

COMUNE DI SEGRATE
Provincia di Milano

REGOLAMENTO COMUNALE
PER LA DISCIPLINA DELLA PUBBLICITA'
E PER L'INSTALLAZIONE DI IMPIANTI
PUBBLICITARI

(Approvato con deliberazione consiliare n. 25 del 12/02/2001)

(Modificato con deliberazioni consiliari n. 16 del 21/02/2008 e n. 31/7/2012)

INDICE

TITOLO I DISCIPLINA DELLA PUBBLICITA' E DELLE PUBBLICHE AFFISSIONI

CAPO I DISPOSIZIONI GENERALI

- Art. 1 Oggetto del Regolamento
- Art. 2 Ambito di applicazione
- Art. 3 Classe del Comune - Suddivisione del territorio in categorie

CAPO II DEFINIZIONE DEI MEZZI PUBBLICITARI E DISCIPLINA DELLA PUBBLICITA'

- Art. 4 Disciplina generale
- Art. 5 Definizione dei mezzi pubblicitari e dei mezzi di supporto
- Art. 6 Classificazione delle tipologie pubblicitarie
- Art. 7 Disciplina per l'installazione dei mezzi pubblicitari nelle sedi ferroviarie e su beni delle Ferrovie dello Stato
- Art. 8 Disciplina della pubblicità in luoghi pubblici o aperti al pubblico
- Art. 9 Disciplina dei mezzi pubblicitari soggetti ad autorizzazione
- Art. 10 Obblighi del titolare dell'autorizzazione
- Art. 11 Registro delle autorizzazioni
- Art. 12 Divieti e limitazioni
- Art. 13 Deroghe alle distanze indicate dall'art. 51, del D.P.R. 495/92
- Art. 14 Rimozione degli impianti abusivi

CAPO III PIANO GENERALE DEGLI IMPIANTI PUBBLICITARI

- Art. 15 Criteri generali del piano
- Art. 16 Impianti per le affissioni
- Art. 17 Affissioni dirette

CAPO IV CARATTERISTICHE E MODALITA' DI INSTALLAZIONE DEI MEZZI PUBBLICITARI SULLE STRADE

- Art. 18 Disciplina generale
- Art. 19 Dimensione dei mezzi pubblicitari dentro i centri abitati
- Art. 20 Posizionamento dei mezzi pubblicitari fuori dei centri abitati
- Art. 21 Caratteristiche dei mezzi pubblicitari non luminosi
- Art. 22 Caratteristiche dei pubblicitari luminosi
- Art. 23 Posizionamento dei mezzi pubblicitari nelle aree di servizio e nelle aree di parcheggio
- Art. 24 Mezzi pubblicitari abbinati a servizi

CAPO V PUBBLICITA' TEMPORANEA

- Art. 25 Definizione

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

CAPO I
DISPOSIZIONI GENERALI

- Art. 26 Applicazione dell'imposta e del diritto
- Art. 27 Categoria della località

CAPO II
IMPOSTA SULLA PUBBLICITA'

- Art. 28 Presupposto dell'imposta
- Art. 29 Soggetto passivo
- Art. 30 Modalità di applicazione dell'imposta
- Art. 31 Dichiarazione per pubblicità non soggetta ad autorizzazione
- Art. 32 Pagamento dell'imposta
- Art. 33 Limiti di esenzione per i versamenti dell'imposta
- Art. 34 Riscossione coattiva
- Art. 35 Rimborsi
- Art. 36 Determinazione delle tariffe
- Art. 37 Norma di rinvio
- Art. 38 Riduzioni ed esenzioni

CAPO III
II SERVIZIO DELLE PUBBLICHE AFFISSIONI

- Art. 39 Finalità
- Art. 40 Affissioni, prenotazioni e registro cronologico
- Art. 41 Criteri e modalità per l'espletamento del servizio

CAPO IV
DIRITTO SULLE PUBBLICHE AFFISSIONI

- Art. 42 Tariffe
- Art. 43 Riduzioni
- Art. 44 Esenzioni

CAPO V
SANZIONI

- Art. 45 Sanzioni amministrative

CAPO VI
DISPOSIZIONI TRANSITORIE E FINALI

- Art. 46 Disposizioni transitorie e finali

Allegato A: elenco delle località, vie, piazze ed altre aree del territorio classificate in categoria speciale per l'applicazione dell'imposta sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni

Allegato B: Qualifica delle strade con indicazione delle tipologie di impianti installabili

TITOLO I

**DISCIPLINA DELLA PUBBLICITÀ E DELLE PUBBLICHE
AFFISSIONI**

CAPO I

DISPOSIZIONI GENERALI

Art. 1 OGGETTO DEL REGOLAMENTO

1. Il presente regolamento disciplina:
 - a. le modalità di effettuazione della pubblicità e del servizio delle pubbliche affissioni nell'ambito del territorio comunale, a norma del D.Lgs 15 novembre 1993 n. 507 e successive modificazioni e integrazioni.
 - b. le modalità di effettuazione della pubblicità e del servizio delle pubbliche affissioni sulle strade, ai sensi del Nuovo Codice della Strada (D.Lgs 30 aprile 1992 n. 285), del Regolamento di esecuzione al C.d.S. (D.P.R. 16 dicembre 1992 n. 495) e successive modificazioni e integrazioni.
 - c. l'imposta Comunale sulla pubblicità e la gestione del servizio.

Art. 2 AMBITO DI APPLICAZIONE

1. Le norme relative alla pubblicità, contenute nel presente Regolamento, si applicano alla diffusione di messaggi pubblicitari, effettuata attraverso qualsiasi forma di comunicazione visiva o acustica, in luoghi pubblici o aperti al pubblico, o che siano da tali luoghi percepibili, nell'ambito del territorio comunale.
2. L'effettuazione di particolari forme di pubblicità e l'installazione, anche temporanea, di impianti pubblicitari nel territorio comunale deve essere preventivamente autorizzata, secondo le disposizioni del presente Regolamento.
3. Qualora la pubblicità sia effettuata su beni di proprietà comunale, la corresponsione della relativa imposta non esclude il pagamento di eventuali canoni di affitto o di concessione, o il versamento della tassa per l'occupazione degli spazi ed aree pubbliche, ove applicabile.

Art. 3 CLASSE DEL COMUNE – SUDDIVISIONE DEL TERRITORIO IN CATEGORIE

1. Agli effetti dell'applicazione dell'imposta sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni, il Comune di Segrate appartiene alla III classe, in base alla popolazione residente al 31 dicembre 2011.
2. Agli stessi effetti, e per quanto attiene al diritto sulle pubbliche affissioni, si considerano di categoria speciale le località di maggiore importanza del territorio comunale e le stesse sono individuate nell'elenco allegato sotto la lettera A, che del presente Regolamento costituisce parte integrante e sostanziale.
3. Tutte le località non ricomprese nel suddetto allegato sono da considerarsi in categoria ordinaria.

CAPO II

DEFINIZIONE DEI MEZZI PUBBLICITARI E DISCIPLINA DELLA PUBBLICITÀ

Art. 4 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. Gli impianti ed i mezzi pubblicitari non autorizzati preventivamente o installati in violazione alle disposizioni di cui al primo comma, devono essere rimossi in conformità a quanto previsto dall'art. 45 del presente Regolamento.
3. Le altre forme pubblicitarie non autorizzate preventivamente od effettuate in violazione alle norme di cui al primo comma, devono cessare immediatamente dopo la diffida, verbale o scritta, degli agenti di Polizia Locale.
4. Si applicano, per le violazioni suddette, le sanzioni previste all'art. 45 del presente Regolamento.

