



COMUNE DI CITTA' SANT'ANGELO (PE)

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

- approvato con deliberazione di C.C. n. 29 del 17.07.2008
- modificato con deliberazione C.C. n. 12 del 29.03.2018
- **modificato con deliberazione C.C. n. del**

INDICE

TITOLO I - DISPOSIZIONI GENERALI

- Art. 1. Oggetto
- Art. 2. Ambito di applicazione e tariffe
- Art. 3. Classificazione del Comune – Categoria Speciale
- Art. 4. Gestione del servizio

TITOLO II - IMPOSTA SULLA PUBBLICITÀ

- Art. 5. Soggetto passivo dell'imposta, presupposto dell'imposta e definizione di esercizio di attività economica, di luogo pubblico e di luogo aperto al pubblico
- Art. 6. Obbligo della dichiarazione di imposta
- Art. 7. Casi di omessa dichiarazione
- Art. 8. Autorizzazioni
- Art. 9. Modalità di presentazione di richiesta di autorizzazione
- Art. 10. Rilascio dell'autorizzazione
- Art. 11. Archiviazione istanze
- Art. 12. Durata e rinnovo dell'autorizzazione
- Art. 13. Obblighi del titolare dell'autorizzazione
- Art. 14. Anticipata rimozione dei mezzi pubblicitari
- Art. 15. Decadenza
- Art. 16. Concessioni: presupposti ed iter per l'affidamento
- Art. 17. Ripristino dello stato dei luoghi
- Art. 18. Divieti e limitazioni - prescrizioni
- Art. 19. Pubblicità effettuata in difformità da leggi e regolamenti
- Art. 20. Materiale pubblicitario abusivo
- Art. 21. Pubblicità ordinaria
- Art. 22. Maggiorazioni stagionali delle tariffe
- Art. 23. Riduzioni – esenzioni dell'imposta
- Art. 24. Modalità di applicazione dell'imposta
- Art. 25. Tariffe
- Art. 26. Canoni per l'installazione dei mezzi pubblicitari
- Art. 27. Pagamento dell'imposta
- Art. 28. Rettifica e accertamento d'Ufficio
- Art. 29. Procedimento esecutivo

TITOLO III - IMPIANTI PER LA PUBBLICITÀ E PER LE AFFISSIONI

- Art. 30. Impianti per la pubblicità e per le affissioni
- Art. 31. Criteri generali del Piano Generale degli Impianti
- Art. 32. Definizione di mezzi pubblicitari
- Art. 33. Pubblicità effettuata con veicoli in genere
- Art. 34. Pubblicità effettuata con pannelli luminosi e proiezioni
- Art. 35. Pubblicità varia
- Art. 36. Pubblicità fonica
- Art. 37. Mezzi pubblicitari gonfiabili

TITOLO IV - DIRITTO SULLE PUBBLICHE AFFISSIONI

- Art. 38. Procedura per l'attribuzione di impianti per affissioni dirette
- Art. 39. Soggetto passivo
- Art. 40. Tariffe pubbliche affissioni
- Art. 41. Modalità di applicazione del diritto sulle pubbliche affissioni
- Art. 42. Riduzione ed esenzione dal diritto
- Art. 43. Modalità per le pubbliche affissioni
- Art. 44. Rimborsi
- Art. 45. Sanzioni tributarie e interessi - sanzioni amministrative

TITOLO V - DISPOSIZIONI FINALI

- Art. 46. Funzionario responsabile
- Art. 47. Rinvio ad altre disposizioni
- Art. 48. Rimozione di mezzi pubblicitari o degli impianti per affissioni dirette
- Art. 49. Norme transitorie
- Art. 50. Entrata in vigore.

TITOLO I

Disposizioni Generali

Art. 1. Oggetto

- 1- Il presente Regolamento integra la disciplina dell'applicazione dell'imposta sulla pubblicità e della gestione del servizio delle pubbliche affissioni e del relativo diritto, contenuta nel Decreto Legislativo 15 novembre 1993 n. 507 e, anche mediante rinvio da altri regolamenti comunali, stabilisce le modalità di effettuazione della pubblicità e quant'altro richiesto dall'art. 3, comma 3 del decreto legislativo precisato.
- 2- L'imposta comunale sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni è disciplinata dalle disposizioni contenute negli artt. dal n. 1 al n. 24 e dal n. 35 al n. 37 del citato decreto. Il presente Regolamento oltre a disciplinare l'applicazione e la riscossione dell'imposta e del diritto precitati, nel territorio del Comune di Città Sant'Angelo detta norme tecniche per il collocamento dei mezzi pubblicitari e stabilisce la procedura da seguire per ottenere le relative autorizzazioni.
- 3- Il presente Regolamento abroga tutte le precedenti deliberazioni in materia di regolamento per l'applicazione dell'imposta comunale sulla pubblicità e per l'effettuazione del servizio delle pubbliche affissioni.
- 4- *il REGOLAMENTO COMUNALE PER LA DISCIPLINA DELLA PUBBLICITÀ E DELLE AFFISSIONI E PER L'APPLICAZIONE DELL'IMPOSTA SULLA PUBBLICITÀ E DEL DIRITTO SULLE PUBBLICHE AFFISSIONI*, d'ora in avanti chiamato in breve anche Regolamento della Pubblicità, contiene gli allegati A, B, D, E, strutturati a loro volta nel proprio interno, e sono parti integranti e sostanziali del presente regolamento. Gli stessi potranno subire modifiche ed integrazioni a seconda delle rispettive funzioni, discipline ed eventuali previsioni di adeguamenti e/o aggiornamenti.

A. INDIVIDUAZIONE DELLA CATEGORIA SPECIALE

A.1. Elenco delle vie e delle piazze in "Categoria Speciale"

B. TARIFFE IMPOSTA SULLA PUBBLICITÀ E DIRITTO SULLE PUBBLICHE AFFISSIONI

D. PIANO GENERALE DEGLI IMPIANTI PUBBLICITARI

D.1. Norme tecniche

D.2. Zonizzazione e particolari (D.3-D.4-D.5)

E. PIANO DELLA SEGNALETICA PUBBLICA E PRIVATA

E.1. Regolamento

E.2. Tipologie e simboli dei segnali

E.3. Planimetria di individuazione segnaletica di direzione pubblica generale

E.4. Planimetria di individuazione puntuale dei gruppi segnaletici unitari privati

E.5. schema degli impianti unitari di segnali di direzione privata.

Art. 2. Ambito di applicazione e tariffe

- 1- Agli effetti del presente Regolamento, per "imposta" e per "diritto" s'intendono, rispettivamente, l'imposta comunale sulla pubblicità e il diritto sulle pubbliche affissioni di cui al Decreto citato nell'art. 1 del presente Regolamento.
- 2- Le tariffe dell'imposta e del diritto e le previste maggiorazioni sono applicate nelle misure e deliberate dal Comune di Città Sant'Angelo.

Art. 3. Classificazione del Comune – *Categoria Speciale*

1. Ai fini della determinazione delle tariffe dell'imposta e del diritto, il Comune di Città Sant'Angelo, ai sensi dell'art. 2 del D.Lgs. n. 507/93, è da considerarsi appartenente alla 4° classe, in base alla popolazione residente al 31 dicembre 2003, quale risulta dai dati acquisiti dall'Anagrafe di questo Comune.
2. La lettera b), del comma 1 dell'art. 10, attraverso un intervento modificativo dell'art. 4, comma 1, del D.Lgs. n. 507 del 1993, attribuisce anche ai comuni delle ultime due classi - e cioè a quelli che in base al comma 1 dell'art. 2 del D.Lgs. n. 507 del 1993, hanno fino a 30.000 abitanti - la facoltà di suddividere le località del proprio territorio in due categorie in relazione all'importanza che assumono ai fini pubblicitari. Con tale provvedimento normativo la possibilità che la norma riconosceva ai soli comuni delle prime tre classi è attualmente estesa a tutti i comuni che potranno, perciò, previa individuazione della stessa, applicare alla categoria speciale una maggiorazione fino al 150 per cento della tariffa normale, sia dell'imposta sulla pubblicità che del diritto sulle pubbliche affissioni, sia pure, quest'ultimo, limitatamente alle affissioni di carattere commerciale.
3. Agli effetti dell'applicazione dell'imposta sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni, per quest'ultime limitatamente alle affissioni di tipo commerciale, il territorio del comune di Città Sant'Angelo, in relazione all'importanza delle località dislocazione ed interconnessione con particolari attività economiche, è suddiviso in due categorie: categoria normale e categoria speciale, applicando alla categoria speciale una maggiorazione del 100% della tariffa base. Tale maggiorazione è stabilita al momento della deliberazione delle tariffe sulla pubblicità e pubbliche affissioni.
4. Le località in categoria speciale, la cui superficie complessiva non è superiore al 35% di quella del centro abitato – come delimitato ai sensi dell'art. 4 del D.Lgs. 30.04.1992, n. 285 – sono indicate nell'allegati grafici del Piano degli Impianti Pubblicitari (tavole di zonizzazione di Piano).
5. La dotazione degli impianti installati nelle suddette località non supera il 50% di quella complessiva. (Nota: l'art. 10, comma 1, lett. b) Legge 28.12.2001, n. 448 ha esteso la possibilità di istituire la categoria speciale a tutti i Comuni).
6. rientrano nella categoria normale la restante parte del territorio non definita e compresa nella categoria speciale.

Art. 4. Gestione del servizio

1. Il servizio per l'accertamento e la riscossione dell'imposta sulla pubblicità e la riscossione del diritto sulle pubbliche affissioni è di esclusiva competenza del comunale e potrà essere gestito con le modalità previste dal vigente Regolamento Comunale che disciplina le modalità di entrate tributarie del comune.
2. L'amministrazione Comunale designa il Settore/Ufficio e Funzionario responsabile preposto per l'espletamento sia degli adempimenti amministrativi che dei servizi connessi all'attuazione del presente regolamento, nonché di tutti gli strumenti regolamentanti e gli allegati in esso richiamati.

