



COMUNE DI CASALUCE
PROVINCIA DI CASERTA

Regolamento per la disciplina della pubblicità e le pubbliche affissioni

Approvato con deliberazione consiliare n. 15 del 17.7.2020 (I.E.)

Pubblicato all'albo pretorio dal 17.7.2020 all'1.8.2020

Pubblicato nella sezione Amministrazione trasparente/Disposizioni generali/Atti generali del sito istituzionale dal 17.7.2020

S O M M A R I O

TITOLO I

DISCIPLINA DELLA PUBBLICITA' E DELLE AFFISSIONI

DISPOSIZIONI GENERALI

Art. 1 Oggetto del regolamento

Art. 2 Gestione del servizio

Art. 3 Vigilanza e sorveglianza esterna del servizio

IL PIANO GENERALE DEGLI IMPIANTI PUBBLICITARI

Art. 4 Criteri generali
Art. 5 La pubblicità esterna
Art. 6 Gli impianti per le pubbliche affissioni 3
Art. 7 Divieti di installazione ed effettuazione di pubblicità
Art. 8 Autorizzazioni
Art. 9 Obblighi del titolare dell'autorizzazione
Art. 10 Tipologia dei mezzi pubblicitari
Art. 11 Caratteristiche e modalità di installazione e manutenzione
IMPOSTA DI PUBBLICITA' - DISCIPLINA DEL TRIBUTO
Art. 12 Applicazione dell'imposta e del diritto
Art. 13 La deliberazione delle tariffe
Art. 13- bis Categoria delle località
Art. 14 Presupposto dell'imposta
Art. 15 Soggetto passivo
Art. 16 Modalità di applicazione e pagamento dell'imposta
Art. 17 Pubblicità effettuata su impianti installati su beni appartenenti al Comune
IL SERVIZIO DELLE PUBBLICHE AFFISSIONI - DISCIPLINA DEL DIRITTO
Art. 18 Finalità
Art. 19 Affissioni - prenotazioni - registro cronologico
Art. 20 Criteri e modalità per l'espletamento del servizio
DISPOSIZIONI FINALI
Art. 21 Sanzioni tributarie, interessi e contenzioso
Art. 22 Sanzioni amministrative
Art. 23 Norme di rinvio
Art. 24 Norme abrogate

DISPOSIZIONI GENERALI

Art. 1

Oggetto del regolamento

Il presente regolamento, in conformità a quanto disposto dal capo I del Decreto Legislativo 15 novembre 1993 n. 507 al quale si rinvia per tutto quanto non espressamente stabilito negli articoli seguenti, disciplina:
1 - l'effettuazione nel territorio del Comune di Casaluce della pubblicità esterna e delle pubbliche affissioni;
2 - le modalità per l'applicazione dell'imposta comunale sulla pubblicità e del diritto comunale sulle pubbliche affissioni.

Art. 2

Gestione del servizio

1. La gestione del servizio, in relazione alla sua dimensione organizzativa, alla rilevanza e alla convenienza economica-imprenditoriale è effettuata dal Comune in forma diretta o in concessione ai sensi dell'art. 25 del D.Lgs. 507/93. L'affidamento del servizio in concessione è di competenza del Consiglio Comunale.
2. Il Consiglio Comunale è competente per l'affidamento in concessione del servizio nel suo complesso o, se ritenuto più conveniente, del solo servizio di affissione materiale dei manifesti consegnati al servizio delle pubbliche affissioni, nonché dell'installazione e manutenzione dei relativi impianti, a soggetti iscritti nell'apposito albo previsto dall'art. 33 del D. Lgs. 507/1993 oppure ad azienda speciale prevista dall'art. 22 della L. 142/1990.
3. Per tutte le prescrizioni relative alle modalità di gestione del servizio in concessione, viene fatto rinvio al capitolato d'onori e alle norme contrattuali per l'affidamento del servizio stesso, cui il Concessionario avrà l'obbligo di attenersi.
4. Nei locali dell'Ufficio Pubblicità e Affissioni devono essere esposti, a disposizione del pubblico l'elenco indicante gli spazi destinati alle pubbliche affissioni, il registro cronologico delle commissioni di affissione, le tariffe del servizio ed il presente regolamento.
5. L'orario del servizio è stabilito, con ordinanza del Sindaco.

