

COMUNE DI MONTELUPO FIORENTINO

Ufficio Tributi

REGOLAMENTO PER L'APPLICAZIONE DELL'IMPOSTA SULLA PUBBLICITA' E PER L'EFFETTUAZIONE DEL SERVIZIO DELLE PUBBLICHE AFFISSIONI (Tit.I D.L.vo 15.11.1993 n. 507)

INDICE
Titolo Primo
DISPOSIZIONI GENERALI

- Art. 1 - Contenuto del Regolamento
- Art. 2 - Classificazione del Comune
- Art. 3 - Criteri per la formazione del piano generale degli impianti per la pubblicità e per le pubbliche affissioni

Titolo Secondo
IMPOSTA DI PUBBLICITA'

- Art. 4 - Definizioni
- Art. 5 - Tipologia degli impianti
- Art. 6 - Quantità degli impianti
- Art. 7 - Limitazione forme di pubblicità per ragioni di pubblico interesse
- Art. 8 - Caratteristiche dei cartelli e dei mezzi pubblicitari non luminosi
- Art. 9 - Caratteristiche dei cartelli e dei mezzi pubblicitari luminosi
- Art. 10 - Dimensioni dei cartelli pubblicitari
- Art. 11 - Ubicazione lungo le strade e le fasce di pertinenza
- Art. 12 - Pubblicità sui veicoli
- Art. 13 - Pubblicità fonica
- Art. 14 - Modalità per ottenere l'autorizzazione alla installazione degli impianti
- Art. 15 - Installazione di materiale pubblicitario nei centri abitati
- Art. 16 - Disciplinare di concessione e canone
- Art. 17 - Autorizzazione alla installazione di materiale pubblicitario fuori dei centri abitati
- Art. 18 - Obblighi del titolare dell'autorizzazione
- Art. 19 - Adattamenti delle forme di pubblicità esistenti

Titolo Terzo
AFFISSIONI

- Art. 20 - Oggetto
- Art. 21 - Soggetti tenuti al pagamento dei diritti sulle pubbliche affissioni e modalità di pagamento
- Art. 22 - Quantità delle superfici da adibire alle pubbliche affissioni
- Art. 23 - Ripartizione della superficie degli impianti pubblici da destinare alle affissioni
- Art. 24 - Spazi privati per le affissioni
- Art. 25 - Modalità per l'effettuazione del servizio delle affissioni pubbliche

Titolo Quarto
MODALITA' DI RISCOSSIONE DELL'IMPOSTA DI PUBBLICITA' E PUBBLICHE AFFISSIONI

- Art. 26 - Bollettari di riscossione e registri necessari alla gestione
- Art. 27 - Registri necessari per la gestione della imposta di pubblicità e delle pubbliche affissioni
- Art. 28 - Disciplina delle maggiorazioni e riduzioni di imposta
- Art. 29 - Rendiconto della gestione del servizio
- Art. 30 - Ricevuta di pagamento
- Art. 31 - Rateazioni
- Art. 32 - Esenzioni
- Art. 33 - Rimborsi - Modalità
- Art. 34 - Deliberazione di affidamento della gestione in concessione - Principi generali
- Art. 35 - Controlli
- Art. 36 - Disciplina per l'applicazione delle sanzioni
- Art. 37 - Norme generali e transitorie

Titolo I

DISPOSIZIONI GENERALI

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.L.vo 15-11-1993 n. 507 e nelle istruzioni del Ministero delle Finanze, che si intendono espressamente richiamate.

Art. 2

Classificazione del Comune

In conformità all'art.2 del D.L.vo 15-11-1993 n.507 il Comune di Montelupo F.no appartiene alla IV[^] classe, avuto riguardo che la popolazione residente al 31.12.1993 ammonta a n. 10.143 unità.

Art. 3

Criteri per la formazione del piano generale degli impianti per la pubblicità e per le pubbliche affissioni

In concomitanza alla redazione dei piani urbani del traffico di cui all'art. 36 del vigente Codice della Strada, per i Comuni che vi siano obbligati, ovvero ogni quattro anni per i comuni che non siano obbligati al suddetto adempimento, si procederà alla redazione o all'aggiornamento del Piano Generale degli impianti pubblicitari e delle affissioni, deliberato dalla Giunta Comunale tenendo conto dei principi generali dettati dal presente Regolamento, di cui all'art. 3 del D.L.vo 507/93.

Titolo II

IMPOSTA DI PUBBLICITA'

Art. 4

Definizioni

Ferme restando le disposizioni degli art. 5 e 18 del D.L.vo 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 articoli 12, 13, 14, 15 del citato decreto.