Art. 5 DEFINIZIONE DEI MEZZI PUBBLICITARI E DEI MEZZI DI SUPPORTO

1. DEFINIZIONE MEZZI PUBBLICITARI

- a. Insegna di esercizio: può essere opaca, illuminata o luminosa, mono o bifacciale, di varie misure, realizzata e supportata con materiali di qualsiasi natura, indicante una scritta in caratteri alfanumerici, completata eventualmente da simboli e da marchi, installata nella sede dell'attività a cui si riferisce o nelle pertinenze accessorie alla stessa. Può essere luminosa sia per luce propria che per luce indiretta e può essere definita "a bandiera" quando non risulta applicata per tutta la sua superficie in aderenza al fabbricato o, comunque, quando il messaggio pubblicitario è posizionato perpendicolarmente o con angolazione rispetto all'asse tangente della strada. Le dimensioni massime consentite sono definite all'art. 19 comma 2 e 3 del presente Regolamento.
- b. Preinsegna: manufatto bidimensionale, monofacciale o bifacciale, supportato da idonea struttura di sostegno, che riporta una scritta in caratteri alfanumerici, completata da freccia di orientamento ed eventualmente simbolo o marchio, finalizzato alla pubblicizzazione direzionale della sede dove si esercita una attività commerciale. La preinsegna deve essere posizionata in modo da facilitare il raggiungimento della sede dell'impresa ed installata nel raggio massimo di 2,5 Km dalla stessa. Non può essere luminosa né per luce propria né per luce indiretta. La preinsegna deve avere fondo di colore bianco e scritta nera, l'eventuale logo o marchio può essere anche multicolore. La tipologia e le dimensioni consentite sono indicate nella scheda allegata nel Piano Generale degli Impianti. Qualora l'Amministrazione comunale si dotasse di specifico Piano generale per l'installazione degli impianti per le preinsegne tutte le ditte autorizzate hanno l'obbligo di adeguare gli impianti a loro autorizzati nei modi e nei tempi che l'Amministrazione comunicherà loro.
- c. Freccia Direzionale: segnale stradale bidimensionale monofacciale, supportato da idonea struttura di sostegno, che riporta una scritta in caratteri alfanumerici, completata da freccia di orientamento ed eventualmente simbolo o marchio, finalizzato all'individuazione della sede dove si esercita una attività industriale, artigianale o direzionale. Tale segnale deve essere posizionata in conformità a quanto stabilito all'art. 134 comma 5 dal Regolamento di attuazione del Codice della Strada n.495/92

La freccia direzionale deve avere fondo di colore grigio scuro e scritta gialla, l'eventuale logo o marchio può essere anche multicolore. La tipologia e le dimensioni consentite sono indicate nella scheda allegata nel Piano Generale degli Impianti.

Qualora l'Amministrazione comunale si dotasse di specifico Piano generale per l'installazione degli impianti per le frecce direzionali tutte le ditte autorizzate hanno l'obbligo di adeguare gli impianti a loro autorizzati nei modi e nei tempi che l'Amministrazione comunicherà loro.

- d. Cartello pubblicitario: manufatto bidimensionale di sagoma regolare mono o bifacciale con superficie non superiore a mq. 6, finalizzato alla diffusione diretta di messaggi pubblicitari o propagandistici; supportato da un'ideale struttura di sostegno, può essere luminoso sia per luce propria che per luce indiretta. Le tipologie e le dimensioni consentite sono indicate nelle schede allegate nel Piano Generale degli Impianti.
- e. Manifesto: elemento bidimensionale realizzato in materiale di qualsiasi natura, privo di rigidità, finalizzato alla diffusione di messaggi pubblicitari o propagandistici; deve essere posto in opera per sovrapposizione su idoneo impianto pubblicitario per affissioni. E' fatto divieto di affissione su altri supporti di qualsiasi natura.
- f. Striscione, stendardo e locandina: elementi bidimensionali realizzati in materiale di qualsiasi natura, privi di rigidità, mancanti di superficie di appoggio o comunque non aderenti alla stessa. Lo striscione, lo stendardo e la locandina, non possono essere posti in opera a scavalco della rete stradale, ma devono essere installati esclusivamente su idonei supporti atti a sostenere tali impianti in assoluta sicurezza ed ancorati sia sul bordo superiore che su quello inferiore. Per la sola locandina, se posizionata sul terreno, può essere realizzata in materiale rigido. Non possono essere luminosi né illuminati.

Le dimensioni massime consentite sono:

1. Striscioni – Lunghezza mt. 10,00 e altezza Mt. 1,40;
2. Stendardo - Larghezza mt. 1,00 e altezza Mt. 1,40;
3. Locandina - Larghezza mt. 1,00 e altezza Mt. 1,40.

- g. Segno reclamistico orizzontale: riproduzione sulla pavimentazione stradale, con pellicole adesive, di scritte in caratteri alfanumerici, di simboli e marchi, finalizzata alla diffusione di messaggi pubblicitari e propagandistici;
 - h. Impianto pubblicitario di servizio: manufatto avente quale scopo primario un servizio di pubblica utilità nell'ambito dell'arredo urbano e stradale quali: pensiline, paline bus, transenne parapetonali, quadri turistici, orologi e simili. Le dimensioni consentite sono indicate nel successivo comma 4;
 - i. Targa: scritta in caratteri alfanumerici, completata eventualmente da un simbolo o da un marchio, realizzata e supportata in materiale di qualsiasi natura, installata esclusivamente presso l'ingresso della sede dell'attività a cui si riferisce; è utilizzabile solo su una facciata ed è posta in opera in aderenza alla struttura muraria dell'ingresso. Non può essere luminosa né per luce propria né per luce indiretta. Dimensione massima cm. 100 x 70.
 - j. Mezzo pubblicitario pittorico: manufatto monofacciale, opaco o illuminato, realizzato su telo, pannello o parete, con funzione sia decorativa che pubblicitaria, le cui caratteristiche non siano ripetitive di altra pubblicità tabellare già esposta nel territorio comunale. Dimensione massima cm. 600 x 300.
2. I mezzi pubblicitari in genere possono essere:
- a. A bandiera, quando non sono collocati per tutta la loro superficie in aderenza al fabbricato, oppure quando, anche se applicati in aderenza, presentino sporgenza superiore a cm. 25 rispetto alla superficie su cui sono installati, e comunque, quando il messaggio pubblicitario è posizionato perpendicolarmente o con angolazione rispetto all'asse tangente la strada.
 - b. Rientranti, quando non presentino depressioni rispetto al manufatto sul quale sono installate e comunque senza alterazione dell'estetica architettonica dell'immobile stesso.
3. I mezzi pubblicitari sono definiti luminosi, quando per luce propria, per luce diretta o per luce indiretta, il messaggio pubblicitario risulti visibile in forma illuminata o luminosa durante le ore notturne. Sono considerati luminosi anche gli impianti caratterizzati dall'impiego di diodi luminosi, lampadine o similari che, mediante controllo elettronico, elettromeccanico, comunque programmato, permettano la diffusione di messaggi pubblicitari anche in forma intermittente o variabile.

4. DEFINIZIONE MEZZI DI SUPPORTO

- a. Piantana: impianto monofacciale o bifacciale collocato su palo verticale. Le tipologie e le dimensioni consentite sono quelle indicate nelle schede allegate al Piano Generale degli Impianti. Può essere luminoso per luce propria o indiretta.
 - b. Poster e Tabella: impianto monofacciale o bifacciale collocato a muro o su pali, destinato esclusivamente alle affissioni. Le tipologie e le dimensioni consentite sono indicate nelle schede allegate al Piano Generale degli Impianti. Può essere luminoso per luce propria o indiretta.
 - c. Pensilina: elemento di arredo urbano per la copertura delle aree di attesa dei mezzi pubblici, rigidamente vincolata al suolo e completata da spazi finalizzati alla diffusione di messaggi pubblicitari o propagandistici. Può essere completata da impianto di illuminazione diretto o indiretto.
 - d. Palina attesa bus: elemento di arredo urbano per la segnalazione delle fermate dei mezzi pubblici, può essere posto su palo o a bandiera su muro e può essere completato da spazio finalizzato alla diffusione di messaggi pubblicitari di dimensione massima cm. 100 x 140. Sull'impianto sono inserite le informazioni relative ai mezzi pubblici. Non può essere luminoso né per luce propria, né per luce indiretta.
 - e. Orologio – Termometro: elemento di arredo urbano finalizzato alla fornitura di servizio, su palo o su muro, può essere completato da uno spazio mono o bifacciale atto alla diffusione di messaggi pubblicitari di dimensione massima cm. 70 x 100. Può essere luminoso per luce propria.
 - f. Quadro Turistico: elemento di arredo urbano caratterizzato dalla presenza di cartografie, piante ed indicazioni utili relative al territorio e alla fruizione di servizi, installato su palo o su parete, può supportare appositi spazi idonei all'esposizione di messaggi pubblicitari. Dimensioni massime (cartografia o piantine incluse) cm.300x200. Può essere luminoso.
 - g. Transenna parapedonale: elemento di arredo urbano finalizzato alla fornitura di servizio quale la delimitazione e la protezione di marciapiedi e di spazi ad uso pedonale; esso è fissato al suolo e può essere composto da uno o più elementi contigui completati da spazi pubblicitari monofacciali installati su non più del 50% degli elementi stessi. È possibile richiedere deroga, debitamente motivata, per l'installazione fino al 100%. Non può essere luminoso né per luce propria, né per luce indiretta. Le tipologie e le dimensioni consentite sono indicate nella scheda allegata nel Piano Generale degli Impianti.
5. Costituiscono altri mezzi pubblicitari e di supporto i manufatti che, quale conseguenza di nuove normative, di tecnologie avanzate o di specifiche richieste del mercato pubblicitario, non rientrano nelle tipologie elencate nei precedenti punti; questi impianti sono autorizzabili alle seguenti condizioni:
- a. Parere favorevole con eventuale deroga per dimensioni, colori e caratteristiche da parte del Responsabile Unico del Procedimento;
 - b. Pareri tecnici favorevoli, come indicato al successivo art. 9 comma 2;
 - c. Parere favorevole e vincolante della Commissione Paesaggistica;
 - d. Tempo di rilascio autorizzazione 90 gg.
6. Qualsiasi variante tecnica ed estetica alle tipologie indicate nel presente Regolamento e nelle schede allegate al Piano Generale degli Impianti è soggetta a specifica richiesta e valutata con parere vincolante della Commissione Paesaggistica entro 90gg. dalla richiesta.

