



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
 - variaz. In aumento.....
 - variaz. 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:

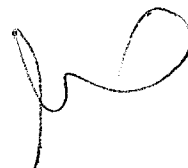
- che con propria precedente deliberazione n°3 adottata nella seduta del 02 febbraio 2004, è stato approvato il “*Regolamento dell'imposta sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni*”;
- che il suddetto regolamento risultava costituito da n°35 articoli;
- che dalla data della sua adozione, 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;

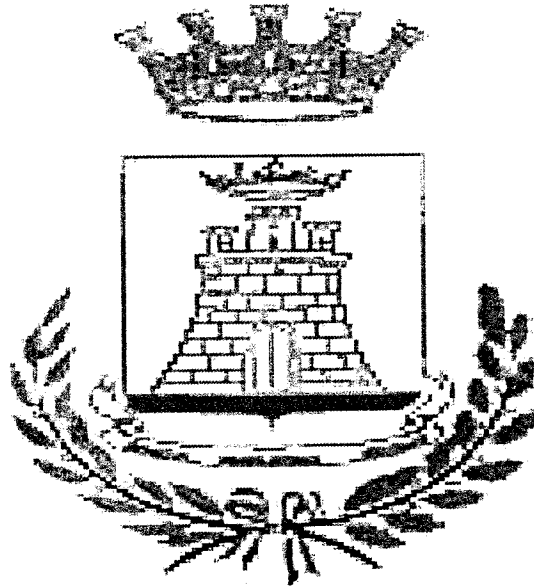
DELIBERA

- 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

può essere posta all'interno, sulle vetrine e negli ingressi, sulle pareti soprastanti e laterali e se bifacciale o a più facce, anche infissa sulle medesime.

3. Le insegne poste su spazi ed aree pubbliche, o di terzi, in prossimità, o a distanza della sede dell'esercizio e comunque ubicate al di fuori della stessa, o delle eventuali pertinenze accessorie, sono soggette ad imposta di pubblicità.
4. L'imposta è dovuta parimenti sulle insegne di esercizio che superano, singolarmente o complessivamente, la superficie di 5 metri quadrati. La detta superficie è da calcolare secondo i criteri di cui all'art. 7 del D.Lgs. 507/93 per ogni sede nel caso di pluralità di sedi nello stesso Comune.

ART. 14

Soggetto passivo

1. Soggetto passivo dell'imposta sulla pubblicità tenuto al pagamento in via principale, è colui che dispone a qualsiasi titolo del mezzo attraverso il quale il messaggio pubblicitario viene diffuso.
2. È solidalmente obbligato al pagamento dell'imposta colui che produce o vende la merce o fornisce i servizi oggetto della pubblicità.

ART. 15

Modalità di applicazione dell'imposta

1. 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.
2. Le superfici inferiori ad un metro quadrato si arrotondano per eccesso al metro quadrato e le frazioni di esso, oltre il primo, a mezzo metro quadrato; non si fa luogo ad applicazioni di imposta per superfici inferiori a trecento centimetri quadrati.
3. Per i mezzi pubblicitari polifacciali l'imposta è calcolata in base alla superficie complessiva adibita alla pubblicità.
4. Per i mezzi pubblicitari aventi dimensioni volumetriche l'imposta è calcolata in base alla superficie complessiva risultante dallo sviluppo del minimo solido geometrico in cui può essere circoscritto il mezzo stesso.
5. I festoni di bandierine e simili, nonché i mezzi di identico contenuto, ovvero riferibili al medesimo soggetto passivo, collocati in connessione tra loro, si considerano, agli effetti del calcolo della superficie imponibile, come un unico mezzo pubblicitario.
6. Le maggiorazioni e gli aumenti di imposta a qualunque titolo previsti sono cumulabili e devono essere applicati alla tariffa base; le riduzioni non sono cumulabili.
7. Qualora la pubblicità venga effettuata in forma luminosa o illuminata la relativa tariffa di imposta è maggiorata del 100 per cento.