TITOLO II

Imposta sulla Pubblicità

Art. 5. Soggetto passivo dell'imposta, presupposto dell'imposta e definizione di esercizio di attività economica, di luogo pubblico e di luogo aperto al pubblico

1. Il presupposto dell'imposta, il soggetto passivo, le modalità di pagamento, riduzioni, esenzioni, rettifica e accertamento d'ufficio sono disciplinate dal D.Lgs. 507/93 e successive modificazioni, le cui disposizioni si intendono qui richiamate e sono integrate dalle norme del presente Regolamento.
2. Soggetto passivo dell'imposta sulla pubblicità, tenuto al pagamento in via principale, è colui che dispone di qualsiasi titolo del mezzo attraverso il quale il messaggio pubblicitario viene diffuso. È solitamente obbligato, in via subordinata, al pagamento dell'imposta colui che produce o vende la merce o fornisce i servizi oggetto della pubblicità.
3. La diffusione di messaggi pubblicitari effettuata attraverso forme di comunicazioni visive o acustiche, diverse da quelle assoggettate al diritto sulle pubbliche affissioni, in luoghi pubblici o aperti al pubblico o che sia da tali luoghi percepibile, è soggetta all'imposta sulla pubblicità prevista nel presente Regolamento.
4. Per esercizio di attività economica di cui all'art. 5. comma 2 del D.Lgs. 15/11/1993 n. 507, s'intende lo scambio di beni o la fornitura di servizi effettuati nell'esercizio di imprese o di arti e professioni, nonché qualunque altra attività suscettibile di valutazione economica, anche se esercitata occasionalmente da soggetto che, per natura o statuto, non si prefigge scopo di lucro.
5. Ai fini dell'imposizione si considerano rilevanti i messaggi diffusi nell'esercizio di una attività economica allo scopo di promuovere la domanda di beni e servizi, nell'ambito di una attività avente scopo di lucro, ovvero finalizzata alla realizzazione e/o alla diffusione dell'immagine del soggetto pubblicizzato.
6. Sono altresì rilevanti, agli stessi fini, i messaggi diretti al semplice miglioramento dell'immagine o alla divulgazione del prodotto o del soggetto individuabile nel messaggio.
7. Rientrano nel concetto di pubblicità anche i disegni accompagnati da iscrizioni o diciture, nonché quei fregi atti di per se stessi ad individuare il prodotto di una certa marca o un determinato soggetto esercente un'attività diretta alla produzione di beni o servizi.
8. Non sono invece rilevanti, ai fini dell'imposizione, fregi, decorazioni o qualsiasi altra forma di abbellimento, non identificabili all'attività economica svolta o la ragione sociale della ditta.
9. Per luoghi pubblici si intendono le vie, le piazze, i giardini pubblici e le aree comunque aperte al pubblico passaggio o a cui chiunque può accedere in ogni momento senza limitazioni e condizioni.
10. Per luoghi aperti al pubblico si intendono i locali e le aree che sono destinati a spettacoli pubblici, a pubblici servizi, ad attività commerciali ai quali comunque chiunque può accedere soltanto in certi momenti o adempiendo a speciali condizioni poste da chi sul luogo medesimo esercita un diritto o una podestà.
11. L'imposta si applica altresì agli impianti affissionistici recanti pubblicità effettuata mediante affissioni dirette, anche per conto altrui, di manifesti o simili di cui al comma 3 dell'articolo 12 del D.Lgs. del 15 novembre 1993, n. 507.

Art. 6. Obbligo della dichiarazione di imposta

1. Non costituisce nuova pubblicità il trasferimento da un luogo all'altro del mezzo pubblicitario già tassato.
2. Il soggetto passivo di cui all'art. 5, comma 2 del presente Regolamento è tenuto, prima di iniziare la pubblicità, a presentare al Comune apposita dichiarazione, anche cumulativa, nella quale devono essere indicate le caratteristiche, la durata della pubblicità e l'ubicazione dei mezzi pubblicitari utilizzati.
3. La dichiarazione di cui al comma precedente deve essere presentata su apposito modulo di dichiarazione, compilato in ogni sua parte e deve contenere tutti i dati richiesti dal testo.
4. La dichiarazione deve essere presentata direttamente all'Ufficio Protocollo Generale del Comune di Città Sant'Angelo, il quale ne rilascia ricevuta. Può anche essere spedita tramite posta: in tale caso è da considerarsi tempestiva soltanto se sarà spedita al Comune prima dell'inizio della pubblicità.
5. La dichiarazione deve essere presentata anche nei casi di variazione della pubblicità che comportino la modificazione della superficie esposta e del tipo di pubblicità effettuata con conseguente nuova imposizione; è fatto obbligo al Comune di procedere al conguaglio fra l'importo dovuto in seguito alla nuova dichiarazione e quello pagato per lo stesso periodo.
6. La dichiarazione della pubblicità annuale ha effetto anche per gli anni successivi, purché non si verificino modificazioni degli elementi, cui consegna un diverso ammontare dell'imposta dovuta; tale pubblicità si intende prorogata con il pagamento della relativa imposta effettuata entro il 31 gennaio dall'anno di riferimento, sempre che non venga presentata denuncia di cessazione entro il medesimo termine.

Art. 7. Casi di omessa dichiarazione

1. qualora venga omessa la presentazione della dichiarazione per la pubblicità di cui:
 - a) all'articolo 12 effettuata mediante insegne, cartelli, locandine, targhe, stendardi o qualsiasi altro mezzo non espressamente previsto;
 - b) all'articolo 13 effettuata per conto proprio con veicoli;

c) all'articolo 14, commi 1, 2 e 3 effettuata per conto altrui con insegne, pannelli o 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 visione in forma intermittente, lampeggiante o similare del decreto legislativo 15 novembre 1993, n. 507, la pubblicità si presume effettuata in ogni caso con decorrenza dal primo gennaio dell'anno in cui è stata accertata. In caso di mancata presentazione di denuncia di cessazione, la pubblicità si intende comunque prorogata con decorrenza primo gennaio, salvo l'accertamento dell'avvenuta rimozione del mezzo pubblicitario.

Il soggetto passivo può denunciare la cessazione, la rimozione o la modifica delle caratteristiche della pubblicità anche all'atto del pagamento della scadenza dell'anno di riferimento.

2. Qualora venga omessa la presentazione della dichiarazione per la pubblicità di cui:

a) all'articolo 14:

1) comma 4 – realizzata in luoghi pubblici o parti al pubblico attraverso diapositive, proiezioni luminose o cinematografiche effettuata su schermi o pareti riflettenti;

b) all'articolo 15:

2) comma 1 – effettuata con striscioni o altri mezzi simili, che attraversano strade o piazze;

3) comma 2 – effettuata da aeromobili mediante scritte, striscioni, disegni fumogenici, lancio di oggetti o manifesti;

4) comma 3 – effettuata con palloni frenati e simili;

5) comma 4 – effettuata mediante distribuzione di manifestini o di altro materiale pubblicitario, oppure mediante persone circolanti con cartelli o altri mezzi pubblicitari;

6) comma 5 – effettuata a mezzo di apparecchi amplificatori e simili del decreto legislativo 15 novembre 1993, n. 507, la pubblicità si presume effettuata dal primo giorno del mese in cui è stato effettuato l'accertamento.

Art. 8. Autorizzazioni

1. La installazione di impianti pubblicitari di qualsiasi tipologia, allo scopo di effettuare pubblicità in una delle forme previste dal D.L.vo 507/93, è soggetta alla preventiva autorizzazione da parte dell'Ente proprietario della strada secondo i disposti di cui all' art. 53 del Regolamento di Attuazione del Codice della Strada, anche nel caso in cui la pubblicità che si intende effettuare sia esente dal pagamento dell' imposta.

2. E' altresì soggetta alla preventiva autorizzazione la variazione della pubblicità già effettuata derivante da modifica della ubicazione o del mezzo pubblicitario.

3. Non è soggetta ad autorizzazione preventiva la pubblicità effettuata mediante impianti posti all'interno dei locali preposti alla vendita di beni o alla prestazione di servizi, ad eccezione di ogni forma pubblicitaria posta internamente all' edificio e visibile dall' esterno e su spazi aperti al pubblico.

4. Per tutte le altre forme di pubblicità (pubblicità fonica, esposizione di locandine, cartoncini e simili, effettuate a cura degli interessati), l'autorizzazione verrà rilasciata dal funzionario responsabile del Settore/Ufficio designato dall'Amministrazione previa indicazione sulla domanda, da presentarsi almeno 15 giorni prima del previsto lancio pubblicitario, dei dati identificativi del richiedente e dell'esatto periodo di svolgimento. Per la pubblicità fonica, valgono le limitazioni e i divieti espressamente previsti dal Codice della Strada. Per la stessa dovrà inoltre essere indicato il testo del messaggio che dovrà essere diffuso, se in sede fissa dovrà essere indicato il luogo di effettuazione, se con autoveicoli dovranno essere indicati gli stremi degli autoveicoli.

5. L'installazione di impianti pubblicitari effettuata lungo le sedi ferroviarie, quando siano visibili dalle strade comunali, deve ottenere il nulla-osta comunale e l'autorizzazione della Società Ferrovie dello Stato.

6. Le autorizzazioni sono comunque rilasciate facendo salvi eventuali diritti dei terzi.

Art. 9. Modalità di presentazione di richiesta di autorizzazione

1. Chiunque intenda installare nel territorio comunale, anche temporaneamente, impianti pubblicitari, ovvero richieda la variazione di quelli già installati, deve presentare la richiesta di autorizzazione all' installazione di mezzi pubblicitari al Settore/Ufficio designato dall'Amministrazione comunale in tre copie di cui una in carta legale, con i dati anagrafici, il codice fiscale o eventuale partita IVA del richiedente persona fisica o Società, indicando:

_ l'indirizzo esatto del luogo ove si intende installare l'impianto e l'indicazione della zona di Piano.

_ la tipologia dei manufatti pubblicitari ed i relativi quantitativi in ottemperanza alle norme tecniche.

2. Per quanto non espresso dal Regolamento in materia di autorizzazione e procedure attinenti al rilascio, archiviazione, rinnovo e decadenza, obblighi del titolare dell'autorizzazione, rimozione dei mezzi pubblicitari, competenze autorizzative, valgono le disposizioni contenute nell'allegato Piano Generale degli Impianti Pubblicitari.

3. La richiesta di autorizzazione all' installazione di mezzi pubblicitari deve essere inoltre formulata come previsto dal Piano generale degli Impianti al capitolo relativo.

Art. 10. Rilascio dell'autorizzazione

1. L'autorizzazione è rilasciata dal Settore/Ufficio preposto dall'ente comune, entro sessanta giorni dalla data di presentazione della relativa richiesta e previo l'accertamento di conformità, nel rispetto della normativa di Piano Generale degli Impianti.