Art. 3

Vigilanza e sorveglianza esterna del servizio

1. Nell'installazione degli impianti e degli altri mezzi pubblicitari e nell'effettuazione delle altre forme di pubblicità devono essere osservate le norme stabilite dalle Leggi, dal presente Regolamento e dalle prescrizioni previste nelle autorizzazioni rilasciate dalle autorità competenti.
2. Gli impianti e i mezzi pubblicitari non autorizzati preventivamente o installati violando le disposizioni di

cui al 1° comma devono essere rimossi in conformità a quanto previsto dall'art. 24 del presente D.Lgs. 507/93.

3. Le altre forme pubblicitarie non autorizzate preventivamente od effettuate in violazione delle norme di cui al 1° comma, devono cessare immediatamente dopo la diffida, verbale o scritta, degli organi addetti al controllo e alla vigilanza.

4. Si applicano per le violazioni suddette le sanzioni previste dall'art. 24 del D.Lgs. n. 507/93 a seconda della loro natura, senza pregiudizio alcuno per l'applicazione delle sanzioni previste da altre norme legislative o regolamentari.

5.

IL PIANO GENERALE DEGLI IMPIANTI PUBBLICITARI

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 con le modalità e i criteri stabiliti dal D.Lgs. 15 novembre 1993 n. 507 e dal presente regolamento.

2. Il piano degli impianti pubblicitari è articolato in due parti. La prima parte determina i criteri in base ai quali è consentita l'istallazione di mezzi di pubblicità esterna. La seconda parte definisce la localizzazione nel territorio comunale degli impianti per le pubbliche affissioni.

3. Il piano generale degli impianti pubblicitari è approvato con apposita deliberazione da adottarsi da parte della Giunta comunale, secondo i criteri contenuti nel presente Regolamento entro 12 mesi dall'approvazione del presente regolamento

4. Alla predisposizione del piano provvede un gruppo di lavoro costituito dai funzionari comunali responsabili del servizio di urbanistica, della viabilità e della polizia municipale.

5. Dall'entrata in vigore del presente Regolamento e del piano generale degli impianti viene dato corso alla verifica degli impianti pubblicitari già installati. Dalla stessa data il Comune provvede a dar corso ai procedimenti relativi alle richieste di installazione di nuovi impianti, nei modi previsti dal presente Regolamento e dal Piano.

6. Il piano generale degli impianti può essere adeguato o modificato 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 verrà illustrata nella motivazione del provvedimento di modifica.

7. Agli effetti del presente Regolamento, per definire le aree di competenza comunale viene usata, per brevità, la dizione "territorio comunale", intendendo con ciò il centro abitato e le strade, di proprietà comunale, ubicate fuori dai centri abitati.

8. Il *centro abitato* è un insieme di edifici, delimitato lungo le vie d'accesso da appositi segnali di inizio e fine. Per insieme di edifici si intende un raggruppamento continuo, ancorché intervallato da strade, piazze, giardini o simili, costituito da non meno di venticinque fabbricati e da aree di uso pubblico con accessi veicolari o pedonali sulla strada.

Art. 5

La pubblicità esterna

1. La prima parte del piano comprende i mezzi destinati alla pubblicità esterna ed indica i criteri in base ai quali è consentita la loro installazione nelle diverse zone del territorio comunale.

2. Sono pertanto escluse dal piano tutte le localizzazioni vietate dall'art. 7 del presente regolamento. Per i mezzi pubblicitari all'interno dei centri storici richiamati al comma 3 del medesimo articolo 7, il piano definisce, in linea generale, le caratteristiche delle zone e degli edifici in cui l'istallazione può essere consentita, con l'espletamento della procedura stabilita dalla norma suddetta.

3. Per l'installazione dei mezzi pubblicitari fuori dei centri abitati, lungo le strade comunali ed in vista di esse il piano individua le località e le posizioni nelle quali il collocamento è soggetto a particolari condizioni od a limitazioni delle dimensioni dei mezzi.

4. Nell'interno del centro abitato il piano prevede, per la installazione di mezzi pubblicitari lungo le strade comunali, provinciali, regionali, statali od in vista di esse:

a) le caratteristiche delle zone nelle quali, su aree pubbliche o private, concesse dal soggetto proprietario, può essere autorizzata l'istallazione di mezzi pubblicitari e le dimensioni per gli stessi consentite nell'ambito di quelle massime stabilite dall'art. 48 del Regolamento di esecuzione del Nuovo codice della strada (Dpr. 495/92). Per quanto possibile individua le zone utilizzabili per le predette installazioni pubblicitarie;

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

c) le tipologie generali e le dimensioni massime delle insegne, targhe e d'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'istallazione 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, standardi, festoni di bandierine e simili.

