suddetta.

3. Per l'installazione dei mezzi pubblici fuori dei centri abitati, lungo le strade comunali ed in vista di essere il piano, osservato quando stabilito dal primo comma dell'art. 8, individua le località e le posizioni nelle quali, per motivare 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.

4. Nell'interno dei centri abitati il piano prevede, per la installazione di mezzi pubblicitari lungo le strade comunali, provinciali, regionali, statali od in vista di esse, autorizza il comune previo nullaosta 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. 8. 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 delle caratteristiche delle zone ove questi sono situati.

5. 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 e 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, standardi, festoni di bandierine e simili.

6. 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 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 della Giunta comunale, secondo quanto previsto dal comma 7 dell'art. 9 del D.Lgs. 15 novembre 1993, n. 507.

Art. 15

Gli impianti per le pubbliche affissioni

1. la seconda parte del piano degli impianti pubblicitari è costituita dagli impianti da adibire alle pubbliche affissioni.

2. In conformità a quanto dispone il comma 3 dell'art. 18 del D.Lgs. 15 novembre 1993, n. 507, tenuto conto che la popolazione del Comune al 31 dicembre 1992, penultimo anno precedente quello in corso, era costituita da n. 1.197 abitanti, la superficie degli impianti da adibire alle pubbliche affissioni è stabilita in complessivi mq. 28, proporzionata al predetto numero di abitanti e, comunque, non inferiore a mq. 12 per ogni mille abitanti (1).

3. La superficie complessiva degli impianti per le pubbliche affissioni, sopra determinata, è ripartita come appresso:

- a) =mq. 2,80, pari al 10% è destinata alle affissioni di natura istituzionale, sociale o comunque priva di rilevanza economica, effettuate dal servizio comunale;
- b) =mq. 16,80, pari al 60% è destinata alle affissioni di natura commerciale, effettuata dal servizio comunale;
- c) =mq. 8,40 pari al 30% è destinata alle affissioni di natura commerciale effettuata direttamente da soggetti privati.

4. Gli impianti per le pubbliche affissioni possono essere costituiti da:

- a) vetrine per l'esposizione di manifesti;
- b) standardi porta manifesti;
- c) posters per l'affissione di manifesti;
- d) tabelloni ed altre strutture mono, bifacciali o plurifacciali, realizzate in materiali idonei per l'affissione di manifesti;
- e) superfici adeguatamente predisposte delimitate, ricavate da muri di recinzione, di sostegno, da strutture appositamente predisposte per questo servizio;
- f) da armature, steccati, ponteggi, schermature di carattere provvisorio prospicienti il suolo pubblico, per qualunque motivo costruiti;

5. tutti gli impianti hanno, di regola, dimensioni pari o multiple di cm. 70X100 e sono collocati in posizioni che consentono la totale visione e percezione del messaggio pubblicitario da spazi pubblici per tutti i lati che vengono utilizzati per l'affissione. Ciascun impianto reca, in alto o sul

lato destro, una targhetta con l'indicazione "Comune di Visone – Servizio Pubbliche Affissioni" ed il numero di individuazione dell'impianto.

6. Gli impianti non possono essere collocati nei luoghi nei quali è vietata l'installazione di mezzi pubblicitari dall'art. 7 del presente regolamento.

7. L'installazione di impianti per le affissioni lungo le strade è soggetta alle disposizioni di cui all'art. 8 del presente regolamento e, in generale, alle disposizioni del D.Lgs. 30 aprile 1992, n. 285 e del D.P.R. 16 dicembre 1992, n. 495.

8. Il piano per gli impianti per le pubbliche affissioni indica, per ciascuno di essi:

- a) la destinazione dell'impianto secondo quanto previsto dal comma 3;
- b) l'ubicazione;
- c) la tipologia secondo quanto previsto dal comma 4;
- d) la dimensione ed il numero di fogli cm. 70X100 che l'impianto contiene;
- e) la numerazione dell'impianto ai fini della sua individuazione.

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

10. La ripartizione degli spazi di cui al terzo comma può essere rideterminata ogni due anni, con deliberazione da adottarsi entro il 31 ottobre e che entra in vigore dal 1° gennaio dell'anno successivo, qualora nel periodo trascorso si siano verificate ricorrenti eccedenze od insufficienze di spazi in una o più categorie, rendendo necessario il riequilibrio delle superfici alle stesse assegnate in relazione alle effettive necessità accertate.

11. Il Comune ha la facoltà di provvedere allo spostamento dell'ubicazione di impianti per le pubbliche affissioni in qualsiasi momento risulti necessario per esigenze di servizio, circolazione stradale, realizzazione di opere od altri motivi. Nel caso 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 accertare di continuare l'utilizzazione dell'impianto nella nuova sede oppure rinunciare alla stessa, ottenendo dal Comune il rimborso del diretto già corrisposto per il periodo per il quale l'impianto non viene usufruito.

