



CITTA' DI AMANTEA

(Provincia di Cosenza)

COPIA DELIBERAZIONE DEL CONSIGLIO COMUNALE

N° 08 del Reg.	Oggetto:..Modifica del regolamento dell'imposta sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni.
Data 01.03.2019	

L'anno Duemiladiciannove il giorno uno del mese di **Marzo** alle ore **11:45** convocato con avvisi, regolarmente notificati a norma di legge, si è riunito il Consiglio Comunale.

Alla **PRIMA** convocazione, in sessione straordinaria, risultano all'appello nominale, effettuato alle ore 11:45, presenti e assenti i Sig.ri Consiglieri come appresso notato:

N° Ord	Generalità dei Componenti			N° Ord	Generalità dei Componenti		
		Presente	Assente			Presente	Assente
1)	PIZZINO Mario (Sindaco)	SI		10)	ALOISIO Robert		SI
2)	IANNI PALARCHIO Andrea	SI		11)	MASTROIANNI Monica	SI	
3)	VELTRI Concetta	SI		12)	VAIRO Giuseppe Maria		SI
4)	FERRARO Luca	SI		13)	SIGNORELLI Tommaso		SI
5)	PATI Emma		SI	14)	SALVATORE Alessandro		SI
6)	GIUSTA Rocco	SI		15)	GAGLIARDI Eleonora		SI
7)	CICCIA Caterina	SI		16)	MENICHINO Francesca		SI
8)	POLICICCHIO Francesca	SI		17)	SICOLI Francesca		SI
9)	GIACCO Vincenzo	SI					

PRESENTI	9
Assegnati	17

ASSENTI	08
In carica	17

ASSUME la Presidenza il Presidente **Vincenzo Giacco**.

PARTECIPA alla riunione il Segretario Generale **Avv. Carmela Chiellino**.

la seduta è pubblica

LA PRESIDENTE

Constatato il numero legale dei presenti, n. **09** consiglieri per la validità della seduta.

IL CONSIGLIO COMUNALE

Premesso:

- che con propria precedente deliberazione n°3 adottata nella seduta del 02 febbraio 2004, è stato approvato il “*Regolamento dell'imposta sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni*”;
- che il suddetto regolamento risultava costituito da n°35 articoli;
- che dalla data della sua adozione, si è addivenuti alla consapevolezza che occorre apportare alcune modifiche al sopra citato regolamento in particolare modo con quanto previsto dal Codice dell'Autodisciplina della Comunicazione Commerciale, emanato dall'Istituto di Autodisciplina Pubblicitaria Italiana (IAP) il quale prevede, tra l'altro, che la comunicazione commerciale, nello svolgimento del suo ruolo particolarmente utile nel processo economico, venga realizzata come servizio per il pubblico, con speciale riguardo alla sua influenza sul consumatore e ne fissa i parametri per una comunicazione commerciale, onesta, veritiera e corretta a tutela dei consumatori e della leale concorrenza tra le imprese;
- che l'argomento è stato oggetto di ampia discussione in seno alla competente commissione consiliare tenutesi nei giorni 14.01.2019 e del 24.01.2019;
- che durante i lavori della commissione è emerso che le modifiche da apportare al suddetto regolamento consistono nell'integrazione e modifica dell'articolo 2) e precisamente si ritiene utile aggiungere un quarto comma del tenore seguente: “*Le autorizzazioni concernenti la pubblicità dovranno osservare le disposizioni del codice di autodisciplina pubblicitaria della comunicazione commerciale Emanato dall'Istituto dell'Autodisciplina Pubblicitaria di Milano con particolare riferimento all'art. 9 (che impedisce il ricorso in pubblicità ad affermazioni o rappresentazioni di violenza fisica o morale o tali che secondo il gusto, la sensibilità dei consumatori, debbano ritenersi indecenti, volgari o ripugnanti) e, all'articolo 10 (secondo cui la pubblicità non deve offendere le convinzioni morali, civili e religiose dei cittadini e deve rispettare la dignità delle persone in tutte le sue forme ed espressioni evitando ogni forma di discriminazione compresa quella di genere).*”

Ritenuto dover procedere alla modifiche sopra indicate;

Visto il parere favorevole espresso ai sensi dell'art. 49 del D.Lgs n. 267/2000 da parte del Responsabile del Settore;

DELIBERA

- 1) La narrativa che precede, interamente confermata, forma parte integrante e sostanziale della presente proposta di deliberazione;
- 2) Approvare come approva le modifiche al *Regolamento dell'imposta sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni* già approvato con delibera n°3 nella seduta consiliare del 02.02.2004, consistenti nell'aggiunta all'articolo 2 – Disciplina Generale - di un quarto comma per come in appresso: “*Le autorizzazioni concernenti la pubblicità dovranno osservare le disposizioni del codice di autodisciplina pubblicitaria della comunicazione commerciale Emanato dall'Istituto dell'Autodisciplina Pubblicitaria di Milano con particolare riferimento all'art. 9 (che impedisce il ricorso in pubblicità ad affermazioni o rappresentazioni di violenza fisica o morale o tali che secondo il gusto, la sensibilità dei consumatori, debbano ritenersi indecenti, volgari o ripugnanti) e, all'articolo 10 (secondo cui la pubblicità non deve offendere le convinzioni morali, civili e religiose dei cittadini e deve rispettare la dignità delle persone in tutte le sue forme ed espressioni evitando ogni forma di discriminazione compresa quella di genere).*”.
- 3) Disporre che il suddetto regolamento venga rimesso all'Ufficio Tributi e pubblicato sul sito internet istituzione del Comune di Amantea www.comuneamantea.gov.it.