Art. 6

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 terzo comma dell'art. 18 del D.Lgs 15.11.1993, n. 507, tenuto conto che la popolazione del Comune al 31 dicembre del penultimo anno precedente quello in corso, era costituita da un numero di abitanti inferiore a 30.000 e che pertanto la superficie degli impianti da adibire alle pubbliche affissioni non deve essere inferiore a mq. 12, per ogni mille abitanti, la superficie degli stessi è stabilita in mq. 70 ogni mille abitanti.

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

a) il 5% è destinato alle affissioni di natura istituzionale, sociale, o comunque priva di rilevanza economica effettuate dal servizio comunale;

b) il 33% è destinata alle affissioni di natura commerciale, effettuate dal servizio comunale;

c) il 62% è destinato alle affissioni, sia di natura commerciale che prive di rilevanza economica, effettuate direttamente da soggetti privati, comunque diversi dal concessionario del servizio, ove lo stesso sia appaltato, su spazi privati oppure su spazi di proprietà comunale con ubicazione fissata con il Piano Generale degli impianti per parte percentuale e da stabilirsi all'occorrenza per il resto.

4. Parte degli spazi previsti dalle lettere a) e b) del comma precedente collocati a cura del comune o regolarmente autorizzati, nelle varie zone del territorio comunale in prossimità di chiese parrocchiali ed in ogni altro luogo ritenuto idoneo, sono riservati alle epigrafi e agli annunci mortuari.

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

a) vetrine per l'esposizione di manifesti;

b) standardi porta manifesti;

c) poster per l'affissione di manifesti;

d) tabelloni ed altre strutture mono, bifacciali o plurifacciali, realizzate in materiale idonei per l'affissioni di manifesti;

e) superfici adeguatamente predisposte e 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.

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

7. 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 5;

d) la dimensione ed il numero di fogli cm. 70x100 che l'impianto contiene;

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

8. 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.

9. La ripartizione degli spazi di cui al terzo comma può essere rideterminata ogni due anni 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.

10. Il Comune ha facoltà di provvedere allo spostamento dell'ubicazione di impianti per le pubbliche affissioni in qualsiasi momento risulti necessario per esigenze di servizio, circolazione stradale, realizzazione di opere od altri motivi. Nel caso che lo spostamento riguardi impianti attribuiti a soggetti che effettuano affissioni dirette, gli stessi possono accettare di continuare l'utilizzazione dell'impianto per le affissioni ancora in corso nella nuova sede oppure rinunciare alla stessa, ottenendo dal Comune il rimborso del diritto già corrisposto per il periodo per il quale l'impianto non viene usufruito.

Art. 7

Divieti di istallazione ed effettuazione di pubblicità

1. Nell'ambito e in prossimità dei luoghi sottoposti a vincoli di tutela di bellezze naturali, paesaggistiche ed ambientali, non può essere autorizzato il collocamento di cartelli ed altri mezzi pubblicitari se non con il previo consenso di cui all'art. 14 della Legge 29.6.1939 n. 1497.

2. Sugli edifici e nei luoghi di interesse storico ed artistico, su statue, monumenti e sugli altri beni di cui

all'art. 22 della Legge 1.6.1939 n. 1089, sul muro di cinta e nella zona di rispetto dei cimiteri, sugli edifici adibiti a sede di chiese e nelle loro immediate adiacenze, sui pali della pubblica illuminazione, su piante ed alberi è vietato collocare cartelli ed altri mezzi di pubblicità. Può essere autorizzata dal Comune per motivi di interesse generale e di ordine tecnico, 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. All'interno del centro storico non è autorizzata l'installazione di insegne e altri mezzi pubblicitari che, su parere dell'ente, risultino in contrasto con i valori ambientali e tradizionali che caratterizzano le zone predette e gli edifici nelle stesse compresi.

4. E' vietata ogni forma di pubblicità sonora, sia da posti fissi che mobili, al di fuori dei limiti di orario e di intensità, che saranno fissati dal Sindaco con apposito provvedimento.

5. Nelle adiacenze degli edifici, adibiti ad attività culturali, scuole, chiese, e cimiteri, è altresì vietata ogni forma di pubblicità fonica.