Ai fini dell'imposta si considerano rilevanti i messaggi divulgati nell'esercizio di una attività economica, allo scopo di promuovere la domanda di beni e servizi, ovvero finalizzati a migliorare l'immagine del soggetto pubblicizzato. La diffusione di tali messaggi pubblicitari è soggetta ad imposizione solo quando viene effettuata tramite forme di comunicazione visiva o acustica in luoghi pubblici o aperti al pubblico o che sia da tali luoghi percepibile.

Art. 5

Tipologia degli impianti

Fatti salvi gli attuali spazi esistenti, riconosciuti conformi nelle quantità e qualità alle effettive esigenze riscontrate ed in sintonia ai criteri di cui all'art. 3, nel caso di necessità di ampliamento degli stessi, il Comune od il concessionario dovranno fare riferimento alle seguenti fattispecie:

- Stendardi (mono o bifacciali);
- Tabelle;
- Poster 6 x 3 (mono o bifacciali);
- Trespoli/colonnine;
- Cavalletti bifacciali/panchine bifacciali;
- Fermate bus
- Protezioni pedonali, eccetera

La Giunta Comunale definisce con apposito atto, il Piano Generale degli Impianti Pubblicitari e delle Affissioni.

In tale piano sono definite:

- 1) le specifiche tecniche relative alle varie tipologie d'impianto,
- 2) la loro collocazione sul territorio

sulla base dei principi generali di cui agli artt. 8-9-10-11 del presente Regolamento e della deliberazione del Consiglio Comunale relativa all'articolazione in zone del territorio comunale.

Art. 6

Qualità degli impianti

Nel Piano Generale degli Impianti e delle Pubbliche Affissioni saranno individuate nel dettaglio le caratteristiche tecniche specifiche relative ai materiali che dovranno essere utilizzati per l'installazione di detti impianti.

Art. 7

Limitazione forme di pubblicità per ragioni di pubblico interesse

La pubblicità sonora di cui all'art.15 comma 5 del D.L.vo 15-11-1993, n. 507 è autorizzata dal comando di polizia municipale, secondo quanto previsto dal Codice della strada e dal suo regolamento di esecuzione.

Art. 8

Caratteristiche dei cartelli e dei mezzi pubblicitari non luminosi

I cartelli e gli altri mezzi pubblicitari devono essere realizzati con materiali non deperibili e resistenti agli agenti atmosferici.

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.

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 deve essere documentato prima del ritiro dell'autorizzazione di cui agli artt. 17 e 18 del presente Regolamento. Sono fatte salve le disposizioni del Regolamento per i mezzi pubblicitari.

I cartelli e gli altri mezzi pubblicitari devono avere sagoma regolare, la quale in ogni caso non può essere quella di disco o di triangolo. L'uso del colore rosso deve essere limitato esclusivamente alla riproduzione di marchi depositati e non potrà comunque superare 1/5 dell'intera superficie del cartello o altro mezzo pubblicitario.

Il bordo inferiore dei cartelli e degli altri mezzi pubblicitari posti in opera verticalmente deve essere, in ogni suo punto, ad una quota minima di mt. 1,5 rispetto alla banchina stradale misurata nella sezione stradale corrispondente.

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

Le installazioni a bandiera possono essere consentite anche in forma di pannello monofacciale o bifacciale a condizione che 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.

Art. 9

Caratteristiche dei cartelli e dei mezzi pubblicitari luminosi

Le sorgenti luminose, i cartelli e gli altri mezzi pubblicitari posti fuori dai centri abitati, lungo o in prossimità delle strade dove non è consentita l'installazione, non possono avere luce nè intermittente nè di colore rosso, nè di intensità luminosa superiore a 150 watt per metro quadrato, o che comunque provochi abbagliamento.

Le sorgenti luminose, i cartelli e gli altri mezzi pubblicitari luminosi devono avere una sagoma regolare che in ogni caso non può essere quella di disco o triangolo.

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

Entro i centri abitati valgono le limitazioni previste dal Codice della strada e del relativo regolamento di esecuzione.

Art. 10

Dimensioni dei cartelli pubblicitari

I cartelli e gli altri mezzi pubblicitari previsti dal presente regolamento, se installati fuori dai centri abitati non devono superare la superficie di 6 metri quadrati, ad eccezione delle insegne poste parallelamente al senso di marcia dei veicoli che possono raggiungere la superficie di 20 metri quadrati.

Pertanto 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.