Sentita la relazione del Presidente del Consiglio Vincenzo Giacco.
In assenza di interventi.

il Presidente pone ai voti il punto all'ordine del giorno che ottiene il seguente risultato espresso anche successivamente e separatamente in ordine alla immediata eseguibilità dell'atto stante l'urgenza di rendere operativo lo strumento regolamentare. Favorevoli: unanimità

DELIBERA

- 1) La narrativa che precede è parte integrante e sostanziale del presente verbale e per l'effetto;
- 2) Approvare, come approva, la proposta di deliberazione, allegata al presente verbale che ne forma parte integrante e sostanziale;
- 3) Dichiarare come dichiara, la presente immediatamente eseguibile ai sensi e per gli effetti di legge.



CITTA' DI AMANTEA

(Provincia di Cosenza)

PROPOSTA DI DELIBERAZIONE DEL CONSIGLIO COMUNALE

OGGETTO: Modifica del Regolamento dell'imposta sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni.

Proponente: **Il Consigliere Delegato**
 Si propone, l'adozione della deliberazione in oggetto. **Dott. Vincenzo Giacco**
 Data _____ *Vincenzo Giacco*

Il Sindaco
Dott. Mario Pizzino
Mario Pizzino

PARERE DEL RESPONSABILE DEL SERVIZIO INTERESSATO
 - ai sensi degli artt. 49, comma 1, come modificato dall'art. 3 del D.Lgs. 174/2012, e 147 bis, comma 1 del D.Lgs.267/2000

Il sottoscritto Responsabile dell'Area _____ ai sensi degli artt. 49, comma 1, come modificato dall'art. 3 del D.Lgs. 174/2012, e 147 bis, comma 1 del D.Lgs.267/2000 **ESPRIME PARERE FAVOREVOLE** sulla proposta di deliberazione attestante la regolarità e correttezza dell'azione amministrativa.

Attesta, per l'effetto, con la sottoscrizione e con ogni conseguenza, la regolarità e correttezza dell'azione amministrativa essendo stati correttamente valutati i presupposti di fatto e di diritto, il rispetto delle regole anticorruzione, il rispetto delle norme sulla privacy, che consentono all'organo deliberante di approvare il presente provvedimento.

Amantea li _____
 Il responsabile del procedimento _____

Il responsabile di Settore
Dott. Eraldo Caruso
Eraldo Caruso

PARERE DEL RESPONSABILE DI RAGIONERIA
 artt. 49, comma 1, come modificato dall'art. 3 del D.Lgs. 174/2012, e 147 bis, comma 1 del D.Lgs.267/2000.
 Art.6 regolamento di Contabilità

Il sottoscritto Responsabile dell'Area Economico Finanziaria, ai sensi degli artt. 49, comma 1, come modificato dall'art. 3 del D.Lgs. 174/2012, e 147 bis, comma 1 del D.Lgs.267/2000

Vista la proposta in oggetto attesta che:

HA RIFLESSI DIRETTI/INDIRETTI sulla situazione economico finanziaria o sul patrimonio dell'Ente ed esprime **PARERE FAVOREVOLE** sulla regolarità contabile

NON HA RIFLESSI DIRETTI/INDIRETTI sulla situazione economica finanziaria o sul patrimonio dell'Ente.

NON NECESSITA del visto di copertura finanziaria in quanto il presente atto non comporta spese a carico del bilancio comunale.

Amantea li _____
 Il responsabile del procedimento _____

Il Responsabile di Settore
Dott. Gaetano Vigliatore
Gaetano Vigliatore

Intervento Capitolo / PEG
 Bilancio Corrente Esercizio -
 Competenza Residui

Si da atto che la copertura finanziaria è assicurata dallo stanziamento sopra individuato che presenta la situazione contabile come da prospetto a fianco.


- somma stanziata
 - varia. In aumento.....
 - varia. In diminuzione.....
 - somme già impegnate.....
 - somma disponibile.....
 Data _____
 Il Responsabile: **Dott. Gaetano Vigliatore**

Data e ora della seduta Ordine del giorno Determinazione dell'organo deliberante

01.03.2019 *4* *SI APPROVA LA PROPOSTA*

Deliberazione n° <i>08</i>	Presenti n° <i>09</i>	Votanti N° <i>09</i>	Voti Favorevoli n° <i>09</i>	Voti Contrari n° <i>0</i>	Astenuti n° <i>0</i>
-------------------------------	--------------------------	-------------------------	---------------------------------	------------------------------	-------------------------

Imm.Esecutiva	Capigruppo	Prefettura
---------------	------------	------------



Il Segretario Comunale
(Avv. Carmela CHIPELLINO)
Carmela Chipellino

IL CONSIGLIO COMUNALE

Premesso:

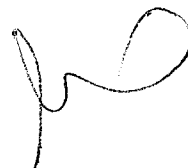
- che con propria precedente deliberazione n°3 adottata nella seduta del 02 febbraio 2004, è stato approvato il *“Regolamento dell'imposta sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni”*;
- che il suddetto regolamento risultava costituito da n°35 articoli;
- che dalla data della sua adozione, si è addivenuti alla consapevolezza che occorre apportare alcune modifiche al sopra citato regolamento in particolare modo con quanto previsto dal Codice dell'Autodisciplina della Comunicazione Commerciale, emanato dall'Istituto di Autodisciplina Pubblicitaria Italiana (IAP) il quale prevede, tra l'altro, che la comunicazione commerciale, nello svolgimento del suo ruolo particolarmente utile nel processo economico, venga realizzata come servizio per il pubblico, con speciale riguardo alla sua influenza sul consumatore e ne fissa i parametri per una comunicazione commerciale, onesta, veritiera e corretta a tutela dei consumatori e della leale concorrenza tra le imprese;
- che l'argomento è stato oggetto di ampia discussione in seno alla competente commissione consiliare tenutesi nei giorni 14.01.2019 e del 24.01.2019;
- che durante i lavori della commissione è emerso che le modifiche da apportare al suddetto regolamento consistono nell'integrazione e modifica dell'articolo 2) e precisamente si ritiene utile aggiungere un quarto comma del tenore seguente: *“Le autorizzazioni concernenti la pubblicità dovranno osservare le disposizioni del codice di autodisciplina pubblicitaria della comunicazione commerciale Emanato dall'Istituto dell'Autodisciplina Pubblicitaria di Milano con particolare riferimento all'art. 9 (che impedisce il ricorso in pubblicità ad affermazioni o rappresentazioni di violenza fisica o morale o tali che secondo il gusto, la sensibilità dei consumatori, debbano ritenersi indecenti, volgari o ripugnanti) e, all'articolo 10 (secondo cui la pubblicità non deve offendere le convinzioni morali, civili e religiose dei cittadini e deve rispettare la dignità delle persone in tutte le sue forme ed espressioni evitando ogni forma di discriminazione compresa quella di genere).”*

Ritenuto dover procedere alla modifiche sopra indicate;

Visto il parere favorevole espresso ai sensi dell'art. 49 del D.Lgs n. 267/2000 da parte del Responsabile del Settore;

DELIBERA

- 1) La narrativa che precede, interamente confermata, forma parte integrante e sostanziale della presente proposta di deliberazione;
- 2) Approvare come approva le modifiche al *Regolamento dell'imposta sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni* già approvato con delibera n°3 nella seduta consiliare del 02.02.2004, consistenti nell'aggiunta all'articolo 2 – Disciplina Generale - di un quarto comma per come in appresso: *“Le autorizzazioni concernenti la pubblicità dovranno osservare le disposizioni del codice di autodisciplina pubblicitaria della comunicazione commerciale Emanato dall'Istituto dell'Autodisciplina Pubblicitaria di Milano con particolare riferimento all'art. 9 (che impedisce il ricorso in pubblicità ad affermazioni o rappresentazioni di violenza fisica o morale o tali che secondo il gusto, la sensibilità dei consumatori, debbano ritenersi indecenti, volgari o ripugnanti) e, all'articolo 10 (secondo cui la pubblicità non deve offendere le convinzioni morali, civili e religiose dei cittadini e deve rispettare la dignità delle persone in tutte le sue forme ed espressioni evitando ogni forma di discriminazione compresa quella di genere).”*
- 3) Disporre che il suddetto regolamento venga rimesso all'Ufficio Tributi e pubblicato sul sito internet istituzione del Comune di Amantea www.comuneamantea.gov.it.



CITTA' DI AMANTEA

(Provincia di Cosenza)



REGOLAMENTO DELL'IMPOSTA SULLA PUBBLICITA' E DEL DIRITTO SULLE PUBBLICHE AFFISSIONI

Approvato con delibera n. 03 adottata dal consiglio comunale nella seduta
del 02.02.2004

Modificato ed integrato con deliberazione consiliare n° 08 del 01.03.2019
(Modifiche in grassetto corsivo)

ART 1

Oggetto del regolamento e classificazione del Comune

1. Il presente regolamento disciplina l'effettuazione della pubblicità e del servizio delle pubbliche affissioni nel territorio del Comune di AMANTEA (CS) e stabilisce le modalità per l'applicazione dell'imposta comunale sulla pubblicità e del diritto comunale sulle pubbliche affissioni.
2. A norma dell'art.2 del D.Lgs 15/11/1993. n. 507, il Comune di AMANTEA (CS) la cui popolazione residente al 31.12.2001.è di n°13.280 abitanti, rientra nella IV classe impositiva e applica le tariffe previste nei successivi articoli del presente regolamento.
3. Le disposizioni del presente regolamento sono conformi a quanto stabilito:
 - a) dal Capo I del d.lgs. 15 novembre 1993 n. 507 modificato dal d.lgs. 15 dicembre 1997, n. 446, dall'art. 11 – comma 10 – della legge 27 dicembre 1997 n. 449, dall'art. 30 – comma 17 – della legge 23 dicembre 1999 n. 448, dal D.P.C.M. del 16 febbraio 2001, dalla legge n. 448 del 28 dicembre 2001, dalla legge n. 16 del 27 febbraio 2002, di conversione del d.l. 28 dicembre 2001, n. 452 e dalla legge n. 75 del 24 aprile 2002;
 - b) dall'art. 23 del d.lgs. 30 aprile 1992, n. 285, modificato dall'art. 13 del d.lgs. 10/9/1993, n. 360;
 - c) dagli artt. da 47 a 59 del D.P.R. 16 dicembre 1992, n. 495 e successive modifiche apportate dal D.P.R. 16 settembre 1996, n. 610;
 - d) dall'art. 14 della legge n. 1497 del 29 giugno 1939;
 - e) dall'art. 22 della legge n. 1089 del 1 giugno 1939;
 - f) dalla legge n. 132 del 18 marzo 1959 e dall'art. 10 della legge n. 856 del 5 dicembre 1986;
 - g) dai decreti legislativi 18 dicembre 1997, nn. 471, 472, 473 con le modifiche apportate dai decreti legislativi 5 giugno 1998 n. 203 e 19 novembre 1998 n. 422;
 - h) dal D.Lgs. 267/2000;
 - i) dalla legge n. 212 del 27 luglio 2000;
 - j) dalle altre norme che stabiliscono modalità, limitazioni e divieti per l'effettuazione, in determinati luoghi e su particolari immobili, di forme di pubblicità e delle pubbliche affissioni.