2. I termini di cui sopra rimangono sospesi nel caso in cui la domanda non sia corredata della documentazione richiesta all' articolo precedente ovvero nel caso in cui l'Amministrazione Comunale ritenga dover acquisire ulteriore documentazione che dovrà essere prodotta entro i termini indicati nella richiesta di integrazione. In caso di mancato ricevimento entro tale termine la domanda si intende respinta.

3. L' autorizzazione costituisce soltanto una presunzione di conformità alle leggi e ai regolamenti vigenti e non esonera il titolare dall'obbligo di rispettare dette leggi e regolamenti ed ogni eventuale diritto di terzi, né lo esime dall' acquisizione delle autorizzazioni di competenza di altre autorità o Enti.

4. Per gli impianti posti sul suolo pubblico di proprietà del Comune di Città Sant'Angelo l'autorizzazione verrà rilasciata previa produzione di apposita polizza fideiussoria, valutata in base all'entità dell'intervento proposto, a garanzia sia della regolare esecuzione dei lavori di installazione su proprietà comunale, che per quanto previsto dai successivi articoli del presente Regolamento.

5. Ogni autorizzazione rilasciata è subordinata al pagamento dell'imposta sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni e del canone per l'installazione su aree e pertinenze del comune, nei casi, modalità, esenzioni e riduzioni previsti dal presente regolamento.

Art. 11. Archiviazione istanze

1. Qualora le istanze presentate non siano corredate dai documenti previsti e il richiedente non provveda alla loro regolarizzazione nel termine assegnatoli, le stesse non saranno sottoposte all'esame di merito e saranno archiviate.

2. Della avvenuta archiviazione dovrà essere data comunicazione agli interessati e, se richiesti, dovranno essere restituiti gli eventuali documenti o allegati all'istanza.

Art. 12. Durata e rinnovo dell'autorizzazione.

1. L'autorizzazione all'installazione di cartelli o altri mezzi pubblicitari ha una validità di anni tre, ai sensi dell'art. 53 comma 6 del Regolamento del Codice della Strada.

2. L'autorizzazione è rinnovabile a condizione che la richiesta, da prodursi almeno sessanta giorni prima della scadenza naturale, provenga dal medesimo soggetto intestatario dell'atto e che non siano state apportate modifiche al mezzo pubblicitario.

3. L'autorizzazione non si intende rinnovata in caso di mancato rispetto delle condizioni di cui al comma precedente.

4. Entro lo stesso termine deve essere comunicato al richiedente l'eventuale diniego motivato.

5. Nei casi in cui l'autorizzazione rilasciata risulti scaduta, ma la richiesta di rinnovo della stessa non sia stata inoltrata nei termini di cui al precedente punto 2, può essere presentata istanza di regolarizzazione dell'impianto pubblicitario, correlata alla precedente istanza scaduta in termini di elaborati tecnici progettuali, Nulla Osta di altri Enti ed eventuali altri documenti ritenuti necessari, a condizione che il titolare dell'autorizzazione scaduta dimostri di aver regolarmente pagato l'imposta comunale e/o il canone concessorio in modo continuativo e di non aver apportato alcuna modifica al mezzo pubblicitario precedentemente autorizzato; sempreché il mezzo pubblicitario risulti conforme al Piano Comunale sulla Pubblicità, ne vengano certificate ed attestate la stabilità della struttura, sia nel complesso che nei singoli elementi, la resistenza alla spinta del vento ed al carico della neve;

6. Nei casi in cui venga accertata, dal competente personale di polizia municipale, l'installazione di un mezzo pubblicitario sprovvisto di autorizzazione, ma il soggetto titolare dello stesso abbia, comunque, provveduto al pagamento dell'imposta comunale e/o del canone concessorio in modo continuativo, va presentata istanza di regolarizzazione dell'impianto pubblicitario abusivo, sempreché il mezzo pubblicitario risulti conforme al Piano Comunale sulla Pubblicità, sia provvisto di eventuali Nulla Osta di altri Enti e ne vengano certificate ed attestate la stabilità della struttura, sia nel complesso che nei singoli elementi, la resistenza alla spinta del vento ed al carico della neve e previo versamento delle sanzioni di cui all'art. 23 del D.Lgs n. 285/1992 e ss.mm.ii. (C.D.S.);

7. Nei casi in cui il soggetto responsabile dell'installazione di un mezzo pubblicitario sprovvisto autorizzazione, abbia intenzione di regolarizzarlo, può essere presentata istanza di regolarizzazione dell'impianto pubblicitario abusivo, sempreché il mezzo pubblicitario risulti conforme al Piano Comunale sulla Pubblicità, sia provvisto di eventuali Nulla Osta di altri Enti e ne vengano certificate ed attestate la stabilità della struttura, sia nel complesso che nei singoli elementi, la resistenza alla spinta del vento ed al carico della neve e previo versamento della sanzione tributaria dovuta ai sensi dell'art. 23 del D.Lgs. 507/93 e delle sanzioni di cui all'art. 23 del D.Lgs n. 285/1992 e ss.mm.ii. (C.D.S.);

Art. 13. Obblighi del titolare dell'autorizzazione

1. L'installazione del mezzo pubblicitario deve avvenire, a pena di decadenza, entro il termine di novanta giorni dalla data dal rilascio dell'autorizzazione.

2. Il titolare dell'autorizzazione ha l'obbligo di:

_ verificare periodicamente il buono stato dell'impianto pubblicitario;

_ effettuare tutti gli interventi necessari per il mantenimento delle condizioni di sicurezza;

_ adempiere nei termini prescritti a tutte le disposizioni impartite dal Comune, sia al momento del rilascio della autorizzazione sia successivamente, a seguito di intervenute e motivate esigenze;

_ provvedere alla rimozione in caso di scadenza, decadenza o revoca dell'autorizzazione, ovvero a seguito di motivata richiesta da parte del Comune o in caso di insussistenza delle condizioni di sicurezza previste all'atto dell'installazione;

_ fissare all'impianto apposita targhetta metallica di identificazione ai sensi dell'art. 55 DPR 495/92. Tale targhetta dovrà esser sostituita ad ogni rinnovo dell'autorizzazione e ogniqualvolta intervenga una variazione di uno dei dati su di essa riportati.

Art. 14. Anticipata rimozione dei mezzi pubblicitari

1. In caso di rimozione dei mezzi pubblicitari ordinata dal Comune prima della scadenza delle autorizzazioni, il titolare avrà diritto al solo rimborso della quota di imposta corrispondente al periodo di mancato godimento, escluso ogni altro rimborso, compenso o indennità.

2. In tal caso l'interessato dovrà provvedere a rimuovere l'impianto entro 15 gg. dalla data di notifica del provvedimento di rimozione. La rimozione stessa dovrà comprendere gli eventuali sostegni, telai, appoggi o pali.

3. Qualora non si ottemperi all'ordine di rimozione, l'impianto verrà considerato abusivo ad ogni effetto.

4. Sull'inottemperanza vi provvederà il settore di Polizia Municipale a spese dell'inadempiente, con incameramento della polizza fideiussoria e recupero di tutte le spese sostenute, debitamente documentate.

Art. 15. Decadenza

1. Costituiscono causa generale di decadenza dall'autorizzazione:
 - la mancata osservanza delle condizioni alle quali fu subordinata l'autorizzazione;
 - la mancata realizzazione dell'opera entro novanta giorni dalla notifica dell'autorizzazione.
2. Nei soli casi in cui il titolare dell'autorizzazione coincide con il soggetto titolare dell'attività pubblicizzata, costituiscono altresì causa di decadenza dall'autorizzazione:
 - la cessazione o il trasferimento dell'attività pubblicizzata;
 - l'annullamento o la revoca, l'inesistenza o l'irregolarità dell'autorizzazione all'esercizio dell'attività;
 - la non rispondenza del messaggio pubblicitario autorizzato alle attività a cui esso si riferisce.

Art. 16 - Concessioni: presupposti ed iter per l'affidamento

1. L'Amministrazione Comunale può concedere a soggetti privati la possibilità di collocare sul territorio comunale, su beni di proprietà comunale o dati in godimento al Comune impianti pubblicitari.
2. L'Amministrazione Comunale individuerà i soggetti privati mediante lo svolgimento di apposita procedura di gara di appalto, ai sensi del D.Lgs n. 50/2016 e ss.mm.ii..
3. Il Comune può adottare il metodo della assegnazione per lotti e fissa i criteri per la composizione dei lotti stessi in base a principi di funzionalità ed economicità.
4. Alle stesse norme è soggetta la pubblicità effettuata negli impianti sportivi di proprietà comunale gestiti direttamente dal Comune.
5. È riservato al Settore/Ufficio designato dall'Amministrazione comunale l'articolazione discrezionale e le procedure previste dal presente articolo sulla base degli indirizzi formali forniti dall'Amministrazione stessa.
6. Nel rispetto della normativa di Piano Generale degli Impianti, la scelta delle tipologie, le modalità di inserimento puntuale sul territorio e dei servizi connessi all'affidamento in concessione della pubblicità e dei relativi impianti permanenti, del servizio delle affissioni e relativi impianti, della pubblicità temporanea, potranno essere stabiliti dal Settore/Ufficio comunale competente successivamente all'approvazione del presente regolamento. Strumenti esecutivi di pianificazione e gestione della Pubblicità potranno essere redatti dagli uffici competenti in materia, avvalendosi, eventualmente, della partecipazione delle associazioni di categoria e società di pubblicità nelle modalità previste dalle leggi in materia. Le procedure amministrative occorrenti, nonché gli atti relativi per l'affidamento in concessione della pubblicità e del servizio affissioni pubbliche e dirette, dovranno essere definite prima dell'avvio di ogni procedura per l'affidamento di servizi in concessione della pubblicità e del servizio delle pubbliche affissioni.
7. Tutti gli adempimenti gestionali ed amministrativi inerenti le tipologie di pubblicità richiamati dal presente regolamento possono essere soggetti ad affidamento in concessione.
8. Qualora l'Amministrazione intenda procedere all'assegnazione per lotti, sia per gli impianti pubblicitari permanenti e che per le affissioni, la loro composizione viene stabilita in base a criteri di funzionalità ed economicità. Per evitare possibilità di concentrazioni delle concessioni, non è consentito che il medesimo soggetto superi il limite di una assegnazione.
9. La concessione comporta il pagamento di un canone concessorio, nella misura risultante dal verbale di aggiudicazione della gara d'appalto, nonché il pagamento dell'Imposta Comunale sulla Pubblicità (I.C.P.) e della T.O.S.A.P.;
10. Se stabilito nelle procedure amministrative previste per l'affidamento di un determinato servizio, il pagamento del canone potrà essere corrisposto anche attraverso lo svolgimento di prestazioni di servizi di manodopera attinenti al contesto urbano su cui insistono gli impianti pubblicitari, e comunque per le aree definite nelle procedure predette, sempre nel rispetto dei prezziari e quantità stabiliti dalla stazione affidataria del servizio in concessione.
11. La concessione è disciplinata da una apposita convenzione, nella quale dovranno essere precisati il numero e l'ubicazione degli impianti da installare, la durata della concessione ed il relativo canone annuo dovuto al Comune, nonché tutte le altre condizioni necessarie per un corretto rapporto, come le spese, le modalità e i tempi di installazione, la manutenzione, le responsabilità per eventuali danni, il rinnovo o la revoca della concessione, la cauzione e simili.
12. La concessione ha durata massima di sei anni.
13. L'Amministrazione comunale può disporre la rimozione anticipata dei mezzi pubblicitari installati, in presenza di ragioni di pubblico interesse. La rimozione viene disposta con ordinanza motivata. La rimozione dovrà essere effettuata, entro la data che sarà precisata nell'ordine di rimozione, a cura e spese del titolare del mezzo, il quale dovrà rimuovere anche eventuali sostegni o supporti e provvedere al ripristino alla forma preesistente della sede del manufatto. Qualora l'interessato non ottemperi all'ordine di rimozione nei modi e nei termini stabiliti, l'impianto pubblicitario sarà considerato abusivo.