Art. 11

Ubicazione lungo le strade e le fasce di pertinenza

1. Fuori e dentro i centri abitati è vietata l'affissione di manifesti a distanza inferiore a mt. 10 dalla sede stradale. L'affissione è consentita nelle piazze, parcheggi, giardini e superfici non interessate al transito veicolare.

2. Il posizionamento di cartelli e di altri mezzi pubblicitari frontistanti il senso di marcia fuori dai centri abitati, salvo quanto previsto al successivo comma 5, lungo o in prossimità delle strade dove ne è consentita l'installazione, deve essere autorizzata ed effettuata nel rispetto delle seguenti distanze minime:

- m. 3 dal limite della sede stradale/carreggiata;
- m. 100 dagli altri cartelli e mezzi pubblicitari;
- m. 250 prima o dopo dei segnali stradali di pericolo e di prescrizione;
- m. 150 dopo i segnali stradali di pericolo e di prescrizione;
- m. 100 dopo i segnali di indicazione;
- m. 100 dal punto di tangenza delle curve orizzontali;
- m. 250 prima delle intersezioni e m. 100 dopo le intersezioni;

- m. 200 dagli imbocchi delle gallerie;
- m. 100 dal vertice dei raccordi verticali concavi e convessi.

3. Il posizionamento dei cartelli 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:

- sulle pertinenze di esercizio delle strade;
- in corrispondenza delle intersezioni;
- lungo le curve e su tutta l'area compresa tra la curva stessa e la corda tracciata tra i due punti di tangenza;
- sulle scarpate stradali sovrastanti la carreggiata in terreni di qualsiasi natura e pendenza;
- in corrispondenza dei raccordi verticali concavi o convessi;
- su ponti e sottoponti;
- sui cavalcavia e loro rampe;
- sui parapetti stradali, sulle barriere di sicurezza e sugli altri dispositivi laterali di protezione e di segnalamento.

4. Il posizionamento di cartelli e di altri mezzi pubblicitari entro i centri abitati, salvo quanto previsto al successivo comma 5, è vietato in tutti i punti indicati al comma precedente, e, ove consentito, esso deve essere autorizzato ed effettuato nel rispetto delle seguenti distanze minime:

- m. 25 dagli altri cartelli e mezzi pubblicitari, dai segnali stradali e dalle intersezioni;
- m. 100 dal punto di tangenza delle curve orizzontali e dagli imbocchi delle gallerie;
- m. 100 dal vertice dei raccordi verticali concavi e convessi. Per le distanze dal limite della carreggiata si applicano le norme del regolamento comunale. Le limitazioni di cui sopra non si applicano alle transenne parapetonali a condizione che i messaggi pubblicitari siano posti solo sulla facciata rivolta ai pedoni.

5. 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 collocate parallelamente al senso di marcia dei veicoli ed in aderenza a fabbricati o comunque ad una distanza non inferiore a 3 m. dal limite della sede stradale, sempreché siano rispettate le disposizioni dell'art. 23, comma 1, del Codice della Strada approvato con decreto L.vo 30-4-1992 n. 285.

6. 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. 3 dal limite della sede stradale.

7. Entro i centri abitati, in occasione della redazione del piano generale degli impianti pubblicitari di cui al precedente art. 3, vengono individuati gli spazi ove è consentita la collocazione di cartelli degli altri mezzi pubblicitari.

8. Fuori dai centri abitati può essere autorizzata la collocazione per ogni senso di marcia, di un solo cartello pubblicitario di indicazione delle stazioni di rifornimento di carburante e delle stazioni di servizio, della superficie massima di mq. 3 ferme restando tutte le altre disposizioni del presente articolo. I cartelli non possono essere collocati a distanza inferiore a 200 m. tra di loro e dagli altri cartelli.

9. Lungo le strade e in prossimità delle stesse è ammessa la posa in opera di cartelli o altri mezzi pubblicitari abbinati alla prestazione di servizi per gli utenti della strada, quali orologi, contenitori per rifiuti, panchine, pensiline, indicazioni toponomastiche ed altre, sempreché siano rispettate le distanze minime previste dai commi 2 e 4 del presente articolo. Nel caso in cui ciascun cartello abbinato ad un servizio abbia una superficie di esposizione inferiore a mq. 1,00 non si applicano le distanze rispetto ai cartelli ed agli altri mezzi pubblicitari.

10. I segni orizzontali reclamistici sono ammessi unicamente:

- all'interno di aree ad uso pubblico di pertinenza di complessi industriali o commerciali;
- lungo il percorso di manifestazioni sportive o su aree delimitate, destinate allo svolgimento di manifestazioni di vario genere, limitatamente al periodo di svolgimento delle stesse ed alle 24 ore precedenti e successive.