Art. 6 CLASSIFICAZIONE DELLE TIPOLOGIE PUBBLICITARIE

1. Le tipologie pubblicitarie sono classificate in:
 - a. Pubblicità ordinaria effettuata mediante insegne, cartelli, locandine, targhe, stendardi ed altri mezzi, ivi compresi i segni orizzontali reclamistici. Sono comprese nella pubblicità ordinaria le affissioni pubbliche e dirette.
 - b. Pubblicità effettuata con veicoli, distinta in:
 - I. pubblicità ordinaria con veicoli: pubblicità visiva effettuata per conto proprio od altrui all'interno ed all'esterno di veicoli in genere, di vetture autofilotranviarie, battelli, barche e simili, di uso pubblico o privato;
 - II. pubblicità con veicoli dell'impresa: pubblicità effettuata per conto proprio su veicoli di proprietà dell'impresa o adibiti ai trasporti per suo conto, compresi i veicoli circolanti con rimorchio.

Per l'effettuazione di pubblicità con veicoli si osservano le disposizioni di cui agli articoli 57 e 59 del Regolamento di esecuzione e di attuazione del nuovo Codice della Strada approvato con D.P.R. 16 dicembre 1992, n. 495.

- c. Pubblicità con pannelli luminosi e proiezioni effettuata mediante 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 predetta può essere effettuata per conto altrui o per conto proprio dell'impresa, con la differenziazione tariffaria stabilita nel titolo II. La pubblicità con proiezioni è realizzata in luoghi pubblici o aperti al pubblico attraverso diapositive, proiezioni luminose e cinematografiche effettuate su schermi o pareti riflettenti.
- d. Pubblicità varia:
 - I. pubblicità con festoni: effettuata con festoni di bandierine od altri mezzi simili che comunque non attraversano strade o piazze;
 - II. pubblicità da aeromobili: effettuata sul territorio del Comune da aeromobili mediante scritte, striscioni, disegni fumogeni, compresa quella eseguita su specchi d'acqua;
 - III. pubblicità con palloni frenanti effettuata con palloni frenanti o simili;
 - IV. pubblicità in forma ambulante: effettuata mediante distribuzione, anche con veicoli, di manifestini o di altro materiale pubblicitario, oppure mediante persone circolanti con cartelli od altri mezzi pubblicitari;
 - V. pubblicità fonica: effettuata a mezzo di apparecchi amplificatori o simili. Per l'effettuazione di pubblicità fonica si osservano le disposizioni di cui all'articolo 59 del Regolamento di esecuzione e di attuazione del nuovo Codice della Strada approvato con D.P.R. 16 dicembre 1992, n. 495

Art. 7 DISCIPLINA PER INSTALLAZIONE DEI MEZZI PUBBLICITARI NELLE SEDI FERROVIARIE E SU BENI DELLE FERROVIE DELLO STATO

- 1. L'installazione di mezzi pubblicitari nelle sedi ferroviarie e su beni demaniali o patrimoniali delle Ferrovie dello Stato, di cui alla Legge del 18 marzo 1959 n. 132, è ammessa con l'osservanza delle disposizioni contenute nel Nuovo Codice della Strada (Decreto legislativo 30 aprile 1992 n. 285 art. 23 comma 5), e nel relativo Regolamento di esecuzione e di attuazione, così come modificato dal D.P.R. 16 settembre 1996 n. 610.

Art. 8 DISCIPLINA DELLA PUBBLICITA' IN LUOGHI PUBBLICI O APERTI AL PUBBLICO

- 1. La pubblicità effettuata in luoghi pubblici o aperti al pubblico (es. impianti sportivi, aeroporti, centri commerciali, cinema, stazioni di trasporto pubblico, ecc.) e non visibile all'esterno, non è sottoposta alla preventiva autorizzazione comunale ma è soggetta alla presentazione di dichiarazione di pubblicità e al relativo pagamento dell'imposta, ove non esente.

Art. 9 DISCIPLINA DEI MEZZI PUBBLICITARI SOGGETTI AD AUTORIZZAZIONE

- 1. Le autorizzazioni al posizionamento e all'installazione dei mezzi pubblicitari definiti nel precedente art. 5, sono rilasciate dal Comune, a cui deve essere presentata domanda su apposito modulo con marca da bollo del valore vigente, corredata della documentazione prevista al successivo quarto comma.
- 2. Per l'esame della pratica è dovuto il pagamento anticipato dei diritti di segreteria nella misura vigente stabilita dalla Giunta comunale; il pagamento può essere effettuato in contanti presso l'uff. S@C o con bollettino postale sul conto corrente comunale.
- 3. Il rilascio delle autorizzazioni pubblicitarie è effettuato dalla sezione competente in materia pubblicitaria, previa acquisizione dei pareri obbligatori e vincolanti del Comando di Polizia Locale, e qualora ne ricorra il caso, dalla Commissione Paesaggio e dagli uffici Demanio e Patrimonio, Edilizia Privata e S.U.A.P. oltre all'eventuale nulla-osta tecnico dell'ente proprietario della strada, in conformità al quarto comma dell'art. 23 del D.Lgs. 30 aprile 1992 n.285, richiesto d'ufficio all'ente competente previo pagamento dei diritti di istruttoria.

4. Il soggetto richiedente l'autorizzazione presenta domanda all'Ufficio S@C in forma cartacea o elettronica a mezzo posta elettronica certificata (PEC), allegando alla stessa la seguente documentazione:
 - a. per impianti di dimensione superiore mq. 6, denuncia delle strutture con elaborati grafici e calcoli strutturali relativi alla verifica di staticità, il tutto in n. 3 copie, ai sensi dell'art. 4 della legge n. 1086 del 5 novembre 1971.
 - b. n. 3 copie dei bozzetti del mezzo pubblicitario redatti in scala adeguata, con indicati i colori corrispondenti all'originale, il materiale con cui è realizzato, le dimensioni e le altezze dal suolo;
 - c. Una o più fotografie riportanti l'edificio o il luogo dove è prevista l'installazione;
 - d. Una planimetria della zona, con indicata la posizione nella quale si intende collocare il mezzo pubblicitario, nonché le distanze da eventuali altri impianti pubblicitari, incroci stradali, cartelli di segnaletica, ecc. ;
 - e. ricevuta di versamento dei diritti di istruttoria per rilascio di nulla osta tecnico, nel caso si intenda installare un impianto pubblicitario su strada comunale o prospiciente la stessa e visibile da strada appartenente ad altro ente pubblico;
 - f. dichiarazione di impegno a realizzare gli impianti elettrici in conformità al D.M. n.37/2008 e alla L.R. 17/2000 e s.m.i., nel caso di impianti pubblicitari luminosi;
 - g. Dichiarazione contenente traduzione dei messaggi pubblicitari scritti in lingua non italiana. L'Amministrazione Comunale, al fine di verificare quanto dichiarato, si riserva la facoltà di richiedere perizia giurata che attesti quanto dichiarato;
 - h. Titolo idoneo all'occupazione di suolo pubblico in caso di impianto pubblicitario da installarsi su aree di proprietà Comunale. In caso di impianto pubblicitario da installarsi su aree o immobile di proprietà privata, allegare autorizzazione del proprietario dell'immobile o dell'amministratore di condominio;
 - i. Ricevuta di pagamento dei diritti di segreteria.
5. Per le strutture complesse l'Amministrazione Comunale si riserva la facoltà di richiedere la presentazione di eventuale pratica edilizia (S.C.I.A. – Segnalazione Certificata di inizio attività ai sensi dell'art. 49 comma 4/bis della Legge n.122 del 30/07/2011)
6. Entro 30 giorni dalla presentazione della domanda, se la documentazione prodotta risulta completa, l'autorizzazione viene concessa o negata. Il diniego deve essere motivato.
7. Il termine di 30 gg può essere interrotto una sola volta per richiedere al titolare di integrare la pratica, nel caso non siano stati presentati tutti i documenti necessari o per l'acquisizione d'ufficio di atti o pareri dipendenti da altra Direzione o Ente.
8. Trascorsi 30 giorni dalla presentazione della richiesta di autorizzazione senza che sia stato emesso alcun provvedimento, il richiedente può procedere all'installazione del mezzo pubblicitario, previo pagamento dell'imposta ove non esente e concessione di suolo pubblico in caso di impianto pubblicitario da installarsi su aree di proprietà Comunale.
9. Trascorsi 20 gg dalla data di ricevimento della comunicazione di "richiesta integrazioni" senza che il richiedente provveda ad integrare la pratica, la stessa si intende rinunciata e quindi, decaduta e archiviata.
10. Trascorsi 20 gg. dalla data di ricevimento della comunicazione di "ritiro autorizzazione" senza che il richiedente provveda al ritiro della stessa, l'autorizzazione si intende rinunciata, decaduta e archiviata.
11. L'avvenuta decadenza dell'autorizzazione deve essere comunicata al richiedente a mezzo raccomandata con ricevuta.
12. L'autorizzazione è personale e non cedibile, se non previo consenso dell'Amministrazione Comunale.
13. L'autorizzazione è rilasciata facendo salvi eventuali diritti di terzi, nonché previo ottenimento di qualsiasi nulla osta od eventuale autorizzazione di competenza di altre autorità o enti (ANAS, Provincia, Regione, FF.SS., ENAC, ENAV, ecc.)
14. Non sono soggetti ad autorizzazione gli impianti di superficie massima inferiore o uguale a 1/4 di metro quadro.