6. E' vietato effettuare lancio di manifestini od altro materiale pubblicitario, sia con veicoli che con aeromobili, sia a mezzo persone; è invece consentita la distribuzione a mano del materiale pubblicitario predetto.

7. Si adottano in ogni caso tutte le altre prescrizioni previste dal Nuovo Codice della Strada emanato con il D.Lgs. 30.04.1992, n. 285, e successive modificazioni ed integrazioni, e dal relativo Regolamento di attuazione emanato con il D.Lgs. 16.12.1992, n. 495, e successive modifiche.

Art. 8

Autorizzazioni

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 queste visibili è soggetto alle disposizioni stabilite dall'art. 53 del D.P.R. 16 dicembre 1992, n. 495 ed è effettuato dal Comune al quale deve essere presentata la domanda.

La domanda di autorizzazione deve contenere la seguente specifica documentazione:

- a) documentazione fotografica, comprendente due o più foto a colori di formato minimo cm 15x10, che illustrino dettagliatamente il punto d'installazione e l'ambiente circostante;
- b) N. 1 progetto o disegno in scala adeguata e quotata (1:50 o 1:100), riportante l'esatto inserimento figurativo del mezzo pubblicitario, sia esso posto in aderenza al fabbricato che collocato, con staffe, in modo ortogonale alla strada. Il disegno del prospetto non va presentato per la pubblicità da collocare all'interno delle vetrine o porte d'ingresso, fatto salvo quanto eventualmente previsto negli specifici articoli, e per le targhe professionali di cui all'art. 18, ad eccezione di quelle da esporre su edifici vincolati ai sensi delle disposizioni legislative in materia di tutela dei beni culturali e paesaggistici;
- c) N. 1 disegno quotato della struttura di sostegno dei mezzi ortogonali alla strada, sia che essa venga ancorata a parete sia che venga fissata al suolo, indicando anche la distanza da terra del bordo inferiore del mezzo pubblicitario. In entrambi i casi, va inoltre riportata la profondità (spessore, lato) del mezzo pubblicitario e la sua eventuale proiezione (in centimetri) su suolo pubblico;
- d) N. 1 rappresentazione planimetrica in duplice copia e in scala adeguata e quotata (1:50 o 1:100), quando i mezzi pubblicitari vengono installati in modo ortogonale alla strada o, seppur paralleli, non sono in aderenza ai fabbricati.
- e) Sulla planimetria occorre specificare:
 - I. la proprietà dell'area (pubblica o privata);
 - II. la distanza del lato aggettante del mezzo pubblicitario dalla carreggiata;
 - III. l'esistenza di segnali stradali di pericolo e di prescrizione, di impianti

semaforici, di intersezioni, di altri cartelli e mezzi pubblicitari, presenti 50 metri prima e 50 metri dopo il punto in cui s'intende collocare il mezzo oggetto della domanda, indicandone le relative distanze. Fuori dai centri abitati, il tratto di strada da rappresentare viene elevato a 250 metri prima e 150 dopo il punto d'installazione;

- f. N. 1 "autodichiarazione", nella quale deve essere attestato che il manufatto che s'intende collocare è stato calcolato, realizzato e verrà posto in opera, tenendo conto della natura del terreno e della spinta del vento, in modo da garantire la stabilità. L'attestazione va presentata in carta semplice con dichiarazione sostitutiva di atto notorio e deve essere firmata dal soggetto interessato al rilascio dell'autorizzazione. Sono escluse dall'obbligo di autodichiarazione le targhe professionali e le scritte pittoriche realizzate su pareti preesistenti e su vetrine, comprese le vetrofanie.
- g. Nel caso di impianti pubblicitari luminosi per via diretta o indiretta dichiarazione di conformità e certificazione attestante la conformità dell'impianto elettrico ai sensi del Decreto 37/2008.
- h. Per gli impianti posti su proprietà comunale di cui all'art. 6, comma 3 lett. c) ed i cui posizionamenti saranno previsti nell'apposito Piano, deve essere presentato calcolo strutturale, redatto da tecnico

abilitato,

Art. 9

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, nei tempi prescritti, 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 cartello o mezzo pubblicitario autorizzato deve essere applicata l'apposita targhetta di identificazione contenente tutti i dati previsti dall'art. 55 del D.P.R. n. 495/1992.