Art. 17. Ripristino dello stato dei luoghi

1. Allo scadere dell'autorizzazione o in caso di rimozione anticipata o di rimozione di impianti abusivi o non conformi al presente regolamento è fatto obbligo al titolare dell'autorizzazione o al responsabile della collocazione di ripristinare le cose ed i luoghi che abbiano subito alterazioni per effetto dell'installazione dell'impianto ai sensi dell'art. 23 del vigente Codice della Strada.
2. In caso di inottemperanza vi provvederà il Settore Polizia Municipale a spese dell'inadempiente, nei termini di quanto previsto dall'art.14 del Regolamento.

Art. 18. Divieti e limitazioni - prescrizioni

1. Oltre ai divieti, limitazioni e prescrizioni contenuti dal Regolamento, valgono i divieti, limitazioni, prescrizioni specificati nel Piano Generale degli Impianti, allegato D al presente regolamento.
2. E' altresì vietata in tutto il territorio comunale la pubblicità effettuata mediante lancio di volantini od oggetti da velivoli o veicoli.
3. La pubblicità a mezzo di aeromobili è consentita in occasione di manifestazioni sportive e solo nei luoghi, e le loro adiacenze, ove si svolgono le stesse. In altre occasioni e soltanto in casi eccezionali, oltre che autorizzata, dovrà essere disciplinata dall'Amministrazione Comunale. Se specificata dal Piano, potrà essere impiegata nei modi in esso indicati.

4. E' vietata la pubblicità effettuata mediante la sosta dei veicoli di cui agli artt. 54, comma 1, lett. g) e 56, comma 2, lett. d) del D.Lgs. 285/92 e artt. 203, comma 2, lettera q) e 204, comma 2 lettera s) del D.P.R. n.495/92. Su detti veicoli in sosta la pubblicità dovrà essere rimossa ovvero coperta in modo tale che sia privata di efficacia.

Art. 19. Pubblicità effettuata in difformità da leggi e regolamenti

1. Il pagamento dell'imposta comunale sulla pubblicità si legittima per il solo fatto che la pubblicità stessa venga comunque effettuata, anche se in difformità da legge o regolamenti.
2. L' avvenuto pagamento dell'imposta non esime l'interessato dall' obbligo di premunirsi di tutti i permessi, autorizzazioni o concessioni, relativi all' effettuazione della pubblicità, qualunque sia la manifestazione pubblicitaria.
3. Il Comune nell' esercizio del potere di controllo può provvedere in qualsiasi momento a far rimuovere il materiale abusivo con le modalità indicate nel successivo articolo.

Art. 20. Materiale pubblicitario abusivo

1. Sono considerate abusive le varie forme di pubblicità esposte senza la prescritta autorizzazione preventiva, ovvero risultanti non conformi alle condizioni stabilite dalla autorizzazione per forma, contenuto, dimensioni, sistemazione e ubicazione, nonché le affissioni eseguite fuori dai luoghi a ciò destinati ed approvati dal Comune.
2. Similmente è considerata abusiva ogni variazione non autorizzata, apportata alla pubblicità in opera.
3. Sono altresì considerate abusive le pubblicità e le affissioni per le quali siano state omesse le prescritte dichiarazioni e i dovuti pagamenti.
4. La pubblicità e le affissioni abusive ai sensi dei precedenti commi sono eliminate o rimosse a cura dei responsabili che dovranno provvedervi entro il termine massimo di 10 giorni, in caso di inadempienza, vi provvede il Comune con addebito ai responsabili stessi, previa contestazione delle relative infrazioni e delle spese sostenute per la rimozione o cancellazione.
5. Nel caso di esposizione di materiale pubblicitario abusivo, di cui al presente articolo, si applicano, oltre alle sanzioni amministrative, anche quelle tributarie. Ciò vale anche nel caso in cui alla regolare denuncia di cessazione non consegua l'effettiva rimozione del mezzo pubblicitario entro il termine prescritto.
6. E' altresì applicabile quanto disposto dai commi 3 e 4 dell'art. 24 del D.Lgs. 507/1993.

Art. 21. Pubblicità ordinaria

1. la pubblicità ordinaria effettuata mediante insegne – cartelli – locandine – targhe – stendardi o qualsiasi altro mezzo, è soggetta alla tariffa per ogni metro quadrato di superficie e per anno solare.
2. Per le fattispecie pubblicitarie di cui al comma 1 che abbiano durata non superiore a tre mesi si applica per ogni mese o frazione una tariffa pari ad un decimo di quella ivi prevista.
3. per la pubblicità effettuata mediante affissioni dirette, anche per conto altrui, di manifesti e simili su apposite strutture adibite alla esposizione di tali mezzi, si applica l'imposta in base alla superficie complessiva degli impianti nella misura e con le modalità previste dal comma 1.
4. l'imposta è maggiorata del 50% per superfici comprese tra metri quadrati 5,5 e 8,5; per le superfici superiori a mq 8,5 l'imposta è maggiorata del 100%.

Art. 22. Maggiorazioni stagionali delle tariffe

1. Agli effetti dell'applicazione dell'imposta sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni, considerati gli indici delle presenze alberghiere dai quali si denota una rilevante presenza turistica nei mesi di gennaio, luglio, agosto e dicembre, le rispettive tariffe sono maggiorate, nei predetti mesi, del 50 per cento, come previsto dall'articolo 3, comma 6, del D.Lgs. n. 507/93.
2. Le maggiorazioni sono applicate sulla pubblicità ordinaria di cui agli articoli 12 comma 2, 14 commi 2,3,4 e 5 e dell'articolo 15 del decreto legislativo 15 novembre 1993, n. 507.

Art. 23. Riduzioni – esenzioni dell'imposta

1. Le riduzioni dell'imposta e le esenzioni della stessa sono disciplinate rispettivamente dagli articoli 16 e 17 del D.Lgs. 507/93.
2. Laddove le insegne di esercizio vengano parzialmente e temporaneamente nascoste da cantieri edili, le insegne provvisorie indicanti gli esercizi coperti poste sui ponteggi o sulle recinzioni sono esentate dal pagamento dell'imposta limitatamente alla superficie dell'insegna coperta. Qualora l'esercizio non fosse contraddistinto da alcuna insegna, l'esenzione si applica ad una superficie complessiva fino a 5 metri quadrati.
3. La tariffa dell'imposta è ridotta alla metà:
 - a. Per la pubblicità effettuata da comitati, associazioni, fondazioni ed ogni altro ente che non abbia scopo di lucro;
 - b. Per la pubblicità relativa a manifestazioni politiche, sindacali e di categoria, culturali, sportive, filantropiche e religiose, da chiunque realizzate, con il patrocinio o la partecipazione degli enti pubblici territoriali;
 - c. Per la pubblicità relativa a festeggiamenti patriottici, religiosi, a spettacoli viaggianti e di beneficenza.
4. Sono esenti dall'imposta:
 - a. La pubblicità realizzata all'interno dei locali adibiti alla vendita di beni o alla prestazione di servizi quando si riferisca all'attività negli stessi esercitata, nonché i mezzi pubblicitari, ad eccezione delle insegne, esposti nelle vetrine e sulle porte di ingresso dei locali medesimi purché siano attinenti all'attività in essi esercitata e non superino, nel loro insieme, la superficie complessiva di mezzo metro quadrato per ciascuna vetrina o ingresso;
 - b. Gli avvisi al pubblico esposti nelle vetrine o sulle porte di ingresso dei locali, o in mancanza nelle immediate adiacenze del punto di vendita, relativi all'attività svolta, nonché quelli riguardanti la localizzazione e l'utilizzazione dei servizi di pubblica utilità, che non superino la superficie di mezzo metro quadrato e quelli riguardanti la locazione o la compravendita degli immobili sui quali sono affissi, di superficie non superiore ad un quarto di metro quadrato;
 - c. La pubblicità comunque effettuata all'interno, sulle facciate esterne o sulle recinzioni dei locali di pubblico

spettacolo qualora si riferisca alle rappresentazioni in programmazione;

d. La pubblicità, escluse le insegne, relative ai giornali ed alle pubblicazioni periodiche, se esposta sulle sole facciate esterne delle edicole o nelle vetrine o sulle porte di ingresso dei negozi ove si effettua la vendita;

e. La pubblicità esposta all'interno delle stazioni dei servizi di trasporto pubblico di ogni genere inerente l'attività esercitata dall'impresa di trasporto, nonché le tabelle esposte all'esterno delle stazioni stesse o lungo l'itinerario di viaggio, per la parte dove contengano informazioni relative alle modalità di effettuazione del servizio;

f. La pubblicità esposta all'interno delle vetture ferroviarie, degli aerei e delle navi, ad eccezione dei battelli.

g. La pubblicità comunque effettuata in via esclusiva dello Stato e dagli enti pubblici territoriali;

h. Le insegne, le targhe e simili apposte per l'individuazione delle sedi di comitati, associazioni, fondazioni ed ogni altro che non persegua scopo di lucro;

i. Le insegne, le targhe e simili la cui esposizione sia obbligatoria per disposizione di legge o di regolamento sempre che le dimensioni del mezzo usato, qualora non espressamente stabilite, non superino il mezzo metro quadrato di superficie.

j. La pubblicità di associazioni e società sportive dilettantistiche nel rispetto del comma 128 dell'art. 1 della Finanziaria 2006 che stabilisce testualmente: "La disposizione di cui al comma 11-bis dell'articolo 90 della legge 27 dicembre 2002, n. 289, si interpreta nel senso che la pubblicità, in qualunque modo realizzata dai soggetti di cui al comma 1, rivolta all'interno degli impianti dagli stessi utilizzati per manifestazioni sportive dilettantistiche con capienza inferiore ai tremila posti, è esente dall'imposta sulla pubblicità di cui al Capo I del decreto legislativo 15 novembre 1993, n. 507".