Art. 10 OBBLIGHI DEL TITOLARE DELL'AUTORIZZAZIONE

1. Il titolare dell'autorizzazione ha l'obbligo di:
 - a. verificare periodicamente il buono stato di conservazione dei mezzi pubblicitari e delle loro strutture di sostegno;
 - b. effettuare tutti gli interventi necessari al mantenimento delle condizioni di sicurezza, decoro e funzionalità;

- 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 a sua cura e spesa alla rimozione dei mezzi pubblicitari in caso di intervenuta scadenza, decadenza o revoca dell'autorizzazione all'installazione o all'occupazione di suolo pubblico, pena l'applicazione delle sanzioni previste all'art.45 comma 1 del presente Regolamento.
2. Il venir meno delle condizioni di sicurezza, decoro e funzionalità costituisce causa espressa di revoca.
 3. Ad ogni mezzo pubblicitario autorizzato deve essere applicata la targhetta prescritta dall'art. 55 del D.P.R. n. 495/1992, il tutto a cura e spese del titolare dell'autorizzazione.
 4. L'autorizzazione permanente ha validità triennale con scadenza al 31/12 del terzo anno solare ed è rinnovabile. Il rinnovo si effettua mediante richiesta del titolare all'ufficio comunale competente; qualora l'impianto pubblicitario sia installato su area pubblica il rinnovo dell'autorizzazione deve essere preceduto dal rinnovo del titolo concessorio del suolo pubblico. Il rinnovo è concesso solo ove non si apportino alcuna modifica al mezzo pubblicitario autorizzato. Trascorsi 30 gg. dalla data di richiesta di rinnovo senza che si sia ricevuta alcuna comunicazione da parte dell'Ufficio competente, e sempre che ne sussistano i presupposti, il rinnovo è concesso per silenzio assenso.
 5. L'autorizzazione temporanea ha validità sino alla data di scadenza richiesta, comunque inferiore a un anno (365 giorni); il rinnovo può essere concesso una sola volta, per il medesimo periodo dell'autorizzazione in scadenza o inferiore.
 6. Il titolare dell'autorizzazione per la posa di segni orizzontali reclamistici sui piani stradali nonché di striscioni e stendardi, ha l'obbligo di provvedere alla rimozione degli stessi entro le quarantotto 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.
 7. Nel caso in cui il titolare dell'autorizzazione, diffidato alla rimozione, non vi provvede nel termine assegnatogli, la rimozione stessa avverrà a cura d'ufficio comunale competente con addebito delle spese sostenute al soggetto titolare dell'autorizzazione inadempiente.
 8. Qualora l'insegna di esercizio presenti scritte in caratteri non latini, il titolare dell'autorizzazione ha l'obbligo di riportare sull'insegna stessa la traduzione in lingua italiana. Detta traduzione, scritta anche con caratteri di dimensioni ridotte ma leggibili, deve inequivocabilmente far comprendere la tipologia merceologica dell'attività stessa.

Art. 11 REGISTRO DELLE AUTORIZZAZIONI

1. E' istituito il Registro delle Autorizzazioni Comunali per Impianti Pubblicitari. Tale registro è tenuto a cura dell'Ufficio comunale competente al rilascio dell'autorizzazione e nello stesso sono annotate in ordine cronologico le autorizzazioni rilasciate, l'indicazione degli estremi della domanda ed una sommaria indicazione dell'impianto pubblicitario autorizzato.

Art. 12 DIVIETI E LIMITAZIONI

1. È vietata l'installazione di mezzi pubblicitari:
 - a. Lungo le strade, nell'ambito ed in prossimità di luoghi sottoposti a tutela di bellezze naturali e paesaggistiche, sugli edifici e nei luoghi di interesse storico ed artistico, su statue, su monumenti, su fontane monumentali, e sugli altri beni di cui alla legge n. 352 del 8 ottobre 1997. Sugli edifici suddetti e sugli spazi adiacenti ad essi può essere autorizzata la posizione di targhe ed altri mezzi di indicazione, realizzati in materiali e stili compatibili con le caratteristiche architettoniche e degli ambienti nel quale sono inseriti;
 - b. In posizioni che comportino la copertura visiva di segnaletica stradale e targhe varie.
2. Per installare impianti pubblicitari, lungo o in vista delle strade comunali, è obbligatorio rispettare quanto stabilito nell'allegato B del presente Regolamento che indica, a seconda della categoria della strada, quale tipologia di impianto pubblicitario è possibile installare.
3. È vietata la pubblicità effettuata a mezzo di luce abbagliante.

4. È consentita la pubblicità a mezzo di aerei, in occasione di manifestazioni sportive e fieristiche solo negli spazi sovrastanti i luoghi ove si svolgono le manifestazioni stesse e loro adiacenze, previa autorizzazione dell'E.N.A.C.
5. È fatto divieto di esporre cartelli indicanti offerte immobiliari, con specifico riferimento a quelli utilizzati comunemente dalle Agenzie Immobiliari, su edifici, recinzioni o altro che non siano oggetto dell'offerta di vendita medesima.
6. È consentita l'installazione di striscioni lungo o in vista delle strade di Qualifica 1 e 2 (vedi allegato B) limitatamente a messaggi pubblicitari di offerte immobiliari esposte sull'edificio o sulla recinzioni di pertinenza dell'immobile oggetto dell'offerta medesima.
7. È consentita l'installazione di striscioni lungo o in vista delle strade di Qualifica 1 e 2 (vedi allegato B) limitatamente a messaggi di offerte commerciali da esporsi sull'edificio o sulla recinzioni della società richiedente con un limite temporale di giorni 60 (sessanta).

