



**C O M U N E D I V E C C H I A N**

Provincia di Pisa

*U.O. Segreteria e Affari Generali*

**REGOLAMENTO COMUNALE  
PER LA DISCIPLINA DELLA PUBBLICITA' E DELLE  
AFFISSIONI E PER L'APPLICAZIONE DELL'IMPOSTA  
SULLA PUBBLICITA' E DEL DIRITTO SULLE  
PUBBLICHE AFFISSIONI  
DECRETO LEGISLATIVO 15/11/1993, N° 507**

\*\*\*\*\*

APPROVATO CON ATTO N° 60 DEL CONSIGLIO COMUNALE  
IN DATA 4/12/1995

**INDICE SISTEMATICO**

## TITOLO 1

### Disciplina della Pubblicità e delle Affissioni

#### CAPO 1

##### Disposizioni generali

- Art. 1 - Oggetto del Regolamento; PAG. 5
- Art. 2 - Ambito territoriale del Regolamento; PAG. 5
- Art. 3 - Gestione del servizio; PAG. 6

#### CAPO 2

##### Disciplina della pubblicità

- Art. 4 - Disciplina generale; PAG. 6
- Art. 5 - Divieti di installazione ed effettuazione di pubblicità; PAG. 7
- Art. 6 - Condizioni e limitazioni per la pubblicità lungo le strade; PAG. 8
- Art. 7 - Tipologia dei mezzi pubblicitari; PAG. 11
- Art. 8 - Caratteristiche e modalità di installazione e manutenzione; PAG. 12
- Art. 9 - Autorizzazioni; PAG. 13
- Art. 10 - Obblighi del titolare dell'autorizzazione; PAG. 15

#### CAPO 3

##### Il piano generale degli impianti pubblicitari

- Art. 11 - Criteri generali; PAG. 16
- Art. 12 - La pubblicità esterna; PAG. 17
- Art. 13 - Gli impianti per le pubbliche affissioni; PAG. 18

## TITOLO 2

# Disciplina dell'Imposta e del Diritto

## CAPO 1

### Disciplina Generale

- Art. 14 - Applicazione dell'imposta e del diritto; PAG. 20
- Art. 15 - Classificazione del Comune; PAG. 20
- Art. 16 - Deliberazione delle tariffe; PAG. 21
- Art. 17 - Pagamento dell'imposta e del diritto; PAG. 21

## CAPO 2

### Imposta sulla pubblicità - Disciplina

- Art. 18 - Presupposto dell'imposta; PAG. 22
  - Art. 19 - Soggetto passivo; PAG. 22
  - Art. 20 - Modalità di applicazione; PAG. 23
  - Art. 21 - Dichiarazione; PAG. 23
  - Art. 22 - Rettifica ed accertamento d'ufficio; PAG. 24
  - Art. 23 - Riduzioni - presupposti; PAG. 24
  - Art. 24 - Imposta sulla pubblicità - esenzioni; PAG.
- 25

## CAPO 3

### Il Servizio delle pubbliche affissioni

- Art. 25 - Finalità del servizio; PAG. 26
  - Art. 26 - Spazi per affissioni - superficie; PAG. 26
  - Art. 27 - Prenotazioni - registro cronologico; PAG. 27
  - art. 28 - Criteri e modalità per l'espletamento del servizio; PAG. 27
  - Art. 29 - Norma di rinvio; PAG. 28
  - Art. 30 - Mancanza di spazi disponibili; PAG.
- 28
- Art. 31 - Tariffe - applicazione e misura; PAG. 28
  - Art. 32 - Tariffa - Riduzioni; PAG. 29

- Art. 33 - Tariffa - esenzioni; PAG. 29

## TITOLO 3

Disposizioni finali e transitorie

### CAPO 1

Sanzioni

- Art. 34 - Sanzioni amministrative; PAG. 30

### CAPO 2

Contenzioso

- Art. 35 - Giurisdizione tributaria; PAG. 31

### CAPO 3

Disposizioni finali e transitorie;

- Art. 36 - Accertamenti e rettifiche d'ufficio  
di cui al D.P.R. N 639/1972; PAG. 32