Art. 24. Modalità di applicazione dell'imposta

1. Costituiscono separati e autonomi mezzi pubblicitari i riquadri installati in un unico pannello e indicanti ciascuno messaggi diversi, nonché le insegne e frecce segnaletiche riguardanti soggetti diversi, collocate su un unico mezzo di supporto e gli altri mezzi similari.

2. Ai fini della commisurazione della superficie complessiva dei mezzi polifacciali adibita alla pubblicità, intendendosi per tali quelli che hanno più di due facce, rilevano tutte le facce che compongano tali mezzi, anche se esse riproducono lo stesso messaggio pubblicitario.

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

4. E' considerata unico mezzo pubblicitario di cui all'art. 7 comma 5 del D.Lgs. n. 507/93 e, come tale, da assoggettare all'imposta in base alla superficie della minima figura piana geometrica che la comprende, anche l'iscrizione pubblicitaria costituita da separate lettere applicate a notevole distanza le une dalle altre, oppure costituite da più moduli componibili, od anche i festoni di bandierine e simili nonché i mezzi di identico contenuto, ovvero riferibili al medesimo soggetto passivo, collocati in connessione tra loro.

5. Per il mezzo pubblicitario avente una dimensione volumetrica, o che comunque la sua forma è tale da non poter essere contenuta in un'unica figura piana geometrica, per il calcolo della superficie si procede alla scomposizione di tale mezzo nelle varie figure geometriche regolari che insieme lo contengono, sommando poi le rispettive superfici.

6. Per le insegne di esercizio di superficie complessiva superiore ai 5 metri quadrati dall'imposta totale dovuta, comprensiva delle necessarie maggiorazioni, viene sottratta l'imposta dovuta per metri quadrati 5 di pubblicità ordinaria determinata ai sensi dell'art. 12 del D.Lgs. 507 del 1993 e successive modifiche.

7. Ai fini della commisurazione della superficie, le fasce contornanti le vetrine e contenenti scritte o marchi, verranno conteggiate nella loro reale dimensione, mentre le stesse, contenenti scritte o marchi anche all'interno, verranno conteggiate assieme alla superficie racchiusa in esse.

8. Le superfici inferiori ad un metro quadrato si arrotondano per eccesso al metro quadrato e le frazioni di esso, oltre al primo, a mezzo metro quadrato.

9. L'imposta non viene pagata per superfici inferiori a duecento centimetri quadrati.

10. Gli impianti di pubblicità o propaganda (cartello di cantiere) con superficie maggiore ad un metro quadrato, si applica interamente l'imposta e quant'altro occorrente, specificando che lo stesso potrà avere durata temporanea, legata al periodo di validità dei permessi edilizi rilasciati dall'ente; dopo tale termine sono da considerarsi abusivi ad ogni effetto di legge.

Art. 25. Tariffe

1. Le tariffe dell'imposta sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni sono deliberate entro i termini fissati dalla normativa vigente. In deroga all'art. 3 della legge 27 luglio 2000, n.212, le tariffe dell'imposta della pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni sono deliberate entro il 31 marzo di ogni anno e si applicano a decorrere dal 1° gennaio del medesimo anno; in caso di mancata adozione, si intendono prorogate le tariffe già approvate.

2. In caso di mancata adozione della deliberazione di cui al precedente comma, e tariffe dell'imposta sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni si intendono prorogate di anno in anno.

3. Qualora la pubblicità ordinaria effettuata mediante insegne, locandine, targhe, standardi ecc., nonché quella con veicoli, venga effettuata in forma luminosa o illuminata, la relativa tariffa di imposta è maggiorata del 100 per cento.

4. Il prospetto tariffario deve essere esposto nell'ufficio a cui è affidato il servizio sulla pubblicità e pubbliche affissioni in modo che possa essere facilmente consultato da chi vi abbia interesse.

5. Il soggetto riscuotente è obbligato a riportare sull'avviso di pagamento e attraverso comunicazioni opportune la possibilità di dilazionare l'importo in rate trimestrali senza interessi per cifre superiori a euro 2.500,00.

6. l'allegato B al presente regolamento individua le tariffe dell'imposta sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni.

Art. 26 – TOSAP su impianti pubblicitari

Gli impianti pubblicitari installati sul suolo pubblico sono soggetti al pagamento della tassa per l'occupazione di suolo pubblico (TOSAP) nelle misure e con le modalità previste nell'apposito regolamento comunale.

La superficie da tassare degli impianti pubblicitari si determina moltiplicando la proiezione a terra dell'impianto per la profondità di un metro lineare "convenzionale", con arrotondamento all'unità superiore della cifra contenente i decimali.

Nel caso in cui la profondità dell'impianto sia superiore al metro, ai fini del calcolo della superficie tassabile, sarà presa in considerazione la misura effettiva, con arrotondamento all'unità superiore della cifra contenente i decimali.

Art. 27. Pagamento dell'imposta

1. L'attestazione del pagamento dell'imposta, effettuato a titolo di tacita proroga della pubblicità annuale, deve essere conservata dal contribuente per almeno tre anni ed essere esibita a richiesta dal Comune.
2. Il contribuente è tenuto a comunicare al Comune di Città Sant'Angelo l'intendimento di voler corrispondere l'imposta, ricorrendone le condizioni, in rate trimestrali anticipate. Il ritardato o il mancato pagamento di una sola rata fa decadere il diritto del contribuente al pagamento rateale.
3. per quanto concerne l'applicazione di eventuali canoni di locazione o di concessione, si farà riferimento alle disposizioni contenute nei relativi regolamenti Comunali.

Art. 28. Rettifica e accertamento d'Ufficio

1. Per le attività di rettifica e di accertamento d'ufficio si rinvia all'art. 10 del D.Lgs. 507/93 e successive modifiche.

Art. 29. Procedimento esecutivo

1. L'imposta dovuta a seguito di dichiarazione o accertamento e non corrisposta nei tempi e nei modi prescritti dal presente Regolamento viene riscossa coattivamente con il procedimento di cui al D.P.R. 20/01/1988 n. 43 e successive modificazioni ed integrazioni. Il relativo ruolo deve essere formato e reso esecutivo entro il 31 dicembre dell'anno successivo a quello in cui l'avviso di accertamento o di rettifica è stato notificato, ovvero, in caso di sospensione della riscossione, entro il 31 dicembre dell'anno successivo a quello di scadenza del periodo di sospensione.
2. In alternativa alla procedura di cui al comma 1, si potrà procedere al recupero del dovuto tramite ingiunzione fiscale ai sensi dell'art. 32, comma 6 del D.Lgs. 446/1997.

TITOLO III IMPIANTI PER LA PUBBLICITÀ E PER LE AFFISSIONI

Art. 30. Impianti per la pubblicità e per le affissioni

1. Agli effetti del presente Capo, s'intendono impianti pubblicitari non solo quelli come tali definiti nell'art. 47, comma 8, del D.P.R. 16 dicembre 1992, n. 495 e successive modificazioni ed integrazioni, ("Regolamento di esecuzione e di attuazione del nuovo codice della strada") ma anche tutti i restanti mezzi comunque utilizzati per l'effettuazione della pubblicità.
2. i mezzi pubblicitari di cui al precedente comma sono così suddivisi:
 - Cartelli pubblicitari;
 - Impianti di affissione pubblica o diretta;
 - Altri mezzi di pubblicità e propaganda;
3. per cartelli pubblicitari a carattere permanente si intendono i manufatti supportati da idonea struttura di sostegno, con una sola o entrambe le facciate realizzate con pannello serigrafato o similare, finalizzate alla diffusione di messaggi pubblicitari o propagandistici, diversi da quelli destinati ad affissione pubblica e diretta. Rientrano in questa definizione i mezzi con messaggio pubblicitario prevalentemente di tipo commerciale che non comportano l'affissione di manifesti, riservati ad un solo emittente del messaggio pubblicitario, installati su spazi pubblici o privati che non sono sede o pertinenza accessoria dell'attività oggetto della pubblicità. In ragione del carattere di non temporaneità del messaggio, lo stesso non può essere sostituito per un periodo inferiore a tre mesi.
4. le insegne di esercizio non rientrano nella definizione delle quantità degli impianti e mezzi pubblicitari a carattere permanente.
5. Al momento dell'approvazione del presente regolamento, considerata la quantità irrisoria degli spazi esistenti adibiti per le pubbliche affissioni nonché della scarsissima presenza di impianti pubblicitari autorizzati in precedenza, l'Amministrazione comunale fissa in mq. 2000 la superficie complessiva per gli spazi da destinare alle pubbliche affissioni.
6. La superficie complessiva degli impianti e mezzi pubblicitari per pubblicità permanente, esclusi gli impianti di affissione pubblica o diretta, le insegne di esercizio, la pubblicità esterna temporanea, la pubblicità di cui alla segnaletica di direzione privata e gli impianti specificati dal Piano Generale degli Impianti Pubblicitari (chiamato d'ora in avanti anche "Piano"), non potrà essere superiore a 400 metri quadrati, specificati nell'utilizzo e loro impiego sul territorio comunale dal Piano.
7. La superficie complessiva degli impianti destinati alle pubbliche affissioni, rapportata alla popolazione residente di circa 13.554 abitanti, non deve essere inferiore a 162 metri quadrati (art. 18, comma 3 D.Lgs. 507/93, ovvero 12 mq per ogni 1000 abitanti) distribuiti opportunamente fra i vari mezzi pubblicitari (standards bifacciali, tabelle monofacciali, poster ecc.), né superiore a metri quadri 2000, rispettando comunque la più soddisfacente offerta del servizio; la superficie degli impianti installati è destinata per il 15% alle affissioni di natura istituzionale, sociale o comunque priva di rilevanza economica, per l'ulteriore 85% alle affissioni di natura commerciale, e per un ultimo 50% delle affissioni commerciali da destinare alle affissioni dirette:
 - a) per affissione diretta si intendono le affissioni di manifesti e simili effettuate per conto altrui direttamente da soggetti privati, diversi dal Comune:
 - 850 mq affissione diretta (50% del commerciale)
 - b) affissione pubblica si intendono tutti gli impianti di proprietà del Comune o collocati su spazi appositamente individuati dal Comune:
 - 30 mq affissioni funebri (10% dell'istituzionale)
 - 270 mq affissioni istituzionali (15% del complessivo, meno le affissioni funebri)