ART. 2

Disciplina generale

1. Nell'installazione degli impianti affissionistici e degli altri mezzi pubblicitari e nell'effettuazione delle altre forme di pubblicità devono essere osservate le norme di legge e regolamentari, ivi comprese quelle del presente regolamento, e le prescrizioni contenute nelle autorizzazioni rilasciate dalle autorità competenti.
2. Gli impianti ed i mezzi pubblicitari non autorizzati preventivamente o installati in violazione delle disposizioni di cui al primo comma devono essere rimossi, ferma restando la conseguente applicazione delle sanzioni tributarie e di quelle amministrative.

3. Le altre forme pubblicitarie non autorizzate preventivamente od effettuate in violazione delle norme di cui al primo comma devono cessare immediatamente dopo la diffida, verbale o scritta, degli agenti comunali.
4. *Le autorizzazioni concernenti la pubblicità dovranno osservare le disposizioni del codice di autodisciplina pubblicitaria della comunicazione commerciale Emanato dall'Istituto dell'Autodisciplina Pubblicitaria di Milano con particolare riferimento all'art. 9 (che impedisce il ricorso in pubblicità ad affermazioni o rappresentazioni di violenza fisica o morale o tali che secondo il gusto, la sensibilità dei consumatori, debbano ritenersi indecenti, volgari o ripugnanti) e, all'articolo 10 (secondo cui la pubblicità non deve offendere le convinzioni morali, civili e religiose dei cittadini e deve rispettare la dignità delle persone in tutte le sue forme ed espressioni evitando ogni forma di discriminazione compresa quella di genere).*

ART. 3

Divieti di installazione e di effettuazione di pubblicità

1. Nell'ambito ed in prossimità dei luoghi sottoposti a vincoli di tutela di bellezze naturali, paesaggistiche ed ambientali non può essere autorizzato il collocamento di cartelli e di altri mezzi pubblicitari, salvo quanto previsto dall'art. 14 della legge n. 1497 del 29 giugno 1939.
2. Sugli edifici e nei luoghi di interesse storico ed artistico, su statue, monumenti, fontane monumentali, mura e porte della città e sugli altri beni di cui all'art. 22 della legge 1 giugno 1939, n. 1089, sul muro di cinta e nella zona di rispetto dei cimiteri, sugli edifici adibiti a sede di ospedali e chiese e nelle loro immediate adiacenze, è vietato collocare cartelli ed altri mezzi di pubblicità. Può essere autorizzata l'apposizione sugli edifici suddetti e sugli spazi adiacenti di targhe ed altri mezzi di indicazione, di materiale e stile compatibile con le caratteristiche architettoniche degli stessi e dell'ambiente nel quale sono inseriti.
3. Nel centro storico e nelle frazioni che hanno particolare pregio non è autorizzata l'installazione di insegne, cartelli ed altri mezzi pubblicitari che risultino in contrasto con i valori ambientali e tradizionali che caratterizzano le zone predette e gli edifici nelle stesse compresi.

Art. 4

Condizioni e limitazioni per la pubblicità lungo le strade

1. L'installazione di mezzi pubblicitari consentita lungo le strade od in vista di esse fuori del centro abitato dall'art. 23 del d.lgs. 30 aprile 1992, n. 285, modificato dall'art. 13 del d.lgs. 10 settembre 1993, n. 360, è soggetta alle condizioni, limitazioni e prescrizioni previste da detta norma e dalle modalità di attuazione della stessa stabilite dal par. 3°, capo I, titolo II del regolamento emanato con il D.P.R. 16 dicembre 1992, n. 495 e successive modificazioni apportate dal D.P.R. 16 settembre 1996, n. 610, nonché dalle norme regolamentari emanate ed emanande da questo Comune.

Art. 5

Tipologia dei mezzi pubblicitari

1. Le tipologie pubblicitarie oggetto del presente regolamento sono classificate, secondo il d.lgs. 15 novembre 1993 n. 507, in:
 - a) *pubblicità ordinaria*;
 - b) *pubblicità effettuata con pannelli luminosi, proiezioni e veicoli*;
 - c) *pubblicità varia*.
2. La pubblicità ordinaria è effettuata mediante insegne, cartelli, locandine, targhe, stendardi e con qualsiasi altro mezzo non previsto dai successivi commi. Per le definizioni relative alle insegne, targhe, cartelli, locandine, stendardi ed altri mezzi pubblicitari si fa riferimento ai commi 1, 3, 5, 6, 7 e 8 dell'art. 47 del regolamento emanato con D.P.R. 16 dicembre 1992, n. 495, intendendosi compresi negli "altri mezzi pubblicitari" i "segni orizzontali reclamistici" ed esclusi gli "striscioni", disciplinati dalle norme del presente regolamento relative alla "pubblicità varia".
3. È considerata *pubblicità ordinaria* agli effetti dell'applicazione dell'imposta di pubblicità quella effettuata mediante affissione diretta, anche per conto altrui, di manifesti e simili su apposite strutture adibite all'esposizione di tali mezzi, purché regolarmente autorizzate, fatta salva, in mancanza, l'applicazione dei diritti di affissione evasi e delle relative sanzioni.
4. La pubblicità con *pannelli luminosi* è effettuata con insegne, pannelli ed 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.
5. Si intende *pubblicità con proiezioni* quella realizzata all'aperto o in luoghi pubblici o aperti al pubblico attraverso diapositive luminose e cinematografiche effettuate su schermi o pareti riflettenti.
6. La *pubblicità effettuata con veicoli* è distinta come appresso:
 - a) pubblicità visiva effettuata per conto proprio od altrui all'interno ed all'esterno di veicoli in genere e di vetture autofilotranviarie, di uso pubblico o privato, di seguito definita "pubblicità ordinaria con veicoli";
 - b) pubblicità effettuata per conto proprio su veicoli di proprietà dell'impresa o adibiti ai trasporti per conto proprio od altrui, compresi i veicoli circolanti con rimorchio, di seguito definita "pubblicità con veicoli dell'impresa".Per l'effettuazione di pubblicità con veicoli si osservano le disposizioni di cui agli artt. 57 e 59 del regolamento emanato con D.P.R. 16 dicembre 1992, n. 495, nonché dell'art. 13 del D.Lgs. n. 507/1993 e della L. n. 16 del 27 febbraio 2002.