11. 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.

12. L'esposizione di striscioni, locandine e stendardi è ammessa unicamente durante il periodo di svolgimento della manifestazione o dello spettacolo cui si riferisce oltre che durante la settimana precedente e le 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. 100 ed a m. 25.

13. E' 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.

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

Art. 12

Pubblicità sui veicoli

La pubblicità luminosa, purché non intermittente e non realizzata mediante messaggi variabili, è ammessa unicamente sui veicoli adibiti al servizio taxi, quando circolano entro i centri abitati, 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 esponga messaggi di immediata percezione che non impegnino particolarmente l'attenzione dei conducenti di altri veicoli;
- c) che sia resa luminosa solamente in condizione di marcia del veicolo;
- d) che il pannello abbia le dimensioni esterne di cm. 75x35 e le dimensioni utili per l'esposizione del messaggio pubblicitario di cm. 70x30;
- e) che la superficie di esposizione sia realizzata, in misura non inferiore ai 4/10, con un colore di fondo neutro;
- f) che siano esclusi i colori rosso, verde e giallo;
- g) che l'intensità luminosa del pannello non sia superiore a 100 candele per metro quadrato.

L'apposizione sui veicoli di pubblicità non luminosa è consentita, salvo quanto previsto ai successivi commi 3 e 4, se realizzata senza creare sporgenze rispetto alla superficie del veicolo. 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.L.vo 15-11-1993 n. 507. 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 limitata alle superfici distanti almeno cm. 20 dai dispositivi di segnalazione visiva e di illuminazione e dalle targhe;
- d) che sia contenuta entro forme geometriche regolari;
- e) che, se realizzata mediante pannelli aggiuntivi, gli stessi non sporgano di oltre tre centimetri rispetto alla superficie sulla quale sono applicati.

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 di cm.75x35;
- c) che non sia realizzata mediante messaggi variabili;
- d) mediante apposizione di pannelli esterni al veicolo e che non costituisca limitazioni alla visibilità da parte del conducente.

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 la superficie della parte rifrangente non occupi più di due terzi della fiancata del veicolo e comunque non sia superiore a tre metri quadrati;
- c) che il colore bianco sia contenuto nella misura non superiore ad 1/6 della superficie;
- d) che sia esposta unicamente sui fianchi del veicolo a distanza non inferiore a cm.70 dai dispositivi di segnalazione visiva;
- e) che non sia realizzata mediante messaggi variabili.

In tutti i casi di cui ai commi precedenti le scritte, i simboli e la combinazione dei colori non devono generare confusione con i segnali stradali e in particolare non devono avere: forme di disco o di triangolo; disegni confondibili con simboli segnaletici regolamentari di pericolo, obbligo, prescrizione o indicazione; colore rosso, salvo per la riproduzione di marchi depositati nei limiti di 1/5 della superficie utilizzata.

E' vietata qualunque forma di pubblicità luminosa all'interno dei veicoli.

Art. 13

Pubblicità fonica

Ai fini di cui all'articolo 155 del D.L.vo 30-4-1992, n. 285, con gli autoveicoli, motoveicoli, rimorchi e ciclomotori non è consentito effettuare pubblicità fonica. Possono essere diffusi unicamente messaggi di pubblico interesse disposti dall'autorità di pubblica sicurezza o dal sindaco. La pubblicità fonica è consentita, previa autorizzazione del sindaco, da parte di candidati a cariche pubbliche per tutto il tempo della campagna elettorale.

Art. 14

Modalità per ottenere l'autorizzazione alla installazione degli impianti

Il presente regolamento prevede una armonizzazione degli iter autorizzatori con quanto previsto dal codice della strada.

In via generale si statuisce che il Comune di Montelupo Fiorentino, 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 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.

Se il mezzo viene collocato fuori del centro abitato si rimanda integralmente alle norme del Codice della Strada e suo Regolamento di esecuzione e di attuazione.

Art. 15

Installazione di materiale pubblicitario nei centri abitati

Se il mezzo viene collocato nel centro urbano, così come definito dall'art. 3 del Codice della Strada, si applicherà il seguente iter:

- 1) Domanda in carta legale, indirizzata al Sindaco del Comune di Montelupo Fiorentino contenente le generalità del richiedente, nonché l'esatta individuazione delle zone in cui il mezzo stesso viene installato.
- 2) Disegno in duplice copie riportanti le esatte misure del mezzo stesso nonché le caratteristiche tecniche.
- 3) Foto della zona in cui verrà installato il mezzo pubblicitario.
- 4) Documentazione di cui alle lettere a), b) e c) del comma 1 dell'art. 17 del presente Regolamento.