Art. 10

Tipologia dei mezzi pubblicitari

1. Le tipologie pubblicitarie oggetto del presente Regolamento sono classificate, secondo il D. Lgs. 15 novembre 1993, n. 507, in:

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

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

Per le definizioni relative alle insegne, cartelli, locandine, standardi ed altri mezzi pubblicitari si fa riferimento a quelle effettuate dai commi 1, 3, 5, 6, 7 e 8 dell'art. 47 del Regolamento emanato con D.P.R. 16 dicembre 1992, n. 495, intendendosi compresi negli "altri mezzi pubblicitari" i "segni orizzontali reclamistici" ed esclusi gli "striscioni",

disciplinati dalle norme del presente regolamento relative alla pubblicità varia.

E' compresa nella "pubblicità ordinaria" la pubblicità mediante affissioni effettuate direttamente, come previsto dal punto c) comma 3 dell'articolo 6 del presente regolamento.

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

- a) pubblicità visiva effettuata per conto proprio od altrui all'interno ed all'esterno di veicoli in genere, di vetture autofilotranviarie, 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 e successive modificazioni ed integrazioni.

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, che in ogni caso non devono contrastare con le norme vigenti per la circolazione stradale. La pubblicità predetta può essere effettuata per conto altrui o per conto proprio dell'impresa, con la differenziazione tariffaria stabilita dall'articolo 14 del D.Lgs. 507/93.

5. E' compresa fra la "pubblicità con proiezioni", la pubblicità realizzata in luoghi pubblici o aperti al pubblico attraverso diapositive, proiezioni luminose e cinematografiche effettuate su schermi o pareti riflettenti.

6. La pubblicità varia comprende:

- a) la pubblicità effettuata con striscioni, festoni di bandierine od altri mezzi simili, che attraversano strade o piazze, definita "pubblicità con striscioni";
- b) la pubblicità effettuata sul territorio del Comune da aeromobili mediante scritte, striscioni, disegni fumogeni, definita "pubblicità da aeromobili";
- c) la pubblicità eseguita con palloni frenati o simili, definita "pubblicità con palloni frenati";
- d) la pubblicità effettuata mediante distribuzione a mano tramite consegna diretta o presso il domicilio del soggetto, di manifestini o di altro materiale pubblicitario, oppure mediante persone circolanti con cartelli od altri mezzi pubblicitari, definita "pubblicità in forma ambulante";
- e) la pubblicità effettuata a mezzo di apparecchi amplificatori e simili, definita "pubblicità fonica";
- f) la pubblicità effettuata con manifesti o locandine dotati di rigidità tramite un supporto laminato, plastico o di legno, oppure in cartone, posizionati provvisoriamente per la pubblicizzazione di manifestazioni e spettacoli.

Art. 11

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 dal presente regolamento.
2. Le sorgenti luminose, i cartelli e gli altri mezzi pubblicitari luminosi o illuminati posti fuori dei 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 e successive modificazioni.
3. La installazione di pannelli e di altri mezzi pubblicitari luminosi, aventi le caratteristiche di cui al quarto comma del precedente art. 10, all'interno dei centri abitati è soggetta ad autorizzazione del Comune che viene concessa tenuto conto dei divieti, limitazioni e cautele stabilite dal presente regolamento. Per la installazione di mezzi pubblicitari nei centri storici si osserva la procedura prevista dall'articolo 7 comma 3.

IMPOSTA DI PUBBLICITA' - DISCIPLINA DEL TRIBUTO

Art. 12

Applicazione dell'imposta e del diritto

1. In conformità alle disposizioni del Capo I del D.Lgs 15 novembre 1993, n. 507 e del presente regolamento, la pubblicità esterna è soggetta ad un'imposta e le pubbliche affissioni ad un diritto, dovuti al Comune nel cui territorio sono effettuate.
2. In base alla popolazione residente al 31 dicembre 2018, penultimo precedente a quello 2019, in corso al momento di adozione del presente regolamento, il Comune è classificato, in conformità all'art. 2 del D.Lgs 15 novembre 1993, n. 507, nella classe V (Comuni fino a 10.000 abitanti).

Art. 13

La deliberazione delle tariffe

1. Le tariffe dell'imposta sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni sono deliberate dalla Giunta comunale entro il 31 ottobre di ogni anno ed entrano in vigore il 1° gennaio dell'anno successivo; qualora non vengano modificate entro il termine predetto, s'intendono prorogate di anno in anno.
2. Per la prima applicazione del D.Lgs. 15 novembre 1993, n. 507, le tariffe sono state deliberate con provvedimento della Giunta comunale n. 208 del 28.02.1994. esecutivo a sensi di legge.
3. Copia autentica della deliberazione di approvazione delle tariffe deve essere trasmessa dal Funzionario responsabile del servizio al Ministero delle Finanze - Direzione centrale per la fiscalità locale, entro trenta giorni dall'adozione.