La *pubblicità varia* comprende:

- a) la pubblicità effettuata con striscioni, festoni di bandierine od altri mezzi simili che attraversano strade o piazze, di seguito definita *pubblicità con striscioni*;
- b) la pubblicità effettuata nello spazio aereo del territorio del Comune da aeromobili mediante scritte, striscioni, disegni fumogeni, lancio di oggetti o manifestini, compresa quella eseguita su specchi d'acqua, di seguito definita *pubblicità da aeromobili*;
- c) la pubblicità effettuata con palloni frenati o simili, definita *pubblicità con palloni frenati*;
- d) la pubblicità effettuata mediante distribuzione, anche con veicoli, di manifestini o di altro materiale pubblicitario, oppure mediante persone circolanti con cartelli od altri mezzi pubblicitari, definita di seguito *pubblicità in forme ambulanti*;

- e) la pubblicità effettuata a mezzo di apparecchi amplificatori e simili definita *pubblicità fonica*.

ART. 6

Caratteristiche e modalità di installazione

1. I cartelli e gli altri mezzi pubblicitari non luminosi devono avere le caratteristiche ed essere installati con le modalità previste dall'art. 49 del D.P.R. 16 dicembre 1992, n. 495 e con l'osservanza di quanto stabilito dall'art. 4 del presente regolamento.
2. Le sorgenti luminose, i cartelli e gli altri mezzi pubblicitari posti fuori dal centro abitato, lungo o in prossimità delle strade dove ne è consentita l'installazione, devono essere conformi a quanto prescrive l'art. 50 del D.P.R. 16 dicembre 1992, n. 495.
3. La installazione all'interno del centro abitato di pannelli ed altri mezzi pubblicitari luminosi aventi le caratteristiche di cui al quarto comma del precedente articolo 5 è soggetta ad autorizzazione dell'Amministrazione che viene rilasciata tenuto conto dei divieti, limitazioni e modalità stabilite dal presente regolamento.

ART. 7

Autorizzazioni e modalità della richiesta

1. Il rilascio delle autorizzazioni alla installazione di cartelli ed altri mezzi pubblicitari fuori dal centro abitato, sulle strade ed aree pubbliche del Comune ed assimilate o da esse visibili è soggetto alle disposizioni stabilite dall'art. 53 del D.P.R. 16 dicembre 1992, n. 495 e successive modificazioni apportate dal D.P.R. 16 settembre 1996, n. 610. L'autorizzazione è rilasciata dall'Amministrazione competente tra quelle ivi indicate (art. 53 citato, primo comma), previa presentazione della domanda corredata della relativa documentazione (terzo comma).
2. Il rilascio delle autorizzazioni alla installazione di insegne, targhe, cartelli ed altri mezzi pubblicitari *nel centro abitato* è di competenza dell'Amministrazione comunale, salvo il preventivo nulla-osta tecnico dell'ente proprietario se la strada è statale, regionale o provinciale, in conformità al quarto comma dell'art. 23 del d.lgs. 30 aprile 1992, n. 285 e successive modificazioni.
3. È fatto divieto di esporre alcun mezzo pubblicitario prima di aver ottenuto la "prescritta autorizzazione".
L'esposizione di pubblicità può essere consentita senza formale autorizzazione nei seguenti casi:
 - a) pubblicità effettuata all'interno di luoghi pubblici o aperti al pubblico, esclusi gli stadi ed impianti sportivi, qualora non sia direttamente visibile e percettibile da piazze, strade ed altri spazi di uso pubblico;
 - b) pubblicità relativa a vendite e locazioni su stabili di nuova e vecchia costruzione, purché contenuta nelle aperture murarie;
 - c) pubblicità effettuata mediante esposizione di locandine, con scritte e targhe apposte su veicoli privati o in forma sonora.Alla pubblicità "effettuata" nell'ambito delle "Ferrovie dello Stato" si applicano le disposizioni espressamente emanate al riguardo, fermo restando il consenso del Comune all'effettuazione della stessa.

In ogni caso, le autorizzazioni di cui al presente comma s'intendono rilasciate facendo salvi gli eventuali diritti dei terzi, nonché ogni altra autorizzazione di competenza di altre autorità o enti che dovrà essere preventivamente richiesta dagli interessati.

In tutti i casi in cui la posizione del manufatto comporti la manomissione di suolo o di marciapiede dovranno essere osservate le norme che regolano tale materia.

Gli interessati dovranno altresì osservare tutte le vigenti disposizioni di edilizia, estetica cittadina, polizia urbana, pubblica sicurezza.

E' vietata in ogni caso la collocazione di insegne con caratteristiche grafiche e/o in punti tali da poter ingenerare confusione con la segnaletica stradale o comunque da intralciare la circolazione.

4. Il soggetto interessato al rilascio dell'autorizzazione di cui al comma 2 deve presentare la domanda presso il competente Ufficio comunale.