- Art- 37 - Pubblicità annuale iniziata nel 1993; PAG. 32

- Art. 38 - Entrata in vigore del Regolamento - disciplina transitoria. PAG. 32

## TITOLO I

DISCIPLINA DELLA PUBBLICITA' E DELLE AFFISSIONI

## CAPO I Disposizioni Generali

### Art. 1 - Oggetto del Regolamento

1 - Il presente Regolamento adottato ai sensi e per gli effetti delle vigenti disposizioni legislative, integra la disciplina della applicazione della imposta sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni, nonché della gestione del servizio delle pubbliche affissioni, contenuta nel Decreto Legislativo 15 Novembre 1993, N° 507 e, anche mediante rinvio ad altri Regolamenti Comunali, stabilisce le modalità di effettuazione della pubblicità e quant'altro richiesto dall'art. 3, comma 3, del Decreto Legislativo citato.

2 - Agli effetti del presente Regolamento per "imposta" e per "diritto" si intendono rispettivamente l'imposta comunale sulla pubblicità e il diritto sulle pubbliche affissioni.

### Art. 2 - Ambito territoriale di applicazione

1 - Le disposizioni del presente Regolamento disciplinano l'effettuazione delle forme di pubblicità di cui all'art. 1 in tutto il territorio del Comune, tenuto conto di quanto stabilito:

- a) dal Capo I del D.Lgs. 15 Novembre 1993, N° 507;
- b) dall'art. 23 del D. Lgs. 30 Aprile 1992, N° 285, modificato dall'art. 13 del D. Lgs. 10 Settembre 1993, N° 360;
- c) dagli artt. da 47 a 59 del D.P.R. 16 Dicembre 1992, N° 495;
- d) dell'art. 14 della Legge 29 Giugno 1939, N° 1497;
- e) dell'art. 22 della Legge 1 Giugno 1939, N° 1089;
- f) dalla Legge 18 Marzo 1959, N° 132 e dell'art. 10 della Legge 5 Dicembre 1986, N° 856;
- g) dalla Legge Regionale Toscana N° 61 del 13/12/1979 istitutiva del Parco San Rossore - Migliarino - Massaciuccoli;

- h) dalle altre norme che stabiliscono modalità, limitazioni e divieti per l'effettuazione, in determinati luoghi e su particolari immobili, di forme di pubblicità esterna.

### Art. 3 - Gestione del servizio

- 1 - La gestione del servizio, in relazione alla sua dimensione organizzativa ed alla rilevanza economica-imprenditoriale, è effettuata dal Comune in concessione.
- 2 - Laddove la normativa in vigore lo consenta alla parola "Comune" deve essere sostituita nel presente Regolamento la parola "Concessionario".

## CAPO II Disciplina della pubblicità

### Art. 4 - Disciplina generale

1. Nell'installazione degli impianti e degli altri mezzi pubblicitari e nell'effettuazione delle altre forme di pubblicità e propaganda devono essere osservate le norme stabilite dalle leggi, dal presente Regolamento e dalle prescrizioni previste nelle autorizzazioni concesse dalle Autorità competenti.
2. In conformità a quanto dispone la Legge 18 Marzo 1959, N° 132, è riservato allo Stato il diritto di esercitare la pubblicità sui beni demaniali e patrimoniali affidati alle Ferrovie dello Stato, anche quando la pubblicità stessa sia visibile o percepibile da aree e strade comunali, provinciali o statali, nonché sui veicoli di proprietà privata circolanti sulle linee ferroviarie.  
Gli impianti ed i mezzi pubblicitari non autorizzati preventivamente od installati violando le disposizioni di cui al primo comma devono essere rimossi in conformità a quanto previsto dall'art. 34.
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. Si applicano per le violazioni suddette le sanzioni previste dall'art. 24 del D. Lgs. N° 507/1993, indicate nell'art. 34 del presente Regolamento, seconda della loro natura.