Art. 14

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 o 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 anche se solo in momenti determinati e con l'osservanza delle condizioni e limitazioni imposte da colui che esercita un diritto sul luogo stesso.
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 esercitata un'attività.
4. Sono escluse dall'applicazione dell'imposta di pubblicità le tipologie che non soddisfano i requisiti del comma precedente, in particolare:
 - i segnali turistici di territorio e di indicazione per l'individuazione di località ed itinerari di cui alla lettera c) dell'articolo 39 comma 1 del Codice della Strada (D. Lgs. 285/92) semprechè rispondano ai criteri previsti dall'art.134 del Regolamento di esecuzione (Dpr. 495/92).
 - i segnali di indicazione dei servizi utili (telefono, campeggio, fermata autobus, bar, ristorante etc.) richiamati all'articolo 136 del Dpr. 495/92 semprechè risultino conformi per caratteristiche , modalità e luogo di installazione alle norme dettate dal Codice della Strada e dal relativo Regolamento (artt. 124, 125, 136 del Dpr. 495/92).
 - la propaganda elettorale effettuata, ai sensi dell'art. 5 della legge 24.04.75 n. 130, direttamente dagli interessati sugli spazi alla stessa appositamente destinati.

Art.15

Soggetto passivo

1. E' tenuto al pagamento dell'imposta, quale obbligato principale chiunque disponga a qualsiasi titolo del

mezzo utilizzato per diffondere il messaggio pubblicitario.

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

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

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

Art. 16

Modalità di applicazione e pagamento 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 secondo le modalità dell'art. 7 del D.Lgs. 507/93.

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. Tutte le forme di pubblicità esterna, non soggette alla preventiva autorizzazione da parte dell'Ufficio Tecnico comunale, sono autorizzate con l'apposizione da parte dell'Ufficio Pubblicità e Affissioni del timbro che evidenzia la data di scadenza ai fini del calcolo dell'imposta se dovuta.

5. L'imposta sulla pubblicità relativa alle affissioni dirette sugli impianti alle stesse destinati, anche per conto altrui, è commisurata alla superficie complessiva di ciascun impianto, calcolata con l'arrotondamento di cui al comma 2 dell'art.7 del D.Lgs. 507/93, applicato per ogni impianto.

6. L'effettuazione della pubblicità resta subordinata al preventivo pagamento dell'imposta ed al possesso di idonea documentazione al riguardo, nonché al completo assolvimento degli obblighi indicati nel presente regolamento.

Art. 17

Pubblicità effettuata su impianti installati su beni appartenenti al Comune

1. Per la pubblicità esterna 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 dalla Giunta Comunale, secondo quanto previsto dal 7° comma dell'art. 9 del D.Lgs. 15.11.1993, n. 507.

IL SERVIZIO DELLE PUBBLICHE AFFISSIONI - DISCIPLINA DEL DIRITTO

Art.18

Finalità

1. Il Comune, a mezzo del servizio delle pubbliche affissioni assicura, nelle misure previste dall'articolo 6 comma 3 del presente regolamento, l'affissione negli appositi impianti a ciò destinati, di manifesti costituiti da qualunque materiale idoneo, contenenti comunicazioni aventi finalità istituzionali, sociali o comunque prive di rilevanza economica, nonché di messaggi diffusi nell'esercizio di attività commerciali.

2. I manifesti aventi finalità istituzionali, sociali o comunque privi di finalità economiche sono quelli del Comune e, di norma, quelli per i quali l'affissione è richiesta dai soggetti e per le finalità di cui agli artt. 20 e 21 del D.Lgs. 507/93.

3. La collocazione degli impianti destinati alle affissioni di cui al precedente comma deve essere particolarmente idonea, per assicurare ai cittadini l'informazione relativa alle attività del Comune, per realizzare la loro partecipazione consapevole all'amministrazione dell'ente e per provvedere tempestivamente all'esercizio dei loro diritti.

4. I manifesti di natura commerciale la cui affissione viene richiesta direttamente all'Ufficio Affissioni sono dallo stesso collocati negli spazi di cui all'art. 6, comma 3 lettera b) del presente Regolamento, nei limiti della capienza degli stessi.