L'esame della domanda verrà effettuato dal settore tributario di concerto con l'Ufficio Tecnico e quello della polizia municipale, quest'ultimo specificatamente incaricato di verificare la congruità delle installazioni ai dettami del Codice della Strada e del suo Regolamento.

Per il procedimento valgono le norme di cui al successivo art. 17.

Art. 16

Disciplinare di concessione e canone

Il canone dovuto per l'installazione di mezzi pubblicitari su suolo pubblico deve essere deliberato dalla giunta comunale e periodicamente aggiornato. Tale canone, deliberato assieme al disciplinare di concessione, può essere graduato a seconda dell'importanza della zona sulla quale l'occupazione insiste.

Comunque sia, il canone deve essere il più congruo possibile per le installazioni realizzate al fine di pubblicizzazione degli esercizi commerciali aventi ubicazione nel territorio del Comune, sempre che l'installazione avvenga su istanza dell'esercente, ovvero, che la medesima installazione non venga curata da ditta o società che, oltre l'installazione di mezzi pubblicitari abbia come oggetto anche la commercializzazione della pubblicità. Nel caso di domande di installazione di mezzi pubblicitari destinati a reperire pubblicità diverse dall'affissione, la giunta comunale valuterà l'offerta della richiedente, eventualmente sentendo anche altre ditte o società specializzate.

L'offerta non deve necessariamente tradursi in una quantificazione monetaria, invero potendo la stessa essere formata ad esempio da offerte di infrastrutture.

Art. 17

Autorizzazione alla installazione di materiale pubblicitario

Ferme restando le disposizioni contenute nell'art. 53 del Regolamento di attuazione del Codice stradale approvato con D.P.R. 16-12-1992 n. 495 il soggetto interessato al rilascio di una autorizzazione per l'installazione di cartelli o di altri mezzi pubblicitari deve presentare la relativa domanda presso il competente ufficio tecnico del Comune, per i mezzi pubblicitari a carattere permanente e all'Ufficio Tributi per i mezzi pubblicitari provvisori allegando:

- a) una dichiarazione, redatta ai sensi della legge 4 gennaio 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 garantire la stabilità;
- b) un bozzetto del messaggio da esporre e una planimetria in 5 copie 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 a altri mezzi pubblicitari per l'esposizione di messaggi variabili devono essere allegati bozzetti di tutti i messaggi previsti (scala 1 : 20);
- c) autorizzazione dell'Ente proprietario della strada se diverso dal Comune, ovvero, nulla osta di cui all'art. 23 comma 5 codice stradale.

L'ufficio ricevente la domanda restituisce all'interessato una delle due copie della planimetria riportando sulla stessa gli estremi di ricevimento.

L'ufficio tecnico sentito l'ufficio urbanistico e l'ufficio di polizia municipale che deve esprimere il proprio parere entro 60 giorni successivi, concede o nega, in tal caso motivandolo, il rilascio dell'autorizzazione. L'autorizzazione all'installazione di cartelli o di altri mezzi pubblicitari ha validità per un periodo di tre anni ed è rinnovabile; essa deve essere intestata al soggetto richiedente.

Il corrispettivo che il soggetto richiedente deve versare per il rilascio dell'autorizzazione deve essere determinabile da parte dello stesso soggetto sulla base di un prezzario annuale, comprensivo di tutti gli oneri esclusi solo quelli previsti dall'art. 406 del regolamento di attuazione del codice stradale.

Tale prezario deve essere predisposto e reso pubblico da parte dell'ufficio competente entro il trenta novembre dell'anno precedente a quello di applicazione del listino.

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.

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

Le disposizioni di cui ai commi precedenti si applicano anche per i cartelli e gli altri mezzi pubblicitari, di proprietà delle amministrazioni comunali, dati in concessione ad altri soggetti.

Art. 18

Obblighi del titolare dell'autorizzazione

E' fatto obbligo al titolare dell'autorizzazione di:

- a) verificare il buono stato di conservazione dei cartelli e degli altri mezzi pubblicitari;
- 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. 406 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 decadenza o revoca dell'autorizzazione o di insussistenza delle condizioni di sicurezza prevista all'atto dell'installazione o di motivata richiesta da parte dell'ente competente al rilascio.

E' fatto obbligo al titolare dell'autorizzazione, rilasciata per la posa di segni orizzontali reclamistici, nonché di striscioni, locandine e stendardi, 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.