ART. 16

Dichiarazione di inizio e di cessazione delle esposizioni

1. Il soggetto passivo è tenuto, prima di iniziare la pubblicità, a presentare all'Amministrazione - o al suo Concessionario - apposita dichiarazione anche cumulativa, nella quale devono essere indicate le caratteristiche, la durata della pubblicità e l'ubicazione dei mezzi pubblicitari utilizzati. Il relativo modello di dichiarazione deve essere predisposto dal Comune e messo a disposizione degli interessati.
2. La dichiarazione deve essere presentata anche nei casi di variazione di pubblicità, che comportino la modificazione della superficie esposta o del tipo di pubblicità effettuata, con conseguente nuova imposizione; è fatto obbligo all'Amministrazione di procedere al conguaglio fra l'importo dovuto in seguito alla nuova dichiarazione e quello pagato per lo stesso periodo.
3. La dichiarazione della pubblicità annuale ha effetto anche per gli anni successivi, purchè non si verificano modificazioni degli elementi dichiarativi cui consegua un diverso ammontare dell'imposta dovuta; tale pubblicità si intende prorogata con il pagamento della relativa imposta effettuato entro il 31 gennaio dell'anno di riferimento, sempre che non venga presentata denuncia di cessazione entro il medesimo termine.
4. Qualora venga omessa la presentazione della dichiarazione, la pubblicità ordinaria si presume effettuata, in ogni caso, con decorrenza dal primo gennaio dell'anno in cui è stata accertata. Per le altre fattispecie la presunzione opera dal primo giorno del mese in cui è stato effettuato l'accertamento.
5. L'utente che intende non più usufruire di parte o tutte le esposizioni pubblicitarie a suo tempo dichiarate o accertate d'ufficio deve procedere alla rimozione entro il 31 dicembre dell'anno di competenza e presentare entro il 31 gennaio dell'anno successivo presso l'ufficio affissioni e pubblicità o tramite raccomandata, apposita dichiarazione di disdetta su carta semplice o intestata, che contenga i propri dati identificativi e quelli dei mezzi pubblicitari rimossi.
6. L'utente che intende prorogare la esposizione della pubblicità oltre l'anno, per un periodo massimo non superiore ai tre mesi, deve presentare la relativa dichiarazione prima della scadenza annuale.
7. Le denunce di disdetta presentate o pervenute dopo il 31 gennaio hanno effetto a decorrere dal 1° gennaio dell'annualità successiva.

ART. 17

Pagamento dell'imposta

1. L'imposta è dovuta per anno solare di riferimento cui corrisponde una autonoma obbligazione tributaria.
2. Il pagamento dell'imposta deve essere effettuato mediante versamento a mezzo di conto corrente postale intestato all'Amministrazione, ovvero, in caso di affidamento in concessione, al suo concessionario. L'attestazione dell'avvenuto pagamento deve essere allegata alla prescritta dichiarazione.

3. L'Amministrazione, per particolari esigenze organizzative, può consentire il pagamento direttamente presso lo sportello apposito dei diritti relativo ad affissioni non aventi carattere commerciale.
4. Per la pubblicità relativa a periodi inferiori all'anno solare l'imposta deve essere corrisposta in unica soluzione; per la pubblicità annuale l'imposta può essere corrisposta in rate trimestrali anticipate qualora sia di importo superiore ad € 1.549,37.
5. La riscossione coattiva dell'imposta si effettua secondo le disposizioni di cui all'art. 52 del d.lgs. n. 446/97:
 - a) tramite l'*emissione del ruolo* secondo le disposizioni del D.P.R. n. 43/1988 e successive modificazioni, che deve essere formato e reso esecutivo entro il 31 dicembre del secondo 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. Si applica l'articolo 2752, comma 4, del codice civile;
 - b) ovvero, tramite l'*ingiunzione* prevista dal r.d. 14 aprile 1910, n. 639 e successive modificazioni; nel caso di gestione condotta dal concessionario il relativo seguito è di competenza ed è a carico del medesimo anche dopo la scadenza contrattuale, fino a recupero effettuato o all'acclarata e documentata impossibilità di realizzo e fermo restando l'obbligo della prestazione della relativa cauzione.
6. Entro il termine di due anni decorrente dal giorno in cui è stato effettuato il pagamento, ovvero da quello in cui è stato definitivamente accertato il diritto al rimborso, il contribuente può chiedere la restituzione di somme versate e non dovute mediante apposita istanza. L'Amministrazione è tenuta a provvedere nel termine di novanta giorni.
7. Qualora la pubblicità sia effettuata su impianti installati su beni appartenenti o dati in godimento all'Amministrazione, l'applicazione dell'imposta sulla pubblicità non esclude quella della tassa per l'occupazione di spazi ed aree pubbliche, nonché il pagamento di canoni di locazione o di concessione commisurati alla effettiva occupazione del suolo pubblico del mezzo pubblicitario (*legge finanziaria 2001, art. 145, comma 55*).