(1) D.Lgs. n. 507/1993, art. 18, 3° comma: La superficie degli impianti da adibire alle pubbliche affissioni non deve essere inferiore a 18 mq. per ogni 1.000 abitanti nei comuni con una popolazione superiore a 30.000 abitanti ed a 12 mq negli altri comuni.

TITOLO II

Capo I DISCIPLINA GENERALE

Art.16 Applicazione dell'imposta e del diritto

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

ART.17

Classificazione del Comune

1. In base alla popolazione residente al 31 dicembre dell'anno 1992, penultimo precedente a quello 1994, in corso al momento di adozione del presente regolamento che dai dati pubblicati dall'I.S.T.A.T. risulta da n.1.197 abitanti, il Comune è classificato, in conformità all'art.2 del D.Lgs.15 novembre 1993,n.507, nella classe: V.

2. Verificandosi variazioni della consistenza della popolazione determinate con riferimento a quanto stabilito nel precedente comma, che comportino la modifica della classe di appartenenza del Comune la Giunta comunale ne prende atto con deliberazione da adottarsi entro il 31 ottobre e, contestualmente, dispone l'adeguamento della tariffe per l'anno successivo.

Art.18

La deliberazione delle tariffe

1. Le tariffe dell'imposta sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni sono deliberate dalla Giunta comunale entro il 31 ottobre di ogni anno ed entrano in vigore il 1° gennaio dell'anno successivo; qualora s'intendono prorogate di anno in anno.

2. Per la prima applicazione del D.Lgs.15 novembre 1993,n.507, le tariffe per l'anno 1994 sono state deliberate entro il 28 febbraio 1994.

3. La copia autenticata della deliberazione di applicazione delle tariffe deve essere trasmessa dal Funzionario delle Finanze-Direzione centrale per la fiscalità locale, entro trenta giorni dall'adozione.

Capo II

IMPOSTA SULLA PUBBLICITA'

Art.19

Presupposto dell'imposta

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

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

3. Si considerano rilevanti ai fini dell'imposizione:
 - a) I messaggi diffusi nell'esercizio di un'attività economica allo scopo di promuovere la domanda e la diffusione di beni e servizi di qualsiasi natura;
 - b) I messaggi finalizzati a migliorare l'immagine del soggetto pubblicizzato;
 - c) I mezzi e le forme atte ad indicare il luogo nel quale viene esercita un'attività.

Art.20

Soggetto passivo

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

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

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

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

Art. 21

Modalità di applicazione dell'imposta

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Art. 22

Dichiarazione

1. Ottenuta l'autorizzazione prevista dall'art. 11, il soggetto passivo dell'imposta, prima di iniziare la pubblicità, è tenuto a presentare all'ufficio comunale su apposito modulo presso lo stesso disponibile, la dichiarazione, anche cumulativa, delle caratteristiche, quantità ed ubicazione dei mezzi pubblicitari. La dichiarazione è esente da bollo (tabella B, art. 5, D.P.R. 26.10.1972, n. 642, modif. dal D.P.R. 30.12.1982, n. 955).

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

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

4. Nei casi in cui sia omessa la presentazione della dichiarazione, la pubblicità ordinaria, effettuata con i veicoli e con pannelli luminosi di cui all'art. 9, commi 2, 3 e 4 del presente regolamento (art. 12, 13 e 14 commi 1 e 3, D.Lgs. n. 507/1993), si presume effettuata, in ogni caso, con decorrenza dal 1° gennaio dell'anno in cui è stata accertata. Le altre forme di pubblicità di cui al predetto art. 9, commi 5 e 6 (art. 14 comma 3 e art. 15, D.Lgs. n. 507/1993), si presumono effettuate dal primo giorno del mese in cui è stato effettuato l'accertamento.

Art. 23

Rettifica ed accertamento d'ufficio

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

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

3. Nell'avviso devono essere inoltre precisate:

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

4. Gli avvisi di accertamento e rettifica sono sottoscritti dal funzionario comunale responsabile della gestione dell'imposta, con firma apposta sotto tale qualifica e l'indicazione, a stampa od altra forma idonea, del suo cognome e nome. Nel caso di gestione del servizio in concessione, gli avvisi sono sottoscritti da un rappresentante del concessionario.

Art. 24

Pagamento dell'imposta e del reddito

1. il pagamento dell'imposta sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni aventi carattere commerciale deve essere effettuato a mezzo di conto corrente postale intestato al Comune⁽¹⁾. L'importo dovuto è arrotondato a € 0,52 per difetto se la frazione non è superiore a € 0,26 e per eccesso se è superiore. L'attestazione dell'avvenuto pagamento dell'imposta sulla pubblicità è

(1) Nel caso di affidamento in concessione sostituire la parola "Comune" con "concessionario del Comune".

allegata alle dichiarazioni di cui ai commi 1 e 2 dell'art. 22.
negli anni successivi a quello della dichiarazione, l'attestazione