La domanda di autorizzazione deve essere redatta su carta legale in triplice copia e deve contenere:

- l'indicazione delle generalità, della residenza o domicilio legale e del codice fiscale del richiedente;
- in caso di società occorre specificare anche la ragione sociale, la sede legale, il codice fiscale o partita I.V.A. e il numero di iscrizione alla C.C.I.A.A.;
- il numero di telefono per comunicazioni inerenti la pratica;
- l'ubicazione esatta del luogo ove si intende installare ogni singolo impianto con l'autodichiarazione di conoscere o sottostare a tutte le condizioni e disposizioni previste nel Piano generale degli impianti e del presente regolamento;
- progetto di insegna o cartello in scala tale da individuare tutti gli elementi essenziali, compreso il disegno del supporto, e per le insegne luminose lo schema elettrico e costruttivo della parte elettrica, da realizzarsi comunque.

In osservanza delle vigenti norme C.E.I. (Comitato Elettrotecnico italiano), debitamente sottoscritto anche dal titolare dell'azienda costruttrice;

- descrizione tecnica dettagliata del tipo di insegna o cartello in progetto o comunque della forma pubblicitaria di cui il richiedente intende avvalersi con l'indicazione dei materiali impiegati, il colore delle varie parti e, per le insegne luminose, del colore e della qualità della luce;
- documentazione fotografica completa che illustri dettagliatamente il punto di collocazione e l'ambiente circostante, oltre apposita pianta planimetrica ove deve essere riportata la posizione del mezzo pubblicitario per il quale si chiede l'autorizzazione;
- autodichiarazione redatta ai sensi della legge 4/01/1965, n. 15, con la quale si attesti che il manufatto che si intende collocare è stato calcolato, realizzato e sarà posto in opera tenendo conto della natura del terreno e della spinta del vento in modo da garantirne la stabilità e che l'impianto nelle sue varie componenti risponde alle normative vigenti in ordine alla pubblica incolumità;
- firma del progetto di tecnico abilitato iscritto all'albo dei geometri, ingegneri e architetti;
- nulla osta tecnico dell'ente proprietario della strada, se la stessa non è comunale.

Per l'installazione di più mezzi pubblicitari deve essere presentata una sola domanda ed una sola auto-dichiarazione. Se l'autorizzazione viene richiesta per mezzi aventi lo stesso bozzetto e caratteristiche, può essere allegata una sola copia dello stesso.

Copia della domanda viene restituita con l'indicazione:

- a) della data e numero di ricevimento al protocollo comunale;
- b) del funzionario responsabile del procedimento e della ubicazione del suo ufficio e dei numeri di telefono e di fax;
- c) del termine entro il quale sarà emesso il provvedimento.

La procedura di cui sopra dovrà eseguirsi anche per ogni modificazione che si intenda apportare al mezzo pubblicitario o di arredo già autorizzato.

Le domande di voltura dovranno essere corredate dalla precedente autorizzazione o di documentazione sostitutiva.

La **domanda di rinnovo** deve essere presentata, con le medesime modalità della prima istanza, 60 giorni prima della scadenza.

5. Istruttoria e integrazione della domanda:

Nel caso in cui la domanda non sia corredata dalla documentazione prevista, ovvero, nel caso in cui l'ufficio ritenga di dover acquisire ulteriore documentazione, ne dovrà essere fatta richiesta dal responsabile del procedimento, entro quindici giorni dalla presentazione della domanda.

Qualora l'ulteriore documentazione richiesta non venga prodotta entro trenta giorni, la domanda verrà rigettata.

6. Rilascio:

L'Ufficio competente a seguito e a completamento dell'istruttoria entro i sessanta giorni successivi, concede o nega l'autorizzazione.

7. Durata :

L'autorizzazione prevede il periodo temporale per la quale viene rilasciata .

7. Cessazione dell'autorizzazione:

L'autorizzazione può essere revocata prima della scadenza per:

- motivi di interesse pubblico legati alla realizzazione di interventi pubblici sul territorio incompatibili con la permanenza dell'impianto;
- inadempimento degli obblighi da parte del titolare dell'autorizzazione ;
- mancata corresponsione di quanto dovuto al Comune o ad altri Enti pubblici;
- rinuncia espressa, con documentazione della rimozione dell'impianto e riconsegna del titolo in originale.

9. Decadenza dell'autorizzazione:

L'installazione del mezzo pubblicitario deve avvenire, a pena di decadenza, entro il termine di novanta giorni dalla data di notifica della autorizzazione.

ART. 8

Obblighi del titolare dell'autorizzazione

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

- c) adempiere nei tempi prescritti a tutte le disposizioni impartite dall'Amministrazione, sia al momento del rilascio dell'autorizzazione, sia successivamente per intervenute e motivate esigenze
 - d) provvedere alla rimozione in caso di scadenza, decadenza o revoca dell'autorizzazione o del venir meno delle condizioni di sicurezza previste all'atto dell'installazione o di motivata richiesta dell'Amministrazione.
 - e) dichiarare i propri impianti all'Ufficio Affissioni e pubblicità e TOSAP del Comune, prima dell'installazione degli stessi, corrispondendo contestualmente l'imposta di pubblicità e la tassa OSAP se dovute;
 - f) per le autorizzazioni rilasciate per la posa di mezzi temporanei di provvedere alla rimozione degli stessi entro le dodici ore successive alla conclusione della manifestazione o dello spettacolo per il cui svolgimento sono stati autorizzati, ripristinando il preesistente stato dei luoghi ed il preesistente grado di aderenza delle superfici stradali
 - g) installare il mezzo pubblicitario autorizzato entro il termine perentorio di centoottanta giorni dalla data di notifica dell'autorizzazione.
2. Su ogni cartello o mezzo pubblicitario autorizzato dovrà essere saldamente fissata, a cura e spese del titolare dell'autorizzazione, una targhetta metallica prescritta dall'art. 55 D.P.R. n. 495/1992, posta in posizione facilmente accessibile, sulla quale sono riportati, con caratteri incisi, i seguenti dati:
- a) amministrazione rilasciante
 - b) soggetto titolare
 - c) numero dell'autorizzazione
- La targhetta deve essere sostituita ad ogni rinnovo dell'autorizzazione ed ogni qualvolta intervenga una variazione di uno dei dati su di essa riportati o quando la stessa venga danneggiata.