ART. 18

Rettifica ed accertamento d'ufficio

1. L'Amministrazione, entro due anni dalla data in cui la dichiarazione è stata o avrebbe dovuto essere presentata, procede a rettifica o ad accertamento di ufficio notificando al contribuente, anche a mezzo posta mediante raccomandata con avviso di ricevimento, apposito avviso motivato.
2. Nell'avviso devono essere indicati il soggetto passivo, le caratteristiche e l'ubicazione del mezzo pubblicitario, l'importo dell'imposta o della maggiore imposta accertata, delle sanzioni dovute e dei relativi interessi, nonché il termine di sessanta giorni entro cui effettuare il relativo pagamento.
3. Gli avvisi di accertamento sono sottoscritti dal funzionario designato dall'Amministrazione per l'organizzazione e la gestione dell'imposta, ovvero, nel caso di gestione in concessione, da soggetto all'uopo delegato dal concessionario.

ART. 19
Deliberazione delle tariffe

1. Le tariffe dell'imposta sulla pubblicità sono deliberate dalla Giunta municipale nelle misure e nei limiti stabiliti dal d.lgs. 507/1993 con la rideterminazione delle tariffe base limitatamente alla pubblicità ordinaria, in applicazione del D.P.C.M. 16 febbraio 2001 e delle successive modificazioni.
2. Le eventuali variazioni sono deliberate entro il termine di legge. Qualora entro il termine predetto non venga adottata delibera alcuna di variazione, si intendono confermate le tariffe dell'anno precedente.

Art. 20
Tariffe dell'imposta sulla pubblicità ordinaria

1. La pubblicità ordinaria che non costituisce comunque insegna, le insegne non identificabili come insegne di esercizio e le insegne di esercizio che superano la superficie complessiva di mq. 5, di cui rispettivamente agli articoli 5, comma 2, e 13 del presente regolamento sono assoggettabili all'imposta di pubblicità in relazione alle superfici singolarmente occupate, in base alle seguenti tariffe per ogni metro quadrato di superficie e per anno solare:
 - a. *Tariffa base per pubblicità ordinaria*: € 13.43 =
Ai sensi dell'Art.1 del D.P.C.M. del 16/02/2001.
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 posters all'uopo autorizzati si applica l'imposta in base alla superficie complessiva del singolo impianto nella misura e con le modalità previste dai commi 1 e 2.
La corresponsione dell'imposta in luogo del diritto sulle pubbliche affissioni è esclusa se il poster non è regolarmente autorizzato in conformità a quanto previsto dal piano generale degli impianti affissionistici e pubblicitari.
4. Per la pubblicità di cui ai commi precedenti che abbia superficie compresa tra metri quadrati 5,5 e 8,5 la tariffa dell'imposta è maggiorata del 50 per cento; per quella superiore a metri quadrati 8,5 la maggiorazione è del 100 per cento.

ART. 21
Pubblicità effettuata con veicoli

1. Per la pubblicità visiva effettuata per conto proprio o altrui all'interno e all'esterno di veicoli in genere, di vetture autofilotranviarie, 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'art. 20, comma 1 del presente regolamento. Qualora la pubblicità sia effettuata in forma luminosa o illuminata la relativa tariffa di imposta è maggiorata del 100%.

2. 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.
3. Per la pubblicità effettuata per conto proprio su veicoli di proprietà dell'impresa o adibiti ai trasporti per suo conto, l'imposta è dovuta per anno solare al Comune ove ha la sede l'impresa stessa o qualsiasi altra sua 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 la seguente tariffa:

a) per autoveicoli con portata superiore a 3.000 kg.:	€ .74.37
b) per autoveicoli con portata inferiore a 3.000 kg.:	€ 49.58
c) per motoveicoli e veicoli non ricompresi nelle due precedenti categorie:	€ 24.79

 Per i veicoli circolanti con rimorchio la tariffa di cui al presente comma è raddoppiata.
4. Per i veicoli di cui al comma 3 non è dovuta l'imposta per l'indicazione del marchio, della ragione sociale e dell'indirizzo dell'impresa, purchè sia apposta non più di due volte e ciascuna iscrizione non sia di superficie superiore a mezzo metro quadrato.
5. L'imposta non è dovuta altresì per le indicazioni, sui veicoli utilizzati per il trasporto, della ditta e dell'indirizzo dell'impresa che effettua l'attività di trasporto, anche per conto terzi, limitatamente alla sola superficie utile occupata da tali indicazioni.
6. È fatto obbligo di conservare l'attestazione dell'avvenuto pagamento dell'imposta e di esibirla a richiesta degli agenti autorizzati.