Art. 13 DEROGHE ALLE DISTANZE INDICATE ALL'ART. 51, DEL D.P.R. 495/92

1. Fermi restando i divieti stabiliti dall'art. 51 del D.P.R. n. 495/92 - Regolamento di esecuzione e di attuazione del Nuovo Codice della Strada e s.m.i., il Comune dispone le seguenti deroghe relative alle distanze, indipendentemente dal fatto che l'impianto sia installato parallelamente, perpendicolarmente o angolato rispetto all'asse stradale:
 - a. Dentro ai centri abitati:
Distanza minima mt. 20 dagli altri cartelli o mezzi pubblicitari, segnali stradali, intersezioni, attraversamenti pedonali e rotatorie.
Distanza minima di mt. 30 dal punto di tangenza delle curve orizzontali ai sensi dell'art.3 comma 20 del Codice della Strada.
 - b. Fuori dai centri abitati
Nessuna deroga.
2. Impianti pubblicitari di servizio: per gli impianti di pubblica utilità nell'ambito dell'arredo urbano e stradale quali pensiline, paline bus, transenne parapetonali, quadri turistici, orologi e simili, si applica quanto stabilito all'art. 51, comma 8, del D.P.R. n. 495/92; all'interno dei Centri abitati si azzerano le distanze e si rimanda a parere viabilistico del Comando di Polizia Locale nel rispetto dell'art.23, comma 1, del Codice della strada.
3. E' concessa deroga alla distanza di mt. 3 dal limite della carreggiata, per gli impianti da installarsi all'interno dei centri abitati, solo in presenza di marciapiede e comunque senza che l'impianto invada la carreggiata stradale; in tutti gli altri casi la distanza da rispettare è di mt. 3.

Art. 14 RIMOZIONE DEGLI IMPIANTI ABUSIVI

1. I mezzi pubblicitari soggetti ad autorizzazione comunale, così come previsto al precedente art. 9, se installati abusivamente devono essere rimossi come indicato all'art. 45 del presente Regolamento.

CAPO III

PIANO GENERALE DEGLI IMPIANTI PUBBLICITARI

Art. 15 CRITERI GENERALI DEL PIANO

1. Il Piano Generale degli Impianti Pubblicitari regola la distribuzione degli impianti pubblicitari sul territorio comunale limitatamente agli ambiti di sua competenza, al fine di razionalizzare il posizionamento dei manufatti sul territorio e nel rispetto delle prescrizioni e dei vincoli imposti dalle vigenti normative. Il Piano indica, altresì, i dettami generali relativamente alle tipologie e alle superfici dei mezzi pubblicitari.
2. Il Piano Generale degli Impianti Pubblicitari è articolato in due parti. La prima parte determina gli ambiti del territorio comunale nei quali sono localizzati i mezzi pubblicitari. La seconda parte definisce la localizzazione nel territorio comunale dei mezzi pubblicitari per le pubbliche affissioni, limitatamente alle aree di competenze comunale.

3. Per l'installazione dei mezzi pubblicitari lungo le strade comunali ed in vista di esse, il Piano individua le località nelle quali, per motivate esigenze di pubblico interesse determinate dalla natura e dalla situazione dei luoghi, il collocamento di impianti pubblicitari è soggetto a particolari condizioni o limitazioni delle tipologie e delle dimensioni dei impianti stessi.
4. All'interno dei centri abitati, per l'installazione dei mezzi pubblicitari lungo le strade Comunali od in vista di esse, il Piano prevede ed individua:
 - a. le caratteristiche dei mezzi pubblicitari e le dimensioni degli stessi
 - b. le caratteristiche degli edifici sui quali può essere autorizzata l'installazione dei mezzi pubblicitari e le dimensioni massime consentite
 - c. le tipologie generali di riferimento dei mezzi pubblicitari, compresi quelli luminosi, illuminati o costituiti da pannelli luminosi
 - d. le zone o aree pubbliche nelle quali può essere autorizzata l'installazione di mezzi pubblicitari
 - e. i criteri per la localizzazione e le modalità tecniche per la collocazione, in condizioni di sicurezza per terzi, di striscioni, standardi e simili.
5. Il Piano Generale degli Impianti, lungo le strade di cui all'allegato B e limitatamente agli impianti a messaggio variabile, definisce i luoghi di installazione indicandoli in modo puntuale nella planimetria ad esso allegata.

Art. 16 IMPIANTI PER LE AFFISSIONI

1. In conformità a quanto dispone il terzo comma dell'art. 18 del D.Lgs 15 novembre 1993 n. 507, la superficie degli impianti da adibire ad affissioni non sarà inferiore a mq. 18 ogni mille abitanti. L'amministrazione Comunale stabilisce tale superficie in mq. 60 per ogni mille abitanti; la superficie complessiva risultante sarà equamente ripartita nei singoli quartieri proporzionalmente al loro numero di abitanti (abitanti intesi come residenti all'anagrafe).
2. Le superfici destinate alle affissioni dirette e comunali sono così ripartite:
 - a. Il 20 % destinato alle affissioni di natura istituzionale di cui all'art. 21 D.Lgs. n.507/93 su impianti di proprietà comunale;
 - b. Il 42,5% destinata alle affissioni di natura commerciale, effettuate dal servizio comunale, su impianti di proprietà comunale;
 - c. Il 37,5% destinata all'affissione diretta di natura commerciale effettuata e gestita direttamente dai soggetti privati, su impianti di loro proprietà, comunque diversi dal gestore del servizio come meglio specificato nel successivo art. 17.
3. Tutti gli impianti di affissione devono attenersi alle tipologie e alle dimensioni previste all'art. 5 del presente Regolamento, e meglio specificate nel Piano Generale degli Impianti, e sono collocati in posizioni che consentano la libera e totale visione e percezione del messaggio pubblicitario da spazi pubblici e su tutti i lati utilizzati per l'affissione. Ciascun impianto di affissione di proprietà comunale reca una targhetta con l'indicazione del servizio.
4. Qualora si verificano ricorrenti eccedenze od insufficienze di spazi in una o più categorie, è possibile effettuare, ogni due anni, un riequilibrio delle superfici assegnate in relazione alle effettive necessità, rideterminando la ripartizione degli spazi di cui al secondo comma del presente articolo con deliberazione da adottarsi entro il 31 ottobre e che entra in vigore dal primo gennaio dell'anno successivo.

Art. 17 AFFISSIONI DIRETTE

1. Le caratteristiche estetiche degli impianti destinati alle affissioni dirette sono stabilite in analogia a quelle per gli impianti destinati alle affissioni comunali e meglio specificate nel Piano Generale degli impianti.
2. La superficie massima destinata agli impianti per affissioni dirette è quella indicata al precedente art. 16, comma 2 lettera d), siano essi installati su proprietà pubblica o privata.
3. Gli impianti per le affissioni dirette, siano essi collocati su suolo privato o suolo pubblico, saranno soggetti alla presentazione di richiesta di autorizzazione, rinnovabile come prescritto all'art. 9, nonché al rispetto delle norme dettate dall'art. 10 del presente Regolamento.

CAPO IV

CARATTERISTICHE E MODALITÀ DI INSTALLAZIONE DEI MEZZI PUBBLICITARI SULLE STRADE

Art. 18 DISCIPLINA GENERALE

1. Ai fini dell'applicazione delle presenti norme, un impianto di pubblicità si definisce collocato sulla strada quando l'installazione dello stesso è effettuata entro i limiti della sede stradale e delle fasce di rispetto della stessa.
2. Si definisce in vista della strada quando, pur essendo collocato fuori dalle zone precedentemente indicate, l'impianto pubblicitario risulta visibile dalla strada, in base alla distanza di leggibilità per gli alfabeti normali di cui alla Tabella II 16 del Regolamento di esecuzione del Codice della Strada.
3. E' vietato l'utilizzo di impiantistica pubblicitaria in modo difforme da quanto stabilito nel presente Regolamento o nel Piano Generale degli Impianti, in particolare:
 - a. è vietata l'apposizione di impiantistica pubblicitaria nelle intersezioni stradali;
 - b. è autorizzata l'apposizione di impiantistica pubblicitaria in prossimità delle intersezioni stradali, purché l'impianto non impedisca, anche parzialmente, la visibilità delle stesse;
4. E' vietata altresì l'apposizione di impiantistica Pubblicitaria:
 - a. nelle zone caratterizzate da edifici di carattere storico;
 - b. nelle zone con particolari caratteristiche ambientali o paesaggistiche.

Art. 19 DIMENSIONE DEI MEZZI PUBBLICITARI DENTRO I CENTRI ABITATI

1. All'interno dei centri abitati tutti i mezzi pubblicitari previsti dall'art. 23 del Codice della strada e definiti nell'art. 5 del presente Regolamento non devono superare le dimensioni indicate nel presente Regolamento e nei Piano Generale degli Impianti.
2. Le insegne d'esercizio, poste parallelamente al senso di marcia dei veicoli o in aderenza ai fabbricati, possono raggiungere la superficie di 20 mq.; qualora la superficie di ciascuna facciata dell'edificio ove ha sede l'attività sia superiore a 100 mq., è possibile incrementare la superficie dell'insegna di esercizio nella misura del 10% della superficie della facciata eccedente 100 mq. fino al limite di 50 mq.
3. Fermo restando quanto stabilito al comma 2, è possibile richiedere deroga al limite massimo di 50 mq. previo parere vincolante del Comando di Polizia Locale e della Commissione Paesaggistica.