## Art. 5 - Divieti di installazione ed 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 ed altri mezzi pubblicitari se non con il previo consenso previsto all'art. 14 della Legge 29 Giugno 1939, N° 1497.
2. Sugli edifici e nei luoghi di interesse storico ed artistico, su statue, monumenti 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. Nelle località di cui al primo comma e sul percorso d'immediato accesso agli edifici di cui al secondo comma può essere autorizzata l'installazione, con idonee modalità d'inserimento ambientale, dei segnali di localizzazione, turistici e di informazione di cui agli artt. 131, 134, 135 e 136 del Regolamento emanato con D.P.R. 16 Dicembre 1992, N° 495.
4. Lungo le strade, in vista di esse e sui veicoli si applicano i divieti previsti dall'art. 23 del codice della strada emanato con il D. Lgs. 30 Aprile 1992, N° 285, modificato dall'art. 13 del D. Lgs. 10 Settembre 1993, N° 360, secondo le norme di attuazione stabile dal paragrafo 3, Capo I, Titolo II, del Regolamento emanato con il D.P.R. 16 Dicembre 1992, N° 495.
5. E' sempre vietata ogni forma di pubblicità fonica nelle adiacenze degli edifici di interesse storico ed artistico, adibiti ad attività culturali, delle sedi di uffici pubblici, case di riposo, scuole, chiese e cimiteri.
6. Agli impianti, ai mezzi pubblicitari ed alle altre forme vietate dal presente articolo si applicano, a carico dei soggetti responsabili, i provvedimenti e le sanzioni di cui ai commi 2, 3 e 4 del precedente art. 4.

## Art. 6 - 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 dai centri abitati 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.

2. I cartelli e gli altri mezzi pubblicitari non possono superare singolarmente nel centro abitato, la superficie di mq. 8. Fuori del centro abitato non debbono superare la superficie di mq. 6, ad eccezione delle insegne poste parallelamente al senso di marcia dei veicoli che possono raggiungere la superficie di mq. 20.
3. La totalità dei cartelli destinata alla affissione pubblica non può superare la superficie complessiva di mq. 200 di cui mq. 30 destinati alle affissioni di natura istituzionale e sociale e mq. 150 destinata alle affissioni di natura commerciale.  
Gli spazi da attribuire a soggetti privati per l'effettuazione di affissioni dirette, non possono superare i mq. 20 complessivi.
4. I cartelli e gli altri mezzi pubblicitari devono essere realizzati con materiali non deperibili e resistenti agli agenti atmosferici. Le strutture di sostegno dei cartelli devono essere calcolate per resistere alla spinta del vento e saldamente ancorate, sia globalmente che nei singoli elementi.
5. Qualora le strutture suddette costituiscono manufatti la cui realizzazione e posa in opera è regolamentata da specifiche norme, l'adempimento degli obblighi deve essere documentato prima del ritiro dell'autorizzazione richiesta ai sensi dell'art. 53 del Regolamento di attuazione del Nuovo Codice della Strada. I cartelli e gli altri mezzi pubblicitari devono avere sagoma regolare, che in ogni caso non può essere quella di disco o triangolo. L'uso del colore rosso deve essere limitato esclusivamente alla riproduzione di marchi e non può superare 1/5 dell'intera superficie del cartello o di altro mezzo pubblicitario. Il bordo dei cartelli posti in opera deve essere, in ogni suo punto, ad una quota superiore di m 1,5 rispetto a quella della banchina stradale. Gli striscioni debbono essere collocati ad una altezza tale da consentire il libero transito dei mezzi pubblici e gli standardi e gli altri mezzi pubblicitari occupanti il soprassuolo debbono rispettare le misure minime da terra previste dal Regolamento di Polizia Urbana.
6. Fa eccezione la collocazione di standardi rigidi per la pubblicità di spettacoli viaggianti. A garanzia della loro rimozione, non appena terminato il ciclo di spettacoli o attrazioni potrà essere richiesta adeguata cauzione.
7. Il posizionamento dei cartelli e degli altri mezzi pubblicitari fuori dai centri abitati deve essere effettuato nel rispetto delle seguenti distanze minime:
  - a) m. 3 dal limite della carreggiata;
  - b) m. 150 dagli altri cartelli e mezzi pubblicitari;
  - c) m. 250 prima dei segnali stradali di pericolo e di prescrizione;
  - d) m. 150 dopo i segnali stradali di pericolo e di prescrizione;
  - e) m. 150 prima dei segnali di indicazione;