- 850 mq affissioni pubbliche commerciali (85% del commerciale complessivo, meno il 50% delle affissioni dirette)
8. l'Amministrazione si riserva di modificare i limiti di superficie sopra indicati per adeguarli ad eventuale nuove necessità.
9. Su tutto il territorio comunale, ad eccezione dei casi previsti dal Piano, è vietata l'installazione e l'impiego su proprietà privata degli impianti pubblicitari esterni a carattere temporaneo e permanente, nonché degli impianti destinati alle affissioni pubbliche e dirette, salvo se diversamente specificato dal Piano stesso. E' altresì vietata l'installazione su proprietà pubblica delle insegne di esercizio.
10. l'Amministrazione comunale, attraverso il Piano Generale degli impianti pubblicitari (allegato D al presente regolamento), stabilisce le modalità di inserimento sul territorio degli impianti per la pubblicità e per le affissioni; ulteriori definizioni e specifiche d'inserimento puntuale sul territorio, tipologie degli impianti e servizi connessi all'affidamento in concessione della pubblicità potranno essere stabilite dagli uffici comunali competenti in materia all'atto dell'individuazione delle procedure amministrative occorrenti allo scopo.

Art. 31. Criteri generali del Piano Generale degli Impianti

1. Il Piano Generale degli Impianti (allegato D al presente regolamento), di seguito denominato Piano, prende in esame i vari mezzi pubblicitari e le rispettive caratteristiche, così come descritti dal presente Regolamento, ed individua le possibilità di installazione e le dimensioni a seconda delle diverse caratteristiche del territorio comunale. A tale scopo, il Piano suddivide il territorio comunale nelle seguenti zone:

A. Zone comprese all'interno del perimetro del Centro Abitato di cui all'art. 4 del D.Lgs. 285/1992

- A.1 Zona del Centro Storico
- A.2 Zona caratterizzata prevalentemente da insediamenti residenziali
- A.3 Zona a carattere prevalentemente industriale, commerciale o artigianale

B. Zone esterne ai Centri Abitati

- B.1 zona esterna al perimetro del centro abitato. Parte restante del territorio comunale.

2. In merito ad ogni tipo di impianto pubblicitario di cui al presente Regolamento, il Piano stabilirà, in una parte specifica delle Norme Tecniche, forme, tipologie e colori ammissibili a seconda delle zone entro le quali si intende apporle.

3. Per quanto concerne gli impianti a carattere temporaneo, il Piano stabilirà, a seconda delle zone entro le quali si intenda installarli, le caratteristiche tipologiche e dimensioni ammesse ed un elenco, sia pure indicativo, dei punti ove questi saranno installati.

4. Il Piano esprime un allegato planimetrico (D.2) che evidenzia: la zonizzazione del territorio comunale di cui al comma 1 del presente articolo, la delimitazione vigente dei centri abitati di cui all'art. 4 del D.Lgs. 285/92, le aree soggette alla Categoria Speciale di cui all'allegato A.

5. il Piano della Segnaletica Pubblica e Privata, allegato E al presente regolamento, è parte integrante del Piano Generale degli Impianti in quanto, oltre a definire la segnaletica di direzione pubblica generale, disciplina l'uso dei segnali di direzione privata ad uso pubblicitario, stabilendone le tipologie e le regole di utilizzo e inserimento sul territorio.

Art. 32. Definizione di mezzi pubblicitari

1. E' da considerare <<insegna di esercizio>> la scritta in caratteri alfanumerici, completata eventualmente da un simbolo o da un marchio, realizzata e supportata con materiali di qualsiasi natura, 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. *Sono equiparate ad insegne le iscrizioni che identificano l'attività o l'esercizio cui si riferisce, realizzate con tecniche pittoriche direttamente sul muro. Per "pertinenze" si intendono gli spazi e le aree limitrofe alla sede dell'attività, posti a servizio, anche non esclusivo, di essa.*

2. E' da qualificare <<sorgente luminosa>> qualsiasi corpo illuminante o insieme di corpi illuminanti che, diffondendo luce in modo puntiforme o lineare o planare, illumina aree, fabbricati, monumenti, manufatti di qualsiasi natura ed emergenze naturali.

3. Si definisce <<cartello>> quel manufatto bifacciale, supportato da una idonea struttura di sostegno, che è finalizzata alla diffusione di messaggi pubblicitari o propagandistici sia direttamente, sia tramite sovrapposizione di altri elementi *quali manifesti, adesivi, ecc;* esso è utilizzabile in entrambe le facciate anche per immagini diverse. Può essere luminoso sia per luce propria che per luce indiretta.

4. Si considera <<manifesto>> l'elemento bidimensionale realizzato in materiale di qualsiasi natura, privo di rigidità, finalizzato alla diffusione di messaggi pubblicitari o propagandistici, posto in opera su strutture murarie o su altri supporti comunque diversi dai cartelli e dagli altri mezzi pubblicitari. Non può essere luminoso né per luce propria né per luce indiretta.

5. Si considera <<striscione, locandina e stendardo>> l'elemento bidimensionale realizzato in materiale di qualsiasi natura, privo di rigidità, mancante di una superficie di appoggio o comunque non aderente alla stessa, finalizzato alla promozione pubblicitaria di manifestazioni o spettacoli. Può essere luminoso per luce indiretta.

6. E' da considerare <<segno orizzontale reclamistico>> la riproduzione sulla superficie stradale, con pellicole adesive, di scritte in caratteri alfanumerici, di simboli e di marchi, finalizzata alla diffusione di messaggi pubblicitari o propagandistici.

7. E' da qualificare <<impianto di pubblicità o propaganda>> qualunque manufatto finalizzato alla pubblicità o alla propaganda sia di prodotti che di attività e non individuabile, secondo le definizioni precedenti, né come insegna, né come cartello, né come manifesto, né come segno orizzontale reclamistico. Può essere luminoso sia per luce propria che per luce indiretta.

8. Si definisce <<preinsegna>> la scritta in caratteri alfanumerici, completata da freccia di orientamento, ed eventualmente da simboli e marchi, realizzata su manufatto bifacciale e bidimensionale, supportata da idonea struttura di sostegno, finalizzata alla pubblicizzazione direzionale della sede di un'attività. Non può essere luminosa, né per luce propria, né per luce indiretta. È distinta dalla segnaletica di direzione privata.

9. Si definisce <<impianto pubblicitario di servizio>>, qualunque manufatto avente quale scopo primario un servizio di pubblica utilità, recante uno spazio pubblicitario che può anche essere luminoso sia per luce diretta che per luce indiretta.

10. Si definiscono <<tende solari>> i manufatti in tessuto o i manifesti flessibili similari, sostenuti da intelaiatura a sbalzo o appoggiata, posti esternamente agli edifici.

11. Si definiscono <<segnali di direzione privata>> i cartelli stradali di direzione privata per indicazione di attività commerciali, artigianali, industriali, ricettive e ristorazione, meglio identificati nel Piano della segnaletica pubblica e privata. La quantità complessiva della segnaletica di direzione privata stabilita dal Piano della segnaletica Pubblica e Privata non rientra nelle quantità fissate dal presente regolamento per i mezzi pubblicitari permanenti.

12. si definiscono <<mezzi pubblicitari cumulativi>> quelli utili a segnalare un'area omogenea, progettati in modo unitario nel quadro di un piano di sviluppo commerciale o di qualsivoglia iniziativa di valorizzazione ambientale. Le attività commerciali che vogliono promuovere all'interno delle aree esterne di pertinenza all'esercizio stesso, possono avvalersi di detti mezzi, dietro presentazione di progetto unitario da sottoporre ad autorizzazione nel rispetto del presente regolamento. I predetti mezzi sono soggetti al pagamento delle tariffe stabilite dal presente regolamento. Vengono comunque considerate di esercizio se riferite ad attività commerciali.

Art. 33. Pubblicità effettuata con veicoli in genere

1. Per la pubblicità visiva effettuata per conto proprio o altrui all'interno e all'esterno di veicoli in genere, battelli, barche e simili, di uso pubblico o privato, è dovuta l'imposta sulla pubblicità in base alla superficie complessiva dei mezzi pubblicitari installati su ciascun veicolo nella misura e con le modalità previste dall'articolo 12, comma 1, del decreto legislativo 15 novembre 1993, n. 507.

2. Per la pubblicità effettuata all'esterno dei veicoli suddetti. sono dovute le maggiorazioni di cui all'articolo 12. Comma 4, del decreto legislativo 15 novembre 1993, n. 507.

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

4. Per la pubblicità effettuata dalle imprese di autotrasporto che effettuano trasporti per conto terzi utilizzando veicoli di loro proprietà non è dovuta l'imposta di pubblicità per l'indicazione sui veicoli del marchio identificativo dell'impresa, della ragione sociale, del recapito (inclusi sito web, indirizzo di posta elettronica, telefono e fax) limitatamente alla sola superficie utile occupata da tali indicazioni.