Art. 20 POSIZIONAMENTO DEI MEZZI PUBBLICITARI FUORI DAI CENTRI ABITATI

1. Per il posizionamento dei mezzi pubblicitari lungo le strade o in vista di esse, fuori dei centri abitati, si osservano le disposizioni di cui all'art. 51, commi 2, 3, 5 e 6, del Regolamento di esecuzione e di attuazione del Codice della Strada.

Art. 21 CARATTERISTICHE DEI MEZZI PUBBLICITARI NON LUMINOSI

1. Le caratteristiche dei mezzi pubblicitari non luminosi, dentro e fuori dei centri abitati, sono determinati ai sensi dell'art. 49 del Regolamento di esecuzione e di attuazione del Codice della Strada e dell'art. 5 del presente Regolamento.

Art. 22 CARATTERISTICHE DEI MEZZI PUBBLICITARI LUMINOSI

1. Le caratteristiche dei mezzi pubblicitari luminosi, dentro e fuori i centri abitati, sono determinate ai sensi dell'art. 50 del Regolamento di esecuzione e di attuazione del Codice della Strada e dell'art. 5 del presente Regolamento.

Art. 23 POSIZIONAMENTO DEI MEZZI PUBBLICITARI NELLE AREE DI SERVIZIO E NELLE AREE DI PARCHEGGIO

1. Il posizionamento dei mezzi pubblicitari nelle aree di servizio e nei parcheggi, è disciplinato ai sensi dell'art. 52 del regolamento di esecuzione e di attuazione del Codice della Strada e dell'art. 5 del presente Regolamento.

Art. 24 MEZZI PUBBLICITARI ABBINATI A SERVIZI

1. Nel caso di mezzi pubblicitari abbinati a servizi per gli utenti della strada, si applicano le disposizioni di cui all'art. 51, comma 8, e all'art. 52, comma 3, del regolamento di esecuzione e di attuazione del Codice della Strada ed dell'art. 5 del presente Regolamento.
2. Sono considerati servizi per gli utenti: orologi, paline e pensiline attesa bus, transenne parapetonali, quadri turistici.

CAPO V

PUBBLICITÀ TEMPORANEA

Art. 25 DEFINIZIONE

1. E' definita pubblicità temporanea la pubblicità richiesta per un periodo inferiore all'anno ed effettuata con i seguenti mezzi pubblicitari:
 - a. Striscione;
 - b. Locandina o stendardo;
 - c. Segno orizzontale reclamistico.

TITOLO II

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

CAPO I

DISPOSIZIONI GENERALI

Art. 26 APPLICAZIONE DELL'IMPOSTA E DEL DIRITTO

1. La pubblicità esterna e le pubbliche affissioni sono soggette, ai sensi del D.Lgs. 15 novembre 1993 n.507 s.m.i, rispettivamente ad un'imposta ovvero ad un diritto a favore del Comune nel cui territorio sono effettuate.

Art. 27 CATEGORIA DELLE LOCALITA'

1. Agli effetti dell'applicazione dell'imposta sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni, limitatamente alle affissioni commerciali nella categoria speciale, è applicata una maggiorazione della tariffa normale dell'imposta e del diritto del 150%.
2. La pubblicità, effettuata in aree o complessi edificati aperti al pubblico, è sottoposta alla maggiorazione per categoria speciale quando a tali complessi si acceda da una strada classificata in categoria speciale.

CAPO II

IMPOSTA SULLA PUBBLICITA'

Art. 28 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 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.

Art. 29 SOGGETTO PASSIVO

1. Sono tenuti al pagamento dell'imposta sulla Pubblicità:
 - a. in via principale i titolari dei mezzi pubblicitari attraverso cui viene diffuso un messaggio pubblicitario;

- b. in solido il soggetto che produce o vende la merce o fornisce i servizi pubblicizzati.

Art. 30 MODALITA' 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 di messaggi in esso 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 geometrica minima in cui sono comprese.
4. L'imposta per i mezzi pubblicitari aventi dimensioni volumetriche è calcolata in relazione alla superficie complessiva, determinata 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 e ad accrescerne l'efficacia, sono considerati come unico mezzo pubblicitario.
8. La pubblicità ordinaria, effettuata mediante locandine da collocare all'esterno od all'interno di locali pubblici od aperti al pubblico, è autorizzata dall'Ufficio Tributi del Comune o, nel caso di gestione del servizio in concessione, da un rappresentante del concessionario, 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. In tal caso l'utente è tenuto a pagare forfettariamente l'imposta nella misura prevista per la categoria speciale per il 35% del totale delle locandine.
9. L'imposta sulla pubblicità relativa alle affissioni dirette sugli impianti alle stesse destinati, è commisurata alla superficie complessiva di ciascun impianto, calcolata con l'arrotondamento di cui al comma 5, applicato per ogni impianto.
10. Le maggiorazioni d'imposta a qualunque titolo sono sempre applicate alla tariffa base e sono cumulabili. Le riduzioni d'imposta non sono cumulabili.
11. L'imposta per le fattispecie pubblicitarie previste all'art. 12, comma 1, e agli artt.3, 13, 14, commi 1 e 3, del D.Lgs. 15 novembre 1993 n. 507 e s.m.i., 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. 31 DICHIARAZIONE PER PUBBLICITÀ NON SOGGETTA AD AUTORIZZAZIONE

1. In caso di pubblicità non soggetta ad autorizzazione il soggetto passivo, prima di dare inizio alla pubblicità, è obbligato a presentare apposita dichiarazione, su modello predisposto dal Comune, nella quale devono essere indicate le caratteristiche, la durata della pubblicità e l'ubicazione dei mezzi pubblicitari.
2. In tutti gli altri casi si applica quanto previsto all'art. 23 del Regolamento Unico delle Entrate del Comune.

Art. 32 PAGAMENTO DELL'IMPOSTA

1. Per la pubblicità ordinaria di durata superiore a tre mesi, per la pubblicità effettuata con veicoli e per quella effettuata con pannelli luminosi e proiezioni, l'imposta è dovuta per anno solare di riferimento cui corrisponde un'autonoma obbligazione. Trattandosi di imposta dovuta per anno solare e pertanto non frazionabile, in caso di presentazione di denuncia di cessazione nel corso dell'anno, non è dovuto alcun rimborso per il periodo successivo alla data dell'effettiva cessazione.
2. Per le altre fattispecie imponibili, il periodo d'imposta è quello specificato nelle relative disposizioni.
3. Per la pubblicità relativa a periodi inferiori all'anno solare, l'imposta deve essere corrisposta in un'unica soluzione; per la pubblicità annuale l'imposta può essere corrisposta in rate trimestrali anticipate qualora sia di importo superiore a € 1.549,37 (millecinquecentoquarantanove/37).
4. Il pagamento dell'imposta deve essere eseguito mediante versamento sul conto corrente postale intestato al Comune ovvero, in caso di affidamento in concessione, al concessionario.

Art. 33 LIMITI DI ESENZIONE PER I VERSAMENTI DELL'IMPOSTA.

1. I limiti di esenzione per i versamenti dell'imposta sono i seguenti:
 - a. Imposta pubblicità permanente € 10,00
 - b. Imposta pubblicità temporanea € 3,00

Art. 34 RISCOSSIONE COATTIVA

1. Nel caso di riscossione coattiva il relativo titolo esecutivo deve essere notificato al contribuente, a pena di decadenza, entro il 31 dicembre del terzo anno successivo a quello in cui l'accertamento è divenuto definitivo.

Art. 35 RIMBORSI

1. Il contribuente può richiedere il rimborso delle somme versate e non dovute entro il termine di cinque anni dal giorno del versamento ovvero da quello in cui è stato definitivamente accertato il diritto alla restituzione. Il rimborso viene effettuato entro centottanta giorni dalla data di presentazione dell'istanza.

Art. 36 DETERMINAZIONE DELLE TARIFFE

1. Le tariffe dell'imposta sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni sono deliberate entro la data fissata da norme statali per la deliberazione del bilancio di previsione ed entrano in vigore il 1° gennaio dell'anno al quale si riferiscono. Qualora non si siano modificate entro il suddetto termine, si intendono prorogate di anno in anno.