ART. 22

Pubblicità effettuata con pannelli luminosi e proiezioni

1. Per la pubblicità 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 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:

- al metro quadro	€ 41.32 =
-------------------------	------------------

 Per la pubblicità di cui al 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.
2. 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.
3. Per la pubblicità realizzata in luoghi pubblici o aperti al pubblico attraverso diapositive, proiezioni luminose o cinematografiche effettuate su schermi o pareti riflettenti, si applica l'imposta per ogni giorno, indipendentemente dal numero dei messaggi e dalla superficie adibita alla proiezione, in € 2.58.

4. Qualora la pubblicità di cui al comma 1 abbia durata superiore a trenta giorni, dopo tale periodo si applica una tariffa giornaliera pari alla metà di quella ivi prevista.

ART. 23

Pubblicità varia

1. Per la pubblicità effettuata con striscioni o altri mezzi simili che attraversano strade o piazze la tariffa dell'imposta, per ciascun metro quadrato e per ogni periodo di esposizione di quindici giorni o frazione, è pari a quella prevista per la pubblicità ordinaria:
- al metro quadro:.....**€ 13.43=**
2. Per la pubblicità effettuata da aeromobili mediante scritte, striscioni, disegni fumogeni, lancio di oggetti o manifestini, ivi compresa quella eseguita su specchi d'acqua e fasce marittime limitrofi al territorio comunale, per ogni giorno o frazione, indipendentemente dai soggetti pubblicizzati, è dovuta l'imposta nella misura di **€ 61.97**
3. Per la pubblicità eseguita con palloni frenati e simili, si applica l'imposta in base alla tariffa pari alla metà di quella prevista dal comma 2, ossia **Euro 30.99**
4. Per la pubblicità effettuata mediante distribuzione, anche con veicoli, di manifestini o di altro materiale pubblicitario, oppure mediante persone circolanti con cartelli o altri mezzi pubblicitari, è dovuta l'imposta per ciascuna persona impiegata nella distribuzione od effettuazione e per ogni giorno o frazione, indipendentemente dalla misura dei mezzi pubblicitari o dalla quantità di materiale distribuito, in **€ 2.58 =**.
5. Per la pubblicità effettuata a mezzo di apparecchi amplificatori e simili, la tariffa dell'imposta dovuta per ciascun punto di pubblicità e per ciascun giorno o frazione è in **€ 7.75**

ART. 24

Riduzioni dell'imposta

1. 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.

ART. 25

Esenzioni dall'imposta

1. 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 purchè 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 al 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, relativa 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 in cui 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 dallo 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 ente 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.

ART. 26

Servizio delle pubbliche affissioni

1. Il servizio delle pubbliche affissioni è inteso a garantire specificatamente l'affissione, a cura del Comune o del concessionario, in appositi impianti a ciò destinati, di manifesti di qualunque materiale costituiti, contenenti comunicazioni aventi finalità istituzionali, sociali o comunque prive di rilevanza economica, ovvero, ove previsto, e nella misura stabilita dalle disposizioni regolamentari di messaggi diffusi nell'esercizio di attività economiche.

ART. 27

Diritto sulle pubbliche affissioni

1. Per l'effettuazione delle pubbliche affissioni è dovuto in solido, da chi richiede il servizio e da colui nell'interesse del quale il servizio stesso è richiesto, un diritto a favore del Comune che provvede alla loro esecuzione.
2. La misura del diritto sulle pubbliche affissioni per ciascun foglio e per i periodi di seguito indicati è la seguente:
 - manifesti formato 70 x 100: per i primi 10 giorni, € 1.14 =
 - per ogni periodo successivo di 5 giorni o frazione: € 0.34 =
3. Per ogni commissione inferiore a cinquanta fogli il diritto di cui al comma 2 è maggiorato del 50 per cento.