ART. 9

Criteri per il «Piano generale degli impianti»

1. La pubblicità esterna e le pubbliche affissioni sono effettuate nel territorio del Comune di AMANTEA in conformità al *piano generale degli impianti pubblicitari e delle pubbliche affissioni*, da realizzare in attuazione delle modalità e dei criteri stabiliti dal d.lgs. 15 novembre 1993, n. 507 e dal presente regolamento.
2. Il *piano degli impianti pubblicitari e delle pubbliche affissioni* ha valore regolamentare e indica gli ambiti del territorio comunale nei quali sono localizzati i mezzi di pubblicità esterna, la zonizzazione generale, il numero complessivo per zona degli impianti di proprietà pubblica e di quelli eventualmente previsti per affissioni dirette di natura commerciale affidate ai privati; le varie tipologie di pubblicità.
3. Alla formazione del piano provvede un *gruppo di lavoro* costituito dai funzionari comunali responsabili dei servizi: tributi, pubblicità e affissioni, urbanistica e viabilità, polizia municipale. Se il servizio di accertamento e riscossione dell'imposta di pubblicità e dei diritti sulle pubbliche affissioni è affidato in concessione, fa parte del gruppo di lavoro anche uno o più rappresentanti del concessionario con specifiche qualificazioni tecniche e tributarie. Il progetto del piano è sottoposto al parere della Commissione edilizia, che lo esprime entro 20 giorni dalla richiesta. Il gruppo di lavoro, esaminato il parere della Commissione o preso atto alla scadenza del termine senza osservazioni, procede alla reda-

zione del piano definitivo che è approvato con apposita deliberazione della Giunta municipale, previa approvazione di eventuali norme regolamentari da parte del Consiglio Comunale.

4. Con l'entrata in vigore del presente *regolamento* e del *piano generale degli impianti* viene dato corso alle istanze eventualmente giacenti per l'installazione di quegli impianti pubblicitari i cui provvedimenti autorizzativi non hanno avuto seguito in conseguenza a quanto previsto dall'art. 36 comma 8 del d.lgs. 507/93. Dalla stessa data l'Amministrazione provvede a dar corso ai procedimenti relativi alle richieste di installazione di nuovi impianti.
5. Il *piano generale degli impianti* può essere adeguato o modificato entro il 31 marzo di ogni anno, con decorrenza dall'anno in corso, per effetto delle variazioni intervenute nella consistenza demografica del Comune, dell'espansione dei centri abitati, dello sviluppo della viabilità e di ogni altra causa rilevante che viene illustrata nella motivazione del provvedimento di modifica.

ART. 10

Impianti per le affissioni pubbliche e private.

1. L'Amministrazione comunale, visto quanto disposto dal terzo comma dell'art. 18 del d.lgs. 15 novembre 1993, n. 507, tenuto conto della popolazione residente al 31 dicembre 2001, stabilisce che la superficie degli impianti da adibire alle affissioni pubbliche e private deve essere di complessivi mq. 666 così ripartiti:
 - a) mq. 35 pari al 5,40 %, è la superficie destinata alle affissioni di natura istituzionale, sociale o comunque priva di rilevanza economica, effettuate dal servizio comunale;
 - b) mq. 337 pari al 50,60 %, è la superficie destinata alle affissioni di natura commerciale e comunque di rilevanza economica effettuate dal servizio comunale;
 - c) una superficie non superiore a mq. 294 pari al 44% è destinata alle affissioni di natura commerciale effettuata direttamente da soggetti privati, comunque diversi dal Concessionario del servizio, ove lo stesso sia affidato in concessione;
2. Gli impianti stabili per le pubbliche affissioni possono essere costituiti da:
 - a) standardi monofacciali e bifacciali delle dimensioni multiple di cm. 70x100 quali cm. 100x140, 140x200, 200x140 e 140x100;
 - b) *plance* o *tablette* delle stesse dimensioni di cui sopra;
 - c) *posters* da mt. 6,00 x 3,00;

Gli ulteriori spazi da destinare all'occorrenza alle pubbliche affissioni sono:

 - a) ponteggi e steccati di carattere provvisorio;
 - b) standardi mobili a carattere stagionale;
 - c) da altri spazi ritenuti idonei dal responsabile del servizio, tenuto conto dei divieti e delle limitazioni stabilite dal presente regolamento.
3. Gli impianti di cui può essere autorizzata la installazione per le affissioni dirette di manifesti di natura commerciale da parte di privati, anche per conto di terzi possono essere costituiti esclusivamente da posters di metri 6,00 x 3,00 mono o bifacciali.
4. Gli impianti del pubblico servizio hanno, di regola, dimensioni pari o multiple di cm. 70x100 e sono collocati in posizioni che consentono la libera e totale visione e percezione del messaggio pubblicitario per tutti i lati che vengono utilizzati per l'affissione. Gli im-

pianti per affissioni funebri, viceversa, essendo di interesse specifico degli abitanti residenti devono essere collocati in posizioni riservate che non prevedono la visibilità a distanza. Ciascun impianto reca, in alto o sul lato destro, una targhetta con l'indicazione "Comune di AMANTEA - Servizio pubbliche affissioni" ed il numero di individuazione dell'impianto.