5. Per la pubblicità effettuata per conto proprio su veicoli di proprietà dell'impresa o adibiti ai trasporti per suo conto non è dovuta l'imposta di pubblicità per l'indicazione sui medesimi veicoli del marchio identificativo dell'impresa, della ragione sociale, del recapito (inclusi sito web, indirizzo di posta elettronica, telefono e fax) a condizione che la pubblicità sia apposta non più di due volte e ciascuna iscrizione non sia di superficie superiore a mezzo metro quadrato.

6. L'imposta di cui ai commi 4 e 5 è dovuta per anno solare al Comune ove ha sede l'impresa stessa o qualsiasi altra dipendenza, ovvero al Comune ove sono domiciliati i suoi agenti o mandatari che alla data del primo gennaio di ciascun anno, o a quella successiva di immatricolazione hanno in dotazione detti veicoli, secondo le tariffe approvate dall'Amministrazione Comunale.

7. Per i veicoli circolanti con rimorchio la tariffa è raddoppiata.

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

Art. 34. Pubblicità effettuata con pannelli luminosi e proiezioni

1. Per la pubblicità effettuata per conto altrui con insegne, pannelli od altre analoghe strutture caratterizzate dall'impiego di diodi luminosi, lampadine e simili mediante controllo elettronico, elettromeccanico o comunque programmato in modo da garantire la variabilità del messaggio o la sua visione in forma intermittente, lampeggiante o similare, si applica l'imposta indipendentemente dal numero dei messaggi, per metro quadrato di superficie e per anno solare.

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

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

4. Per la pubblicità realizzata in luoghi pubblici o aperti al pubblico attraverso diapositive, proiezioni luminose o cinematografiche effettuate su schermi o pareti riflettenti, l'imposta si applica per ogni giorno, indipendentemente dal numero dei messaggi e dalla superficie adibita alle proiezioni.

5. Qualora la pubblicità di cui al comma 4 abbia durata superiore a trenta giorni. dopo tale periodo si applica una tariffa giornaliera pari alla metà.

Art. 35. Pubblicità varia

1. E' vietata la pubblicità effettuata mediante lancio di manifestini, volantini e simili, da aeromobili o da autovetture. E' altresì vietata la distribuzione indiscriminata del suddetto materiale mediante abbandono dello stesso sulle pubbliche aree di circolazione.

Art. 36. Pubblicità fonica

1. Con riferimento alla disposizione contenuta nell'art.15 comma 5 del D.Lgs. 507/93, per "ciascun punto di pubblicità" si intende ogni fonte di diffusione di pubblicità fonica.

2. La pubblicità fonica con veicoli è vietata dal codice della strada. È possibile effettuare questo tipo di pubblicità solo per le campagne elettorali in occasioni di elezioni, iniziative politiche ed eventi di natura istituzionale e/o interesse sociale, previa autorizzazione dell'Ufficio comunale preposto.

Art. 37. Mezzi pubblicitari gonfiabili

1. Sono assimilati ai palloni frenati di cui al comma 3 dell'art. 15 D.Lgs. 507/93, con conseguente applicazione delle modalità di tassazione ivi previste, i mezzi pubblicitari gonfiabili nel caso in cui questi, riempiti con gas leggero o simile, siano sospesi in aria, ma ancorati al suolo. In tutti gli altri casi di utilizzazione dei mezzi pubblicitari gonfiabili, questi sono assoggettati a tributo come stabilito per la pubblicità ordinaria di cui all'articolo 12 del D.Lgs. precitato.

TITOLO IV

Diritto sulle Pubbliche Affissioni

Art. 38. Procedura per l'attribuzione di impianti per affissioni dirette

1. L'Amministrazione comunale può concedere a soggetti privati la possibilità di collocare sul territorio comunale, su beni di proprietà comunale o dati in godimento dal Comune, o appartenenti al demanio o al patrimonio indisponibile comunale, appositi impianti pubblicitari per affissioni dirette.
2. La concessione viene rilasciata mediante lo svolgimento di apposita procedura ad evidenza pubblica.
3. Qualora l'Amministrazione intenda procedere all'assegnazione per lotti, la loro composizione viene stabilita in base a criteri di funzionalità ed economicità. Per evitare possibilità di concentrazioni delle concessioni, non è consentito che il medesimo soggetto superi il limite di una assegnazione.
4. La concessione comporta il pagamento di un canone nella misura risultante dal verbale di aggiudicazione della gara, nonché il pagamento dell'imposta comunale sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni (a seconda degli impianti oggetto della concessione), e della tassa di occupazione suolo pubblico (TOSAP).
5. La concessione è disciplinata da una apposita convenzione, nella quale dovranno essere precisati il numero e l'ubicazione degli impianti da installare, la durata della concessione ed il relativo canone annuo dovuto al Comune, nonché tutte le altre condizioni necessarie per un corretto rapporto, come le spese, le modalità e i tempi di installazione, la manutenzione, le responsabilità per eventuali danni, il rinnovo o la revoca della concessione, la cauzione e simili.
6. La concessione ha durata *massima di sei* anni.
7. L'Amministrazione comunale può disporre la rimozione anticipata dei mezzi pubblicitari installati, in presenza di ragioni di pubblico interesse. La rimozione viene disposta con ordinanza motivata. La rimozione dovrà essere effettuata, entro la data che sarà precisata nell'ordine di rimozione, a cura e spese del titolare del mezzo, il quale dovrà rimuovere anche eventuali sostegni o supporti e provvedere al ripristino alla forma preesistente della sede del manufatto. Qualora l'interessato non ottempererà all'ordine di rimozione nei modi e nei termini stabiliti, l'impianto pubblicitario sarà considerato abusivo.

Art. 39. Soggetto passivo

1. Sono soggetti passivi del diritto sulle pubbliche affissioni coloro che richiedono il servizio e, in solido, coloro nell'interesse dei quali il servizio stesso è richiesto.

Art. 40. Tariffe pubbliche affissioni

1. Per il servizio delle pubbliche affissioni è dovuto, al Comune o al concessionario che vi subentra, un diritto nella misura risultante dalle tariffe deliberate a norma del decreto legislativo 15 novembre 1993, n. 507, con le maggiorazioni, le riduzioni e le esenzioni di cui agli articoli 19, 20 e 21 del richiamato decreto legislativo.
2. Un esemplare della tariffa deve essere esposto nell'ufficio cui è affidato il servizio delle pubbliche affissioni, in modo che possa essere facilmente consultato da chi vi abbia interesse.

Art. 41. Modalità di applicazione del diritto sulle pubbliche affissioni

1. L'unità di misura del diritto sulle pubbliche affissioni è costituita da ciascun foglio di dimensioni fino a cm 70 x 100.
2. Per ogni commissione inferiore a cinquanta fogli il diritto è maggiorato del 50 per cento. Per i manifesti costituiti da otto fino a dodici fogli il diritto è maggiorato del 50 per cento. Per quelli costituiti da più di dodici fogli il diritto è maggiorato del 100 per cento.
3. Il committente che richiede espressamente che l'affissione venga eseguita in determinati spazi da lui prescelti, è tenuto a corrispondere una maggiorazione del 100 per cento del diritto. Le disposizioni previste per l'imposta sulla pubblicità si applicano, per quanto compatibili, anche al diritto sulle pubbliche affissioni.
4. Il pagamento del diritto sulle pubbliche affissioni deve essere effettuato prima di ottenere il servizio richiesto.
5. Il versamento deve essere effettuato a mezzo conto corrente postale intestato al Comune o al suo concessionario con arrotondamento alla seconda cifra decimale. E' altresì consentito il pagamento diretto al Comune o al suo concessionario del diritto relativo ad affissioni non aventi carattere commerciale.
6. La commissione del servizio deve essere accompagnata dalla presentazione dell'attestazione dell'avvenuto pagamento.

Art. 42. Riduzione ed esenzione dal diritto

1. Le riduzioni del diritto e le esenzioni dallo stesso sono disciplinate rispettivamente dagli articoli 20 e 21 del decreto legislativo 15 novembre 1993, n. 507.
2. La tariffa 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 ai sensi dell'art. 21;
 - b. per i manifesti di comitati, associazioni, fondazione ed ogni altro ente che non abbia scopo di lucro;
 - c. per i manifesti relativi ad attività politiche, sindacali e di categoria, culturali, sportive, filantropiche e religiose, da chiunque realizzate, con il patrocinio o la partecipazione degli enti pubblici territoriali;
 - d. per i manifesti relativi a festeggiamenti patriottici, religiosi, a spettacoli viaggianti e di beneficenza;
 - e. per gli annunci mortuari.

Art. 43. Modalità per le pubbliche affissioni

1. Le pubbliche affissioni vengono effettuate secondo le modalità previste dall'articolo 22 del decreto legislativo 15 novembre 1993, n. 507.
2. Nessuna affissione può aver luogo prima del pagamento dei diritti dovuti.
3. Il committente ha facoltà di annullare la richiesta di affissione prima che venga eseguita purché la disdetta giunga almeno tre giorni lavorativi prima della prenotata affissione. In tale caso il committente ha diritto alla restituzione della metà del diritto già pagato.
4. Il materiale relativo alle commissioni annullate, ad eccezione di un esemplare che resta acquisito agli atti, sarà conservato per sessanta giorni dalla data in cui è pervenuta la disdetta.
5. Decorsi i sessanta giorni il materiale sarà distrutto o consegnato gratuitamente ad enti assistenziali ed eventualmente interessati al ritiro.
6. Le comunicazioni di cui all' articolo 22, commi 4 e 5 del decreto legislativo 15 novembre 1993, n. 507, relative alla impossibilità di procedere alle affissioni, per mancanza di spazi o per cause di forza maggiore, devono contenere il giorno in cui l'affissione avrà luogo. Dette comunicazioni devono essere inviate entro dieci giorni dalla richiesta di affissione.
7. Il materiale abusivamente affisso fuori dagli spazi stabiliti sarà immediatamente rimosso, previo addebito agli obbligati, in solido, della relativa spesa di rimozione stabilita in euro 3,00 per foglio, oltre al recupero dell'imposta sulla pubblicità nella misura prevista dall'articolo 12 del decreto legislativo 15 novembre 1993, n. 507.
8. Le eventuali aggiunte alle pubbliche affissioni già esposte sono assoggettate al pagamento di un diritto pari alla tariffa prevista per i primi dieci giorni.
9. La richiesta di proroga di esposizione degli stessi manifesti, se accolta, verrà assoggettata alla tariffa prevista per periodi successivi di cinque giorni o frazioni.
10. Un esemplare del materiale affisso sarà trattenuto dall'ufficio per essere conservato negli archivi per un periodo di novanta giorni a partire dal termine finale di esposizione; entro tale termine potranno essere avanzate eventuali contestazioni sul servizio.
11. E' vietata l'affissione di manifesti contenenti forme di pubblicità per i prodotti del tabacco o comunque aventi lo scopo o l'effetto diretto o indiretto di promuovere un prodotto del tabacco, ivi compresa la pubblicità che senza nominare direttamente i prodotti da fumo riproduce marchi, simboli, combinazione di colori dominanti, associati a tale prodotto. E' vietata altresì l'affissione di manifesti pubblicitari nelle immediate vicinanze di scuole, convitti, luoghi di culto e simili che palesemente appaiano inopportuni per contenuto rispetto ai sopra citati luoghi.