Art. 19

Adattamenti delle forme di pubblicità esistenti

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.

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 piu' trovare collocazione in ciascuno degli interspazi devono essere rimossi e possono essere ricollocati 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.

Titolo III SERVIZIO DELLE PUBBLICHE AFFISSIONI

Art. 20

Oggetto

I diritti sulle pubbliche affissioni si applicano ai manifesti, avvisi e fotografie di qualunque materiale costituiti, esposti a cura del Comune negli appositi spazi all'uopo riservati.

Art. 21

Soggetti tenuti al pagamento dei diritti sulle pubbliche affissioni e modalità di pagamento

In applicazione all'art. 19 del D.L.vo 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, persona fisica o giuridica nel cui interesse immediato il messaggio viene pubblicizzato e/o il cui prodotto viene ad essere reclamizzato. Il pagamento del diritto deve essere effettuato contestualmente alla richiesta del servizio secondo le modalità previste dall'art. 9 del D.Lvo 507/93.

Art. 22

Quantità delle superfici da adibire alle pubbliche affissioni

La superficie complessiva degli impianti delle pubbliche affissioni nell'ambito del territorio comunale è fissata in complessivi mq 120 pari a mq 12 per ogni 1000 abitanti su una popolazione di n. 10.143 abitanti al 31-12-1993.

Detta superficie include sia le affissioni dirette che quelle a domanda che 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.

I suddetti spazi saranno distribuiti nell'ambito del territorio comunale secondo quanto stabilito dal Piano Generale degli Impianti.

Art. 23

Ripartizione della superficie degli impianti pubblici da destinare alle affissioni

In esecuzione della previsione di cui all'art. 3, comma III, del D.L.vo 15-11-1993 n. 507 gli impianti pubblici da destinare alle affissioni pubbliche individuati al precedente art. 22 sono suddivisi nelle seguenti percentuali:

- a) spazi di natura istituzionale, sociale e comunque privi di rilevanza economica: 30 %;
- b) spazi per affissioni di natura commerciale: 60 %;
- c) spazi destinati all'affissione diretta da parte di privati, comunque diversi dal concessionario del pubblico spazio: 10%.

L'ubicazione di tutti gli impianti deve rispettare possibilmente le percentuali di cui sopra.

La Giunta Comunale si riserva la facoltà, ove necessario, di individuare la migliore dislocazione degli impianti rispettando, i criteri e le distanze di cui al precedente art.11.

Art. 24

Spazi privati per le affissioni

Gli spazi di cui all'art. 23, comma 1, 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.

Gli spazi privati verranno assegnati a seguito di atto deliberativo da parte della Giunta Comunale. L'iter autorizzativo può nascere in due modi:

- a) a seguito di domanda spontanea di ditta o società specializzata;
- b) a seguito di proposta del settore tributario od urbanistico, in virtù di riscontrate nuove esigenze e in conformità alle linee generali del piano enunciate all'art. 3. In ogni caso, la Giunta dovrà contattare più ditte o società specializzate onde meglio verificare le proposte formulate al fine di scegliere la migliore in rapporto alle esigenze del Comune.

Se l'iter nasce secondo i dettami di cui alla lettera a), l'ordine di presentazione dell'offerta costituisce, nei limiti della congruità della stessa, titolo preferenziale.

In ogni caso lo stesso soggetto privato non potrà possedere più del cinquanta per cento degli spazi privati destinati alle affissioni.

Con la delibera di aggiudicazione viene approvato anche il relativo disciplinare.

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

Lo stesso dicasi dei disciplinari di cui all'articolo precedente.

Art. 25

Modalità per l'effettuazione del servizio delle affissioni pubbliche

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.

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

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

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

Nel caso di ritardo nella 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 entro 90 giorni.

TITOLO IV MODALITÀ DI RISCOSSIONE DELL'IMPOSTA DI PUBBLICITÀ E PUBBLICHE AFFISSIONI

Art. 26

Bollettari di riscossione e registri necessari alla gestione

In ordine alle modalità di riscossione della imposta di pubblicità e dei diritti sulle pubbliche affissioni, i bollettari occorrenti per la riscossione dei diritti sulle pubbliche affissioni non avente carattere commerciale, antecedentemente alla loro utilizzazione devono, essere vidimati e numerati a cura del responsabile dell'imposta.

Essi dovranno essere conservati presso la gestione per la durata di 10 anni. In caso di gestione in concessione al termine della stessa dovranno essere depositati presso l'ufficio comunale redigendo apposito verbale di consegna.