4. 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 è maggiorato dal 100 per cento.
5. Qualora il committente richieda espressamente che l'affissione venga eseguita in determinati spazi da lui prescelti, è dovuta una maggiorazione del 100 per cento del diritto.
6. Le disposizioni previste per l'imposta sulla pubblicità si applicano, per quanto compatibili, anche al diritto sulle pubbliche affissioni.
7. Il pagamento del diritto sulle pubbliche affissioni deve essere effettuato contestualmente alla richiesta del servizio, secondo le modalità previste dall'art. 16 del presente regolamento. Per il recupero di somme comunque dovute a tale titolo e non corrisposte si osservano le disposizioni dello stesso articolo.

ART. 28

Riduzioni del diritto

1. 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;
 - b) per i manifesti di comitati, associazioni, fondazioni 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. 29

Esenzione dal diritto

1. Sono esenti dal diritto sulle pubbliche affissioni:
 - a) i manifesti riguardanti le attività istituzionali del Comune da esso svolte in via esclusiva, esposti nell'ambito del proprio territorio, senza l'indicazione di sponsor;
 - b) i manifesti delle autorità militari relativi alle iscrizioni nelle liste di leva, alla chiamata ed ai richiami alle armi;
 - c) i manifesti dello Stato, delle Regioni e delle Province in materia di tributi;
 - d) i manifesti delle autorità di polizia in materia di pubblica sicurezza;
 - e) i manifesti relativi ad adempimenti di legge in materia di referendum, elezioni politiche, per il parlamento europeo, regionali, amministrative;
 - f) ogni altro manifesto la cui affissione sia obbligatoria per legge;
 - g) i manifesti concernenti corsi scolastici e professionali gratuiti regolarmente autorizzati.

ART. 30

Modalità per le pubbliche affissioni

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

2. La durata dell'affissione decorre dal giorno in cui è stata eseguita al completo; nello stesso giorno, su richiesta del committente, l'Amministrazione mette a sua disposizione l'elenco delle posizioni utilizzate con l'indicazione dei quantitativi affissi.
3. Il ritardo nell'effettuazione delle affissioni causato dalle avverse condizioni atmosferiche si considera caso di forza maggiore. In ogni caso, qualora il ritardo sia superiore a dieci giorni dalla data richiesta, l'Amministrazione deve darne tempestiva comunicazione per iscritto al committente.
4. La mancanza di spazi disponibili deve essere comunicata al committente per iscritto entro dieci giorni dalla richiesta di affissione.
5. Nei casi di cui ai commi 3 e 4 il committente può annullare la commissione senza alcun onere a suo carico e l'Amministrazione è tenuta al rimborso delle somme versate entro novanta giorni.
6. Il committente ha facoltà di annullare la richiesta di affissione prima che venga eseguita, con l'obbligo di corrispondere in ogni caso la metà del diritto dovuto.
7. L'Amministrazione ha l'obbligo di sostituire gratuitamente i manifesti strappati o comunque deteriorati e, qualora non disponga di altri esemplari dei manifesti da sostituire deve darne tempestivamente comunicazione al richiedente mantenendo, nel frattempo a sua disposizione i relativi spazi.
8. Per le affissioni richieste per il giorno in cui è stato consegnato il materiale da affiggere od entro i due giorni successivi, se trattasi di affissioni di contenuto commerciale, ovvero da eseguire in ore notturne dalle ore 20 alle 7 o nei giorni festivi, è dovuta la maggiorazione del 10 per cento del diritto, con un minimo di € 25,82 per ciascuna commissione; le maggiorazioni sono cumulabili e sono di intera spettanza del concessionario a norma dell'art. 22, comma 9, del D.Lgs. n. 507/93, se la gestione è condotta in concessione. La ricezione dei manifesti nei giorni festivi può essere assicurata anche presso un recapito che può essere quello dell'affissatore o di altra persona preposta all'uopo.
9. Nell'ufficio del servizio delle pubbliche affissioni devono essere esposti, per la pubblica consultazione, le tariffe del servizio, l'elenco degli spazi destinati alle pubbliche affissioni con l'indicazione delle categorie alle quali detti spazi appartengono ed il registro cronologico delle commissioni.
10. Tutti i manifesti affissi dal pubblico servizio dovranno essere preventivamente contrassegnati in ogni copia a cura del servizio comunale affissioni con un timbro sul quale sia riportata, insieme all'indicazione dello stesso ufficio, anche la data di scadenza dell'affissione.
11. Il formato dei manifesti funebri deve essere contenuto nella superficie corrispondente al quarto di foglio 70x100.