5. I manifesti affissi direttamente negli spazi previsti dall'articolo 6 comma 3 punto c) se soddisfano il presupposto per l'applicazione dell'imposta richiamato nell'articolo 14 del presente Regolamento, sono classificati ai fini tributari, come pubblicità ordinaria, in conformità a quanto dispone il 3° comma dell'art. 12 del D.Lgs. n. 507/93, con applicazione dell'imposta in base alla superficie di ciascun impianto.

6. Le epigrafi e gli avvisi mortuari possono essere esposti unicamente negli appositi spazi indicati nell'articolo 6 comma 4.

7. Qualsiasi altra esposizione di manifesti, locandine cartelli e simili, regolarmente autorizzata che avvenga all'interno di ambienti pubblici o aperti al pubblico ovvero sulle vetrine, effettuate da parte degli interessati, rientra nella disciplina della pubblicità.

8. Nessuna forma di affissione può avvenire fuori dagli spazi a tale scopo destinati.

Art.19

Affissioni

1. L'affissione s'intende prenotata dal momento in cui perviene all'Ufficio Affissioni, preposto al servizio, la commissione, accompagnata dall'attestazione dell'avvenuto pagamento del diritto oppure nel momento in cui avviene il pagamento in modo diretto.

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

3. Il registro cronologico è tenuto presso l'Ufficio Affissioni e deve essere esibito a chiunque ne faccia richiesta.

Art.20

Criteri e modalità per l'espletamento del servizio

1. I manifesti devono essere fatti pervenire all'Ufficio Affissioni a cura del committente, almeno tre giorni prima di quello previsto per l'inizio dell'affissione.

E' comunque possibile richiedere l'affissione anche per il giorno di consegna dei manifesti od entro i due giorni successivi, con l'applicazione della maggiorazione prevista dal comma 9 dell'art. 22 del D. Lgs. 507/1993.

2. Oltre alle copie da affiggere dovrà essere consegnata all'Ufficio una copia in più, da conservare per documentazione del servizio.

3. Le affissioni devono essere effettuate secondo l'ordine di precedenza relativo al ricevimento della commissione, risultante dal registro cronologico.

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

5. Su ogni manifesto affisso viene impresso il timbro dell'Ufficio Affissioni, con la data di scadenza prestabilita.

Le epigrafi e gli avvisi mortuari possono essere affissi direttamente negli spazi previsti dalla lettera b) del terzo comma dell'art. 6, per un periodo massimo di cinque giorni, senza che sia necessaria l'apposizione del timbro dell'Ufficio Affissioni.

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

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

8. Nei casi di cui ai commi 6 e 7, il committente può annullare la commissione con avviso da inviarsi all'Ufficio Affissioni entro 5 giorni dal ricevimento delle comunicazioni negli stessi previste. L'annullamento della commissione non comporta oneri a carico del committente al quale l'Ufficio Affissioni provvede a rimborsare integralmente la somma versata entro 90 giorni dal ricevimento dell'avviso di annullamento. I manifesti restano a disposizione del committente presso l'Ufficio per 30 giorni e, per disposizione di questo, possono essere allo stesso restituiti od inviati ad altra destinazione dallo stesso indicata, con il recupero delle sole spese postali, il cui importo viene detratto dal rimborso del diritto.

9. Nel caso in cui la disponibilità degli impianti consenta di provvedere all'affissione di un numero di manifesti inferiore a quelli pervenuti o per una durata inferiore a quella richiesta, l'Ufficio Affissioni provvede ad avvertire il committente per iscritto. Se entro 5 giorni da tale comunicazione la commissione non viene annullata, l'Ufficio provvede all'affissione nei termini e per le quantità rese note all'utente e disposte entro 90 giorni il rimborso al committente dei diritti eccedenti quelli dovuti. I manifesti non affissi restano a disposizione dell'utente presso l'Ufficio per 30 giorni, scaduti i quali saranno inviati al macero, salvo che ne venga richiesta la restituzione o l'invio ad altra destinazione, con il recupero delle sole spese, il cui importo viene detratto dai diritti eccedenti.