Art. 44. Rimborsi

1. il committente ha diritto al rimborso integrale dei diritti versati nei casi in cui ai commi 4 e 5 dell'art. 22 del D.Lgs. n. 507/93 e al rimborso parziale nell'ipotesi di cui al comma 7 del medesimo articolo.
2. in ogni altro caso la liquidazione dei diritti e il relativo pagamento si intendono effettuati a titolo definitivo, esaurendo completamente il rapporto impositivo, e rimanendo al committente il diritto di mantenere esposto il materiale pubblicitario per tutto il periodo indicato.

Art. 45. Sanzioni tributarie e interessi - sanzioni amministrative

1. Per tutte le violazioni relative all'imposta sulla pubblicità e al servizio delle pubbliche affissioni trovano applicazione le disposizioni di cui agli articoli 23 e 24 del decreto legislativo 15 novembre 1993, n. 507.

TITOLO V Disposizioni finali

Art. 46. Funzionario responsabile

1. L'Amministrazione comunale designa il Settore/l'Ufficio e il funzionario cui sono attribuite le funzioni e i poteri per l'esercizio di ogni attività organizzativa e gestionale dell'imposta comunale sulla pubblicità e diritto sulle pubbliche affissioni, individuando, a tal fine, il personale cui affidare i relativi adempimenti, avvalendosi anche della collaborazione fornita da altri Settori/Uffici del Comune preposti all'accertamento e riscossione dei tributi, nonché dei Settori/Uffici preposti alla vigilanza e polizia locale. Il predetto funzionario sottoscrive:

- a) le richieste dirette ad acquisire fatti ed elementi utili e/o necessari per l'azione accertativa inerente al tributo;
- b) gli avvisi di accertamento e di liquidazione, avvalendosi anche della collaborazione del personale degli uffici del comune preposti alla vigilanza e polizia locale;
- c) i provvedimenti relativi all'emissione del ruolo coattivo.

Dispone altresì i rimborsi entro novanta giorni dalla richiesta a favore del richiedente stesso.

Definisce, ricorrendone i presupposti, in contraddittorio e con l'adesione del contribuente, eventuali controversie concernenti il rapporto tributario. Tutti i provvedimenti del "funzionario responsabile" assumono la forma di "determinazione".

2. Nel caso d'affidamento a terzi della gestione, le attribuzioni del comma precedente spettano al concessionario, nel rispetto del presente regolamento.

Art. 47. Rinvio ad altre disposizioni

1. Per quanto non contemplato dal presente regolamento, valgono le disposizioni contenute nel decreto legislativo 15 novembre 1993, n. 507, nonché nei regolamenti comunali che hanno attinenza in materia.
2. la segnaletica stradale di cui all'art. 134 del D.P.R. 16.12.1992 n. 495, di indicazione turistica, industriale, artigianale, commerciale, alberghiera, territoriale e di luoghi di pubblico interesse, è oggetto di apposita disciplina adottata dal Comune di Città Sant'Angelo, che *determina* modalità e limitazioni di utilizzo della stessa, ai fini della costituzione di un sistema

segnaletico armonico integrato ed efficace a garanzia della sicurezza e della fluidità della circolazione pedonale e veicolare. *Tale disciplina costituisce il Piano della segnaletica Pubblica e Privata, allegato E al presente regolamento.*

3. Per la pubblicità privata eseguita per mezzo della segnaletica di cui al comma 2 del presente articolo, si applicano le stesse tariffe e canoni per l'installazione, nei modi, metodi ed aliquote fissati dal presente Regolamento.

4. nelle more dell'adozione del Piano della Segnaletica di cui al comma 2 del presente articolo, i soggetti interessati all'installazione di segnali stradali dovranno ottenere la preventiva autorizzazione *nel rispetto delle procedure stabilite dal presente regolamento e dal Piano predetto*, rilasciata dal Comune sulla base di una valutazione fondata su ragioni di pubblico interesse.

Art. 48. RIMOZIONE DI MEZZI PUBBLICITARI O DEGLI IMPIANTI PER AFFISSIONI DIRETTE

1. Oltre a quanto di seguito indicato, valgono le indicazioni di Piano fornite in merito.

2. Gli impianti pubblicitari installati senza aver inoltrato e/o ottenuto la prevista autorizzazione all'installazione sono abusivi e pertanto sanzionabili a' termini delle vigenti disposizioni di legge. Sono da ritenersi impianti abusivi anche quegli impianti per i quali si è provveduto alla revoca dell'autorizzazione.

3. I mezzi pubblicitari esposti abusivamente possono, con ordinanza emessa dall'organo competente, essere sequestrati a garanzia del pagamento delle spese di rimozione e di custodia, nonché dell'imposta e dell'ammontare delle relative soprattasse ed interessi; nella medesima ordinanza deve essere stabilito un termine entro il quale gli interessati possono chiedere la restituzione del materiale sequestrato previo versamento di una congrua cauzione stabilita nell'ordinanza stessa. (art. 24, comma 4, del D.Lgs. 507/93).

4. Nell'ordinanza viene prevista, in caso di inottemperanza all'ordine di rimozione o di spostamento entro il termine assegnato, l'esecuzione d'ufficio, addebitando all'utente le spese relative.

5. Indipendentemente dalla procedura di rimozione degli impianti, il Comune o il concessionario del servizio provvedono così come stabilito, alla copertura della pubblicità abusiva con successiva notifica di apposito avviso, con invito all'utente a pagare le spese sostenute per la copertura e/o rimozione o dell'affissione.

6. I mezzi o gli impianti abusivi sequestrati, con le modalità previste di cui al precedente comma 2, potranno essere rimossi a cura del Comune, così come previsto dall'art. 24, comma 4, del D.Lgs. 507/93, custoditi nei depositi comunali a garanzia del pagamento delle spese di rimozione, trasporto e custodia, nonché del tributo evaso. Nella stessa ordinanza viene stabilito un termine entro il quale gli interessati possono richiedere la restituzione del materiale sequestrato previo pagamento dell'imposta dovuta, delle sanzioni e delle spese sostenute per le operazioni di rimozione.

7. In mancanza della richiesta di restituzione, si procede al recupero coatto dell'onere sostenuto mediante la vendita del materiale stesso ed il ricavo viene incamerato dal Comune fino alla concorrenza del proprio credito. Qualora non sia possibile provvedere alla vendita per mancanza di acquirenti, si provvederà alla distruzione del materiale sequestrato, redigendo apposito verbale.

8. Qualora non sia possibile identificare il responsabile della pubblicità abusiva, si procede direttamente al sequestro e la relativa ordinanza viene pubblicata all'Albo Pretorio per 15 giorni.

9. I mezzi pubblicitari installati sulle base delle autorizzazioni in essere e non, anche di carattere edilizio, all'entrata in vigore del regolamento e non rispondenti alle disposizioni dello stesso dovranno essere adeguati sulla base di detta normativa, entro un anno dall'entrata in vigore del regolamento a cura e spese del titolare della autorizzazione.

10. Le istanze di autorizzazioni, già depositate antecedentemente alla data di approvazione del presente Regolamento e non conformi alle disposizioni dettate dallo stesso, devono ritenersi prive di efficacia e potranno essere riproposte qualora conformi alle disposizioni del presente Regolamento.

11. Gli impianti pubblicitari autorizzati da altri enti proprietari di strade e aree diverse da quelle comunali, anche se conformi alle tipologie, caratteristiche e ubicazione stabiliti dal presente regolamento e strumenti normativi allegati, debbono ottenere la dovuta autorizzazione del Comune e regolarizzati nella loro posizione amministrativa. Gli stessi, se autorizzati dal Comune, non rientrano comunque nelle quantità stabilite dal presente regolamento.

12. Tutti i mezzi pubblicitari autorizzati dagli altri enti proprietari di strade e aree diverse dalle comunali, anche se in possesso di autorizzazioni da parte dell'ente Comune sulla scorta di precedenti regolamenti comunali in materia, se difforni alle disposizioni dettate dal presente regolamento, vanno rimossi e adeguati a cura e spese dei titolari degli stessi.

13. Successivamente all'entrata in vigore del presente regolamento, anche se autorizzati dagli enti proprietari di strade e aree non comunali, non possono essere installati sul territorio comunale gli impianti pubblicitari previa autorizzazione da parte del Comune.

14. Eventuali impianti pubblicitari installati per effetto di convenzioni e accordi formali presi con il Comune di Città Sant'Angelo da parte di società, enti, e comunque da persone giuridiche e fisiche, se difforni dal presente regolamento vanno regolarizzati in funzione di esso. Gli stessi, se confermati e opportunamente registrati dal Settore/Ufficio preposto in materia, le rispettive superfici non vanno considerate nelle quantità stabilite dal regolamento stesso.

Art. 49. Norme transitorie

1. I mezzi pubblicitari, installati sulla base di autorizzazioni in essere all'entrata in vigore del presente Regolamento e non rispondenti alle disposizioni dello stesso, dovranno essere adeguati alla nuova normativa entro 1 anno dalla sua entrata in vigore a cura e spese del titolare dell'autorizzazione.

2. in merito ai regimi autorizzativi e procedure di rimozione e adeguamento degli impianti installati prima dell'entrata in vigore del presente Regolamento, valgono altresì le indicazioni fornite dal Piano.

3. In presenza di norme di legge che dispongano diversamente, devono essere applicate queste ultime salvo che la normativa stessa non disponga deroghe al riguardo.

Art. 50. Entrata in vigore

1. Dalla entrata in vigore del presente regolamento sono abrogati il previgente Regolamento Comunale in materia e relativi allegati.