ART. 31
Sanzioni tributarie

1. Le sanzioni tributarie conseguenti alla violazione delle norme relative all'effettuazione della pubblicità e del servizio delle pubbliche affissioni seguono i principi indicati nei decreti legislativi nn. 471, 472 e 473 del 18/12/1997 e successive modificazioni ed integrazioni.

ART. 32

Sanzioni amministrative

1. L'Amministrazione è tenuta a vigilare sulla corretta osservanza delle disposizioni legislative e regolamenti riguardanti l'effettuazione della pubblicità. Alle violazioni di dette disposizioni conseguono sanzioni amministrative per la cui applicazione si osservano le norme contenute nelle sezioni I e II del capo I della legge 24 novembre 1981, n. 689 o, per le violazioni delle norme tributarie, quelle sulla disciplina generale delle relative sanzioni amministrative, salvo quanto previsto nei successivi commi.
2. Per le violazioni alle norme regolamentari stabilite dall'Amministrazione in esecuzione del presente capo nonché di quelle contenute nei provvedimenti relativi all'installazione degli impianti, si applica la sanzione da € 206 a € 1.549 con notificazione agli interessati, entro centocinquanta giorni dall'accertamento, degli estremi delle violazioni riportati in apposito verbale. Il Comune dispone altresì la rimozione degli impianti pubblicitari abusivi facendone menzione nel suddetto verbale; in caso di inottemperanza all'ordine di rimozione entro il termine stabilito, l'Amministrazione provvede d'ufficio, addebitando ai responsabili le spese sostenute.
3. L'Amministrazione, o il concessionario del servizio, può effettuare, indipendentemente dalla procedura di rimozione degli impianti e dell'applicazione delle sanzioni di cui al comma 2, la immediata copertura della pubblicità abusiva, in modo che sia privata di efficacia pubblicitaria, ovvero la rimozione delle affissioni abusive, con successiva notifica di apposito avviso.
4. I mezzi pubblicitari esposti abusivamente possono con ordinanza del Sindaco, essere sequestrati a garanzia del pagamento delle spese di rimozione e di custodia, nonché dell'imposta e dell'ammontare delle relative sanzioni 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 nella ordinanza stessa.
5. I proventi delle sanzioni amministrative sono devoluti all'Amministrazione e destinati al potenziamento ed al miglioramento del servizio e dell'impiantistica comunale, nonché alla redazione ed all'aggiornamento del piano generale degli impianti pubblicitari.

ART. 33

Gestione del servizio

1. La gestione del servizio, in relazione alla sua dimensione organizzativa ed alla rilevanza economica ed imprenditoriale, è effettuata dal Comune in economia diretta.
2. Ove lo ritenga più conveniente sotto il profilo economico e funzionale, l'Ente può affidare il servizio ad azienda consortile ovvero in concessione a soggetti iscritti all'Albo di cui al D.M. N° 289 dell'11/09/2000, in applicazione degli articoli 52, comma 1-2-4-5-6 e 53 del D.Lgs. n°446/97.

Nell'espletamento del servizio il Concessionario subentra al Comune in tutti i diritti, privilegi ed obblighi.

3. La gestione del Servizio, qualunque sia la forma prescelta, dovrà essere esercitata in conformità a quanto stabilito dal presente Regolamento e dalle disposizioni del D.L.gs 15/11/93, n°507 e successive modificazioni ed integrazioni.
4. La gestione del Servizio in caso di affidamento in concessione a soggetto abilitato ai sensi dell'Art.53 del D.L.gs. n°446/97, può essere estesa, in applicazione del comma 2 dell'Art.10 della Legge 448/01, ad altre entrate comunali e relative attività propedeutiche connesse e complementari, con Delibera di Giunta a condizioni economiche particolarmente vantaggiose per l'Ente.

ART. 34

Funzionario Responsabile

1. Il Sindaco nomina un Funzionario comunale responsabile della gestione diretta del Servizio, al quale sono attribuiti le funzioni ed i poteri per l'esercizio di ogni attività organizzativa e gestionale dell'Imposta sulla Pubblicità e del Diritto sulle Pubbliche Affissioni e sottoscrive anche le richieste, gli avvisi, i relativi provvedimenti e dispone i rimborsi.