Per la stessa durata dovranno essere conservate presso gli uffici le statistiche richieste dagli organi ministeriali relative alla gestione della imposta di pubblicità e dei diritti sulle pubbliche affissioni.

Art. 27

Registri necessari per la gestione della imposta di pubblicità e delle pubbliche affissioni

Indipendentemente dalla forma prescelta per la gestione del servizio, l'ufficio incaricato deve tenere obbligatoriamente i seguenti registri:

- Registro di assunzione in carico e registro di scarico dei bollettari per la riscossione della imposta e dei diritti di cui al precedente articolo. Detto registro potrà essere unico per ogni tipo di riscossione purché al suo interno la dotazione dei bollettari venga distintamente contabilizzata.
- Registro schedario delle dichiarazioni e delle commesse degli utenti separato per la imposta di pubblicità e per i diritti delle pubbliche affissioni. Il registro relativo all'imposta di pubblicità potrà contenere una sottosezione per la pubblicità di durata inferiore all'anno.
- Registro dei versamenti effettuati presso la Tesoreria comunale dei proventi di riscossione dell'imposta e dei diritti.
- Registro schedario dei rimborsi disposti a favore dei contribuenti per l'imposta di pubblicità, e dei diritti sulle pubbliche affissioni.
- Registro giornaliero di cassa.
- Registro delle affissioni effettuate in esenzione di diritti.

Tutti i registri prima della loro utilizzazione saranno vidimati dal responsabile della gestione dell'imposta sulla pubblicità e sulle pubbliche affissioni, che vi annoterà il numero delle pagine di cui si compongono.

Art. 28

Disciplina delle maggiorazioni e riduzioni di imposta

Tutte le maggiorazioni e le riduzioni di tariffa previste dal decreto legislativo e dal presente regolamento si applicano singolarmente sulla tariffa base.

Art. 29

Rendiconto della gestione del servizio

Trimestralmente il responsabile della imposta dovrà effettuare apposito rendiconto da sottoporre al riscontro e all'approvazione del responsabile dell'ufficio tributi. Detto rendiconto dovrà comprendere la indicazione, distintamente per la gestione della imposta di pubblicità e per il servizio di pubbliche affissioni, dei seguenti elementi:

- Numero dei committenti;
- Importo liquidato;
- Somme incassate con la indicazione del numero delle bollette staccate;
- Numeri ed estremi delle partite e relativi importi non incassati e per le quali si avvia la procedura di riscossione coatta;
- Numero ed estremi delle partite per le quali è stato disposto lo sgravio o il rimborso di imposte o diritti.

Semestralmente il responsabile della imposta provvede alla compilazione dei ruoli di riscossione coatta, delle partite rimaste insolute, ai sensi dell'art. 68 del D.P.R. 28-1-1988 n. 43.

Art. 30

Ricevuta di pagamento

La ricevuta del bollettino postale attestante il pagamento della imposta di pubblicità o il diritto di

pubbliche affissioni deve essere conservata a cura del richiedente ed essere esibita a richiesta di agenti del Comune o dell'eventuale concessionario di gestione del servizio. Per la pubblicità veicolare essa deve essere trattenuta in copia unitamente ai documenti di circolazione del mezzo. Per le attività e le installazioni che non abbisognano di particolari autorizzazioni, la ricevuta di pagamento costituisce titolo autorizzativo alla effettuazione della attività.

Art. 31

Pagamenti e rateazioni imposta di pubblicità

Il pagamento dell'imposta di pubblicità annuale deve essere effettuato entro il mese successivo alla scadenza stabilita per l'approvazione del bilancio e delle misure tariffarie per ciascun anno. E' consentita la rateazione della imposta di pubblicità annuale di importo superiore euro 1549,37 in quattro rate trimestrali senza aggravio di interessi scadenti il 31-3/30-6/30-9/31-12. Il ritardo nel pagamento della rata determina l'applicazione della sanzione tributaria di cui all'art. 23 D.L.vo 15-11-1993 n. 507: ove il ritardo abbia a superare 15 gg. è facoltà dell'ufficio tributi procedere alla rimozione e all'oscuramento del materiale pubblicitario, revocando la facoltà del pagamento rateale. E' facoltà del responsabile dell'imposta richiedere la prestazione di un versamento cauzionale a garanzia pari all'importo di ogni trimestralità.