Art. 37 NORMA DI RINVIO

1. Il D.Lgs. 507/93 e successive modifiche e integrazioni disciplina la pubblicità ordinaria (art. 12), la pubblicità effettuata con veicoli (art. 13), la pubblicità effettuata con pannelli luminosi e proiezioni (art. 14), la pubblicità varia (art. 15), le riduzioni e le esenzioni (artt. 16 e 17) le cui disposizioni s'intendono qui riportate come da testo vigente. La suddetta legislazione è integrata dalla normativa regolamentare contenuta nell'articolo seguente.

Art. 38 RIDUZIONI ED ESENZIONI

1. I requisiti soggettivi, di cui alla lettera a) dell'articolo 16 del D.Lgs. 507/93 e successive modifiche e integrazioni, sono autocertificati dal soggetto passivo secondo la normativa vigente. Il funzionario responsabile del tributo provvederà ad effettuare gli opportuni controlli e se necessario invita il soggetto passivo alla presentazione della documentazione necessaria alla verifica dei requisiti.

2. I requisiti oggettivi, di cui alle lettere b) e c) dell'articolo 16 del D.Lgs. 507/93 e successive modifiche e integrazioni, sono, per quanto possibile, verificati direttamente dal funzionario responsabile del tributo attraverso l'esame dei mezzi pubblicitari o dei loro facsimili. Quando ciò non sia possibile o sussistano incertezze in merito alla finalità del messaggio pubblicitario, il soggetto passivo autocertifica la corrispondenza delle finalità delle manifestazioni, festeggiamenti e spettacoli alle norme che danno diritto alla riduzione d'imposta.

CAPO III

II SERVIZIO DELLE PUBBLICHE AFFISSIONI

Art. 39 FINALITA'

1. Il Comune, a mezzo del servizio delle pubbliche affissioni, assicura 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 e di messaggi diffusi nell'esercizio di attività commerciali.
2. I manifesti aventi finalità istituzionali, sociali, comunque prive di finalità economiche sono quelli pubblicati dal Comune e, di norma, quelli per i quali l'affissione è richiesta dai soggetti e per le finalità di cui all'art. 20 e 21 del D.Lgs. 15 novembre 1993 n. 507 e s.m.i..
3. La collocazione degli impianti destinati alle affissioni di cui ai precedenti commi deve essere idonea per assicurare ai cittadini la conoscenza di tutte le informazioni relative all'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 che diffondono messaggi relativi all'esercizio di un'attività economica sono quelli che hanno lo scopo di promuovere la domanda di beni e servizi o che risultano finalizzati a migliorare l'immagine del soggetto pubblicizzato.
5. I manifesti di natura commerciale, la cui affissione viene richiesta direttamente al Comune, sono dallo stesso collocati negli spazi di cui all'art. 16 del presente Regolamento, nei limiti della capienza degli stessi.
6. Su proposta motivata al Responsabile Unico del Procedimento lo stesso può disporre la temporanea deroga, per non più di tre mesi, dei limiti stabiliti per ciascuna classe dall'art. 16. Alla scadenza del periodo di deroga il servizio viene effettuato con le modalità di cui all'art. 16. Qualora nel prosieguo del tempo siano confermate le eccedenze e disponibilità che hanno motivato la deroga, il R.U.P. propone la definitiva modifica della ripartizione degli spazi.

Art. 40 AFFISSIONI, PRENOTAZIONI E REGISTRO CRONOLOGICO

1. L'affissione si intende prenotata dal momento in cui la relativa richiesta, accompagnata dall'attestazione dell'avvenuto pagamento del diritto, perviene all'ufficio comunale preposto o al gestore del servizio in concessione.
2. Le richieste sono iscritte nell'apposito registro, contenente tutte le notizie relative alle stesse, tenuto in ordine cronologico di prenotazione e costantemente aggiornato. Detto registro, tenuto presso l'ufficio affissioni o presso il concessionario del servizio, dovrà essere esibito a chiunque ne faccia richiesta.

Art. 41 CRITERI E MODALITA' PER L'ESPLETAMENTO DEL SERVIZIO.

1. I manifesti devono essere fatti pervenire all'ufficio affissioni o al concessionario del servizio, nell'orario di apertura e a cura del committente, almeno due giorni prima di quello dal quale l'affissione deve avere inizio.
2. I manifesti devono essere accompagnati da una distinta nella quale è indicato l'oggetto del messaggio pubblicitario e:
 - a. per quelli costituiti da un solo foglio, la quantità ed il formato;

- b. per quelli costituiti da più fogli, la quantità dei manifesti, il numero dei fogli dai quali ciascuno è costituito, lo schema di composizione del manifesto con riferimenti numerici progressivi dei singoli fogli.
3. La durata dell'affissione decorre dal giorno in cui essa è stata effettuata in modo completo. Nello stesso giorno, su richiesta del committente, l'ufficio affissioni o il concessionario del servizio mette a disposizione l'elenco delle posizioni utilizzate con l'indicazione dei quantitativi affissi.
4. Su ogni manifesto affisso viene impresso il timbro dell'ufficio comunale, con la data della scadenza prestabilita.
5. 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 richiesta, l'ufficio affissioni o il concessionario del servizio provvede a darne tempestiva comunicazione, per iscritto, al committente.
6. La mancanza di spazi disponibili deve essere comunicata al committente, per iscritto, entro 10 giorni dalla richiesta di affissione, con l'indicazione del periodo nel quale si ritiene che l'affissione possa essere effettuata.
7. Nei casi di cui ai commi 5 e 6 il committente può annullare la commissione con avviso da inviarsi all'ufficio affissioni o al concessionario del servizio entro 10 giorni dal ricevimento delle comunicazioni negli stessi previste. L'annullamento della commissione non comporta oneri a carico del committente, al quale l'ufficio affissioni o il concessionario del servizio 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 affissioni o presso il concessionario del servizio per 30 giorni e possono essere restituiti o inviati ad altra destinazione indicata dal committente, con recupero delle sole spese postali il cui importo viene detratto dal rimborso del diritto.
8. 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 comunale provvede ad avvertire il committente per iscritto. Se entro 5 giorni da tale comunicazione la commissione non viene annullata, l'ufficio affissioni o il concessionario del servizio provvede all'affissione nei termini e per le quantità rese note al committente e dispone entro 30 giorni il rimborso allo stesso dei diritti eccedenti quelli dovuti. I manifesti non affissi restano a disposizione del committente presso l'ufficio per 30 giorni, scaduti i quali saranno inviati al macero, salvo ne venga richiesta la restituzione o l'invio ad altra destinazione, con il recupero delle sole spese postali il cui importo viene detratto dai diritti eccedenti.
9. In tutti i casi in cui compete al committente il rimborso totale o parziale del diritto sulle affissioni, lo stesso, con apposita comunicazione scritta, può autorizzare l'ufficio comunale competente ad effettuare il conguaglio fra l'importo dovuto per le affissioni successivamente richieste e quella per cui spetta il rimborso.
10. L'ufficio affissioni o il concessionario del servizio ha l'obbligo di sostituire gratuitamente i manifesti strappati o comunque deteriorati e qualora non disponga di altri esemplari dei manifesti da sostituire, deve darne immediata comunicazione al committente mantenendo nel frattempo a sua disposizione i relativi spazi.
11. 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 senza altro avviso.
12. Per le affissioni richieste per il giorno in cui è stato consegnato il materiale da affiggere od entro i due giorni successivi, se trattasi di affissioni dal contenuto commerciale, ovvero in ore notturne dalle 20.00 alle ore 7.00 o nei giorni festivi, è dovuta la maggiorazione del 10% del diritto, con un minimo di €. 25,82 per commissione.
13. Presso l'ufficio affissioni o presso il concessionario del servizio devono essere esposti per la pubblica consultazione:
 - a. le tariffe del servizio;
 - b. l'elenco degli spazi destinati alle pubbliche affissioni con indicazione delle categorie alle quali detti spazi appartengono;
 - c. il presente Regolamento;
 - d. il registro cronologico delle commissioni.
14. L'ufficio affissioni o il concessionario del servizio ha l'obbligo di consegnare al committente, al momento del pagamento del diritto dovuto per l'effettuazione del servizio delle pubbliche affissioni, un foglio informativo contenente un estratto del presente regolamento. Detto estratto deve contenere gli articoli di seguito indicati:
 - a. Art. 40 Affissioni, prenotazioni e registro cronologico
 - b. Art. 41 Criteri e modalità per l'espletamento del servizio

- c. Art. 42 Tariffe
- d. Art. 43 Riduzioni
- e. Art. 44 Esenzioni
- f. Art. 45 Sanzioni amministrative

Il sopraccitato foglio informativo, oltre agli articoli sopra elencati, dovrà riportare anche la seguente nota integrativa: "In caso di parziale o totale inadempimento contrattuale da parte del Concessionario del servizio delle pubbliche affissioni, il committente potrà oltre a rivolgersi all'autorità giudiziaria competente segnalare il disservizio al Difensore Civico o all'Amministrazione Comunale".