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

DISPOSIZIONI FINALI

Art. 21

Sanzioni tributarie, interessi e contenzioso

1. Per l'applicazione delle sanzioni e degli interessi, sia in ordine alla pubblicità che alle pubbliche affissioni si fa esplicito rinvio all'art. 23 del D.Lgs. 507/93.
2. La giurisdizione tributaria per l'imposta sulla pubblicità e per il diritto sulle pubbliche affissioni è esercitata dalla Commissione Tributaria provinciale e dalla Commissione Tributaria regionale, secondo quanto dispone il D.Lgs. 31 dicembre 1992, n. 546 e successive modifiche.
3. Il processo è introdotto con ricorso alla Commissione Tributaria provinciale.
4. Per la presentazione del ricorso, l'individuazione degli atti impugnabili ed oggetto del ricorso, la proposizione del ricorso, i termini relativi e le costituzioni in giudizio si osservano le norme stabilite dagli artt. 18, 19, 20, 21, 22 e 23 del D.Lgs. 31 Dicembre 1992, n. 546.
5. Gli atti per i quali è proponibile il ricorso devono contenere l'indicazione del termine entro il quale il ricorso deve essere proposto, della Commissione Tributaria competente nonché delle relative forme da osservare per la presentazione, ai sensi dell'art. 20 del Decreto richiamato nel precedente comma.

Art.22

Sanzioni amministrative

1. Il Comune è tenuto a vigilare, a mezzo del Corpo di Polizia Municipale, sulla corretta osservanza delle disposizioni legislative e regolamentari riguardanti l'effettuazione della pubblicità e delle affissioni dirette alla stessa assimilate, richiamate o stabilite dal presente Regolamento.
2. Le violazioni delle disposizioni di cui al 1° 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. n. 507/93 e del d. lgs. 15 dicembre 1997, n. 446 e di quelle stabilite nelle autorizzazioni all'installazione degli impianti si applica la sanzione da € 206,00 ad € 1549,00. Il verbale con riportati gli estremi delle violazioni e l'ammontare della sanzione è notificato agli interessati entro 150 giorni dall'accertamento delle violazioni.
4. Il corpo di Polizia Municipale addetto al controllo e alla vigilanza diffida l'interessato a provvedere alla rimozione degli impianti pubblicitari mediante lo stesso verbale di cui al comma precedente, entro il termine massimo di 10 giorni. 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 conto corrente postale intestato al Comune entro il termine prestabilito, si procede al recupero coattivo del credito con le modalità di cui al D.P.R. 28.01.1988 n. 43 e con ogni spesa di riscossione a carico dell'interessato.
5. Indipendentemente dalla procedura di rimozione degli impianti e dall'applicazione della sanzione di cui al 3° comma il Comune, o il Concessionario del servizio, può effettuare l'immediata copertura della pubblicità abusiva, 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, l'ufficio pubblicità e affissioni Comune provvede all'accertamento d'ufficio dell'imposta, o del diritto dovuto di esposizione abusiva, disponendo il recupero delle stesse e l'applicazione delle soprattasse e, se dovuti, degli interessi.
6. I mezzi pubblicitari esposti abusivamente possono essere sequestrati con ordinanza del Sindaco, a garanzia del pagamento sia delle spese di rimozione e di custodia, sia dell'imposta, delle soprattasse ed interessi. Nella predetta ordinanza è stabilito il termine entro il quale gli interessati possono richiedere la restituzione del materiale sequestrato versando le somme come sopra dovute od una cauzione, stabilita nell'ordinanza stessa, di importo non inferiore a quello complessivamente dovuto.
7. I proventi delle sanzioni amministrative, da chiunque accertate, sono devoluti al Comune. Sono dallo stesso destinati al potenziamento e 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.

Art. 23

Norme di rinvio

1. Per quanto non previsto o disciplinato dal presente Regolamento, si fa riferimento alle norme del D.Lgs. 15.11.93 n. 507, e successive modificazioni, a tutte le altre norme attinenti la pubblicità e le pubbliche affissioni ed in particolare a quelle contenute nel Nuovo codice della strada emanato con il D.Lgs. 30.04.92 n. 285, nel relativo Regolamento di attuazione emanato con il D.Lgs. 16.12.92 n. 495 e successive integrazioni e modificazioni, e al regolamento edilizio e di polizia urbana adottati dal Comune.

Art. 24

Norme abrogate

1. E' abrogato il "Regolamento per l'applicazione dell'imposta comunale sulle pubblicità e dei diritti sulle pubbliche affissioni" adottato con deliberazione di Consiglio Comunale n. 36 del 17.03.2009.