Art. 32

Esenzioni

A chiarimento dell'art. 17 del D.L.vo 15-11-1993 n. 507, non rientrano nel concetto di pubblicità i cartelli, che seppur esposti al pubblico, non presentano alcun contenuto o richiamo pubblicitario diretto o indiretto, ma si limitano a mere comunicazioni; ancorché contengano la indicazione dell'impresa che effettua tali comunicazioni, quali gli avvisi di fermata degli autobus di linea, quelli di singoli privati per indicare divieti di accesso o di circolazione etc...

Come stabilito dal comma 128 dell'art. 1 della Legge 23/12/2005 n. 266 (Finanziaria 2006) la pubblicità in qualunque modo realizzata da soggetti di cui al co.1 dell'art. 90 della Legge 27/12/2002 n. 289, rivolta all'interno degli impianti dagli stessi utilizzati per manifestazioni sportive dilettantistiche con capienza inferiore ai trentamila posti, è esente dall'imposta sulla pubblicità di cui al capo I del Decr. Leg.vo 507/93.

Non sono soggette a imposta di pubblicità le iscrizioni contenute su utensili che rientrano nella esclusiva disponibilità del singolo utente e il relativo messaggio al pubblico.

Parimenti i depliant pubblicitari scontano la imposta di pubblicità solo se esposti in luogo pubblico o aperto al pubblico; sono esenti pure i mezzi pubblicitari la cui superficie sia inferiore a 300 cmq.

Art. 33

Rimborsi – Modalità

Qualora risultino versate somme non dovute, i contribuenti possono richiedere al Comune, con istanza motivata, diretta all'ufficio tributi il loro rimborso entro cinque anni dal giorno del pagamento, oppure da quello in cui è stato effettivamente accertato il diritto alla restituzione, allegando alla richiesta la copia della ricevuta del versamento.

Il responsabile dell'imposta, entro 180 giorni dalla presentazione dell'istanza ne dispone il rimborso mediante emissione di ordinativo di rimborso da emettersi sulla Ragioneria Comunale per la successiva emissione del mandato di pagamento ovvero ne dispone il rigetto motivandolo.

Eventuali richieste di integrazioni o chiarimenti sospendono il termine di cui al II comma del presente articolo che tornerà a decorrere dalla data di integrazione della documentazione.

Sulle somme rimborsate saranno corrisposti gli interessi, nella stessa misura di cui al successivo art. 36, dalla data dell' eseguito pagamento.

Art. 34

Deliberazione di affidamento della gestione in concessione - Principi Generali

In conformità all'art. 25 del D.L.vo 15-11-1993 n. 507 il servizio di accertamento e riscossione della imposta di pubblicità e delle pubbliche affissioni viene esercitato dal Comune nelle seguenti forme organizzative:

a) in forma diretta

b) in concessione ad apposita azienda speciale di cui all'art. 22 comma 3 lett. c) della legge 8-6-1990 n. 142;

c) ovvero in concessione a soggetti privati.

Quanto alle modalità di scelta del concessionario si procederà mediante gara di evidenza pubblica per la ipotesi di cui alla lettera c) e in forma diretta in caso di costituzione della azienda speciale.

In conformità all'art. 25 valgono per le forme di gestione affidate a terzi gli articoli 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35 del D.L.vo 15 novembre 1993 n. 507.

Art. 35

Controlli

In caso di gestione in concessione del servizio di accertamento e riscossione della imposta di pubblicità e del servizio delle pubbliche affissioni, l'Amministrazione comunale si riserva ogni più ampio diritto di ispezione e controllo, nonché di esame della documentazione della gestione affidata, con facoltà di richiedere notizie e documentazione.

Art. 36

Disciplina per l'applicazione delle sanzioni

Fatta salva l'applicazione delle sanzioni tributarie e gli interessi di cui all'art. 23 del D.Lvo 15.11.1993 n. 507 e successive modifiche, dai Decreti Legislativi 471-472 e 473 del 18/12/1997 così come modificati dalla Legge n. 296 del 27/12/2006.

Le violazioni alle norme del presente Regolamento sono sanzionate in conformità alla normativa sopra richiamata.

Sull'imposta non corrisposta nei termini previsti sia per omesso, parziale o tardivo versamento, si applicano gli interessi nella stessa misura prevista per le imposte erariali.

Le stesse misure si applicano anche per i rimborsi.

Art. 37

Norme generali e transitorie

Sono abrogate tutte le disposizioni di emanazione comunale contrarie o incompatibili con il presente Regolamento che entrerà in vigore dal 01.01.2009.

Per tutto quanto non previsto nel presente Regolamento si applicano le disposizioni del D.L.vo 15.11.1993 n. 507 e successive modificazioni e integrazioni, nonché le altre norme di legge e di regolamenti vigenti in materia.