5. Gli impianti non possono essere collocati nei luoghi nei quali è vietata la installazione di mezzi pubblicitari a norma dell'art. 3 del presente regolamento.
6. L'installazione di impianti per le affissioni lungo le strade è soggetta alle disposizioni di cui all'art. 4 del presente regolamento e, in generale, alle disposizioni del d.lgs. 30 aprile 1992, n. 285 e del D.P.R. 16/12/1992, n. 495, nonché del d.lgs. 10/9/1993 n. 360.
7. Il piano degli impianti per le pubbliche affissioni deve indicare per ciascuno di essi:
 - a) la destinazione dell'impianto;
 - b) l'ubicazione;
 - c) la tipologia;
 - d) la dimensione e il numero di fogli cm. 70x100 che l'impianto contiene;
 - e) la numerazione dell'impianto ai fini della sua individuazione.
8. Il piano degli impianti per le pubbliche affissioni deve essere corredato da un quadro di riepilogo comprendente l'elenco dei detti impianti con il numero distintivo, l'ubicazione, la destinazione e la superficie.
9. La ripartizione degli spazi per le affissioni può essere rideterminata ogni anno (con deliberazione da adottarsi entro il 31 marzo) qualora nel periodo precedente si siano verificate ricorrenti eccedenze od insufficienze di spazi nell'una o nell'altra categoria, rendendo necessario il riequilibrio delle superfici alle stesse assegnate in relazione alle effettive necessità che si presentano.
10. L'Amministrazione ha facoltà di provvedere allo spostamento dell'ubicazione di impianti per le pubbliche affissioni in qualsiasi momento risulti necessario per esigenze di servizio, circolazione stradale, realizzazione di opere o altri motivi. Nel caso che lo spostamento riguardi impianti attribuiti a soggetti che effettuano affissioni dirette, convenzionate con l'Amministrazione per utilizzazioni ancora in corso al momento dello spostamento, i detti soggetti possono accettare di continuare l'utilizzazione dell'impianto nella nuova sede oppure rinunciare alla stessa. In tale ipotesi, essi otterranno dall'Amministrazione il rimborso in decimi dell'imposta già corrisposta, sempreché dell'impianto non si sia già usufruito per un periodo superiore a tre mesi (art. 12, comma 2, del d.lgs. n. 507/1993).

ART. 11

Categoria delle località

1. Le località del territorio del Comune, sono suddivise in due categorie: *speciale* ed *ordinaria*, in relazione alla loro importanza, agli effetti dell'applicazione dell'imposta sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni, limitatamente alle affissioni commerciali.
2. Nella categoria speciale è applicata alla tariffa normale dell'imposta e del diritto una maggiorazione del 50%.

3. La superficie per le pubbliche affissioni realizzate nelle località individuate in categoria speciale non è superiore alla metà di quella complessiva stabilita dall'art. 10 del presente regolamento e non è superiore al 35% di quella del centro abitato per come delimitato ai sensi dell'art. 4 del d.lgs. 30 aprile 1992 n. 285. Tali proporzioni verranno mantenute anche nel caso di future modifiche del *piano generale degli impianti*.
4. per la determinazione delle località rientranti nella categoria speciale si rinvia all'adozione di apposito provvedimento successivo.
5. il Comune, in applicazione dell'Art.3, comma 6) del D.Lgs. n.507/93. in relazione a rilevanti flussi turistici desumibili dagli indici oggettivi di ricettività, può applicare per tutta la stagione turistica di complessivi mesi due corrispondenti al periodo intercorrenti dal 1° Luglio al 31 Agosto di ogni Anno, una maggiorazione del 50% delle tariffe per la pubblicità di cui agli Articoli 12, comma 2, 14. commi 2,3, 4 e 5, e all'Articolo 15, nonché, limitatamente a quelle di carattere commerciale, della tariffa per le pubbliche affissioni di cui all'Articolo 19.

ART. 12

Presupposto dell'imposta di pubblicità

1. È soggetta all'imposta di pubblicità la diffusione di messaggi pubblicitari effettuata attraverso forme di comunicazione 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.
2. Ai fini dell'imposizione si considerano rilevanti i messaggi diffusi nell'esercizio di una attività economica allo scopo di promuovere la domanda di beni o servizi, ovvero finalizzati a migliorare l'immagine del soggetto pubblicizzato.
3. Sono escluse dall'imposizione le insegne di esercizio come definite al successivo articolo 13.

ART. 13

Insegne di esercizio – Esclusione dall'imposta

1. Ai sensi del combinato disposto degli art. 17 comma 1 bis del D.Lgs. 507/93 introdotto dall'art. 10 comma 1 lett. c della L. n. 448/01 dell'art. 2 bis della Legge n. 75/02 e dell'art. 47 comma 1 del regolamento di cui al D.P.R. n. 495/92, si definisce insegna di esercizio la scritta in caratteri alfanumerici, realizzata o supportata con materiali di qualsiasi natura, completata eventualmente da un simbolo o da un marchio, che sia posta nella sede o nelle pertinenze accessorie alla stessa e che abbia la funzione di indicare al pubblico e di contraddistinguere il luogo di svolgimento delle attività economiche, intendendosi le stesse, ai fini della esclusione dal tributo, quelle commerciali e di produzione di beni o servizi.
2. La insegna per come definita per essere esclusa dal tributo deve limitarsi alla indicazione dell'attività generica esercitata, della titolarità e del marchio, o simbolo, dell'esercizio e