ART. 35

Entrata in vigore

1. In conformità all'articolo 52, comma 2, del D.Lgs 446/97, il presente Regolamento entra in vigore ai sensi dell'articolo 134, comma 3, del D.Lgs n°267/2000 ed ha effetto dal primo giorno utile del mese successivo alla sua pubblicazione all'albo pretorio comunale ad intervenuta esecutività dopo l'affissione al medesimo per quindici giorni consecutivi
2. Il presente Regolamento sostituisce e abroga quello precedente, che disciplinava il servizio in questione.

INDICE

ART 1	Oggetto del regolamento e classificazione del Comune	PAG	2
ART 2	Disciplina generale	PAG	2
ART 3	Divieti di installazione e di effettuazione di pubblicità	PAG	3
ART 4	Condizioni e limitazioni per la pubblicità lungo le strade	PAG	3
ART 5	Tipologia dei mezzi pubblicitari	PAG	4
ART 6	Caratteristiche e modalità di installazione	PAG	5
ART 7	Autorizzazioni e modalità della richiesta	PAG	5
ART 8	Obblighi del titolare dell'autorizzazione	PAG	8
ART 9	Criteri per il "Piano generale degli impianti"	PAG	9
ART 10	Impianti per le affissioni pubbliche e private	PAG	10
ART 11	Categoria delle località	PAG	11
ART 12	Presupposto dell'imposta di pubblicità	PAG	12
ART 13	Insegne di esercizio – esclusione dall'imposta	PAG	12
ART 14	Soggetto passivo	PAG	13
ART 15	Modalità di applicazione dell'imposta	PAG	13
ART 16	Dichiarazione di inizio e di cessazione delle esposizioni	PAG	14
ART 17	Pagamento dell'imposta	PAG	15
ART 18	Rettifica ed accertamento d'ufficio	PAG	16
ART 19	Deliberazione delle tariffe	PAG	16
ART 20	Tariffe dell'imposta sulla pubblicità ordinaria	PAG	17
ART 21	Pubblicità effettuata con veicoli	PAG	17
ART 22	Pubblicità effettuata con pannelli luminosi e proiezioni	PAG	18
ART 23	Pubblicità varia	PAG	19
ART 24	Riduzioni dell'imposta	PAG	19
ART 25	Esenzioni dall'imposta	PAG	20
ART 26	Servizio delle pubbliche affissioni	PAG	20
ART 27	Diritto sulle pubbliche affissioni	PAG	21
ART 28	Riduzioni del diritto	PAG	21
ART 29	Esenzione dal diritto	PAG	22
ART 30	Modalità per le pubbliche affissioni	PAG	22
ART 31	Sanzioni tributarie	PAG	23
ART 32	Sanzioni amministrative	PAG	23
ART 33	Gestione del servizio	PAG	24
ART 34	Funzionario responsabile	PAG	25
ART 35	Entrata in vigore	PAG	25

La presente deliberazione viene letta, approvata e sottoscritta.

IL SEGRETERIO GENERALE

F.to Avv. Carmela Chiellino

IL PRESIDENTE DEL CONSIGLIO

F.to Dott. Vincenzo Giacco

- la presente deliberazione è stata affissa a questo albo pretorio on-line del Comune a partire dal ~~29.04~~ 2019 con n° 272 e vi rimarrà per 15 gg. consecutivi come prescritto dall'art. 124, comma 1, del TUEL approvato con D.Lgs. 18.08.2000, n°267.

Per la pubblicazione all'Albo pretorio

F.to Vicente Mauriziano



Il sottoscritto Segretario Generale, visti gli atti d'ufficio, attesta che la presente deliberazione è stata affissa all'albo pretorio on-line del Comune per quindici giorni consecutivi dal ~~29.04~~ 2019 al **14 MAG. 2019** come prescritto dall'art.124, comma 1 TUEL, senza reclami.

E' divenuta esecutiva il _____ perché:

- decorsi 10 gg. dalla data di inizio della pubblicazione, (art.134, comma 3, TUEL)
- perché dichiarata immediatamente eseguibile(art.134, comma 4 - TUEL)

IL SEGRETARIO GENERALE