CAPO IV

DIRITTO SULLE PUBBLICHE AFFISSIONI

Art. 42 TARIFFE

1. Il diritto sulle pubbliche affissioni è dovuto al Comune che provvede alla loro effettuazione, in solido da chi richiede il servizio e da colui nell'interesse del quale esso viene effettuato.
2. Il diritto è comprensivo dell'imposta sulla pubblicità relativa.
3. Il diritto sulle pubbliche affissioni è dovuto per ciascun foglio di dimensioni fino a cm 70x100, nella misura stabilita, per la classe del Comune, dal secondo comma dell'art. 19 del D.Lgs. n.507/93 e s.m.i., indistintamente per i primi 10 giorni e per ogni periodo successivo di 5 giorni o frazione.
4. Per le commissioni inferiori a 50 fogli, il diritto di cui al precedente comma è maggiorato del 50%.
5. Per i manifesti costituiti da 8 e fino a 12 fogli il diritto è maggiorato del 50%; per quelli costituiti da più di 12 fogli è maggiorato del 100%.
6. Le maggiorazioni del diritto, a qualunque titolo previste, sono cumulabili tra loro e si applicano sulla tariffa base.
7. Le eventuali aggiunte ai manifesti già affissi sono soggette al pagamento del diritto corrispondente alla tariffa prevista per i primi 10 giorni.
8. Qualora il committente richieda espressamente che l'affissione avvenga in determinati spazi da lui prescelti, è dovuta una maggiorazione del 100%.

Art. 43 RIDUZIONI

1. La tariffa del diritto, come pure la maggiorazione della tariffa normale del diritto prevista per le località classificate in categoria speciale ai sensi dell'art. 3 del presente Regolamento per il servizio delle pubbliche affissioni, è ridotta alla metà:
 - a. per i manifesti riguardanti in via esclusiva lo Stato e gli enti pubblici territoriali e che non rientrano nei casi per i quali è prevista l'esenzione dell'art. 44 del presente Regolamento;
 - b. per i manifesti di comitati, associazioni, fondazioni, partiti politici e di ogni altro ente che non abbia scopo di lucro;
 - c. per manifesti relativi ad attività politiche, sindacali e di categoria, culturali, sportive, filantropiche e religiose, da chiunque realizzate, con il patrocinio e la partecipazione degli enti pubblici territoriali;
 - d. per i manifesti relativi ai festeggiamenti patriottici, religiosi, a spettacoli viaggianti e di beneficenza;
 - e. per gli annunci mortuari.
2. I requisiti soggettivi, previsti dalla lettera b), sono accertati con le modalità di cui all'art. 38, comma 1, del presente Regolamento.
3. I requisiti oggettivi, previsti dalle lettere c) e d), sono verificati attraverso l'esame di cui all'art. 38, comma 2, del presente Regolamento.
4. Le riduzioni non sono cumulabili. Non si applicano alla misura minima del diritto stabilito, per ogni commissione da effettuarsi d'urgenza, dal comma 12 dell'art. 41.

Art. 44 ESENZIONI

1. Sono esenti dal diritto sulle pubbliche affissioni:
 - a. i manifesti riguardanti le attività e le funzioni istituzionali del Comune, da esso svolte in via esclusiva esposti nell'ambito del proprio territorio;
 - b. manifesti delle autorità militari relative alla chiamata ed ai richiami alle armi;
 - c. i manifesti dello Stato, delle Regioni e delle Province in materia di tributi;
 - d. i manifesti dell'Autorità di Polizia in materia di pubblica sicurezza;
 - e. i manifesti relativi ad adempimenti di legge in materia di referendum, elezioni politiche, elezioni europee, regionali ed amministrative;
 - f. ogni altro manifesto la cui affissione sia obbligatoria per legge;
 - g. i manifesti concernenti corsi scolastici e professionali gratuiti regolarmente autorizzati.
2. Per i manifesti di cui alla lettera a) si fa riferimento alle attività e funzioni che il Comune esercita secondo le leggi statali e regionali, le norme statutarie, le disposizioni regolamentari e quelle che hanno per finalità la cura degli interessi e la promozione dello sviluppo della comunità, ai sensi della legge 267/2000 e s.m.i..
3. Per i manifesti di cui alla lettera f) il soggetto che richiede l'affissione gratuita è tenuto a precisare, in tale richiesta, la disposizione di legge per effetto della quale l'affissione sia obbligatoria.
4. Per l'affissione gratuita dei manifesti di cui alla lettera g) il soggetto richiedente deve allegare alla richiesta copia dei documenti dai quali risulta che i corsi sono gratuiti e regolarmente autorizzati dell'autorità competente.

CAPO V

SANZIONI

Art. 45 SANZIONI AMMINISTRATIVE

1. Le violazioni alle norme del presente regolamento che costituiscono infrazione al Codice della Strada ed al relativo Regolamento di esecuzione ed attuazione, sono punite con le sanzioni amministrative pecuniarie ed accessorie previste dall'art. 23 del Codice della Strada, secondo le modalità di cui al Titolo VI del codice stesso e s.m.i..
2. Per tutte le altre violazioni alle norme del presente regolamento, come anche alle disposizioni legislative riguardanti l'effettuazione della pubblicità e delle disposizioni contenute nei provvedimenti relativi all'installazione degli impianti o all'effettuazione di particolari forme di pubblicità, si applicano le sanzioni di cui all'art. 24 del D.Lgs 507/93 e s.m.i.
3. L'accertamento delle violazioni di cui ai precedenti commi 1 e 2, comporterà, ove sia prevista, la rimozione dell'impianto e l'applicazione delle sanzioni accessorie come disposto dal D.Lgs 507/93 e s.m.i. e dall'art. 23 del Nuovo Codice della Strada e s.m.i.
4. Il termine per la rimozione di cui all'art. 24, comma 2, del D.Lgs 507/93 e s.m.i., è fissato in giorni 15, fatti salvi i casi d'immediato pericolo per la sicurezza delle persone, per i quali il termine è stabilito dall'organo di vigilanza che accerta la violazione ed in conformità a quanto disposto dal Codice Della Strada art. 23 e s.m.i..
5. Se il manifesto abusivo riguarda l'attività dei soggetti di cui all'art. 20 del D.Lgs. 507/93 e s.m.i. il responsabile è colui che è colto materialmente nell'atto di affissione. Non sussiste responsabilità solidale.

CAPO VI

DISPOSIZIONI TRANSITORIE E FINALI

Art. 46 DISPOSIZIONI TRANSITORIE E FINALI

1. Gli impianti a messaggio variabile individuati puntualmente dal Piano Generale degli Impianti saranno concessi mediante gara a evidenza pubblica, bandita entro 18 mesi dalla data di entrata in vigore del presente Regolamento.
2. Tutti i cartelli pubblicitari installati sulle strade di categoria 1 e 2 (vedi allegato B), con autorizzazioni in essere all'entrata in vigore del presente regolamento non più rispondenti alle nuove tipologie, dovranno essere inderogabilmente rimossi entro 30 gg. dalla data di aggiudicazione definitiva della gara che assegnerà i nuovi siti di installazione per i cartelli pubblicitari su queste categorie di strade.
3. Tutti i mezzi pubblicitari installati sulle strade di categoria 3 (vedi allegato B), con autorizzazioni in essere all'entrata in vigore del presente regolamento e non rispondenti alle nuove tipologie (dimensioni, caratteristiche, colori ecc.), entro 6 mesi dall'entrata in vigore del presente regolamento dovranno essere inderogabilmente adeguati, pena la revoca dell'autorizzazione e la rimozione dell'impianto.
4. Per quanto non espressamente previsto dal presente regolamento si applicano le vigenti disposizioni di legge.
5. Sono abrogate le norme regolamentari e gli atti aventi natura regolamentare che risultino in contrasto con quanto disposto dal presente Regolamento.
6. Il presente Regolamento abroga e sostituisce il Regolamento precedentemente adottato dall'ente.
7. Il presente Regolamento entra in vigore alla data di esecutività della delibera di Consiglio Comunale che lo approva, fatta eccezione per il Titolo Secondo Capi I, II, III e IV che riguardano aspetti di natura tributaria che entrano in vigore con il 1° gennaio 2013.