- f) m. 100 dopo i segnali di indicazione;
- g) m. 100 dal punto di tangenza delle curve orizzontali;
- h) m. 300 dalle intersezioni;
- i) m. 200 dagli imbocchi delle gallerie;
- l) m. 100 dal vertice dei raccordi verticali concavi e convessi;

ed è comunque vietato:

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

Il posizionamento dei cartelli e di altri mezzi pubblicitari nel centro abitato deve essere effettuato nel rispetto delle seguenti distanze minime:

- a) m. 50 dagli altri cartelli e mezzi pubblicitari, dai segnali stradali e dalle intersezioni;
- b) m. 100 dal punto di tangenza delle curve orizzontali;
- c) m. 100 dal vertice dei raccordi verticali concavi e convessi.

Per gli striscioni o stendardi la distanza dagli altri mezzi pubblicitari è ridotta a m. 25.

Tutte le distanze sopra indicate non devono essere rispettate per i cartelli e gli altri mezzi pubblicitari collocati in posizione parallela al senso di marcia dei veicoli.

Nell'interno dei centri abitati le distanze minime possono essere ridotte, pur nel rispetto delle esigenze di sicurezza della circolazione stradale, ai sensi dell'art. 23 del Decreto Legislativo N° 285/92.

8. Le disposizioni relative alle distanze minime ed il divieto di posizionamento incurva non si applicano per i cartelli e gli altri mezzi pubblicitari collocati in posizione parallela al senso di marcia dei veicoli.

Fuori dai centri abitati dovrà essere rispettata, comunque, una distanza non inferiore a m. 3 dal limite della carreggiata.

9. La pubblicità temporanea dovrà essere installata da Ditte regolarmente iscritte alla CC.II.AA.. L'installazione dovrà garantire il rispetto delle norme del Nuovo Codice della Strada e dei Regolamenti Comunali e dovrà essere presentata all'Ufficio competente la polizza assicurativa conto terzi a copertura del periodo di esposizione.

10. Lungo le strade e in prossimità di esse è ammessa la posa in opera di cartelli o altri mezzi pubblicitari abbinati alla prestazione di servizi per gli utenti della strada, quali orologi, contenitori per rifiuti, panchine, pensiline, indicazioni toponomastiche ed altre.

Qualora ciascun cartello abbinato ad un servizio abbia una superficie di esposizione inferiore a mq. 1 non si applicano le distanze rispetto ai cartelli ed altri mezzi pubblicitari.

I cartelli ed altri mezzi pubblicitari a messaggio variabile devono avere un periodo di variabilità non inferiore a 10 secondi, se posti in posizione trasversale al senso di marcia dei veicoli.

11. Nei centri abitati l'occupazione di marciapiedi da parte di cartelli o altri mezzi pubblicitari può essere consentita fino ad un massimo della metà della loro larghezza, purchè in adiacenza ai fabbricati e purchè rimanga libera una zona per la circolazione dei pedoni larga non meno di m. 2.

Le occupazioni già esistenti anteriormente all'entrata in vigore del Nuovo Codice della Strada (01.01.93), nelle zone di rilevanza storico-ambientale, ovvero quando sussistono particolari caratteristiche geometriche della strada possono essere autorizzate in deroga alla norma sopraccitata a condizione che tale occupazione non crei ostacolo o, comunque, impedimento alle persone invalide e che sia garantita una zona adeguata per la circolazione e di pedoni e delle persone con limitata o impedita capacità motoria.

Le limitazioni di cui sopra non si applicano alle transenne para pedonali purchè i messaggi pubblicitari siano posti solo sulla faccia rivolta ai pedoni.

#### Art. 7 - 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 veicoli;
- c) pubblicità effettuata con pannelli luminosi e proiezioni;
- d) pubblicità varia.

2. La pubblicità ordinaria é effettuata mediante insegne, cartelli, locandine, targhe, stendardi, e con manifesti.

Per le definizioni relative alle insegne, targhe, cartelli, locandine, stendardi ed altri mezzi pubblicitari si fa riferimento a quelle stabilite dai 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".

E' compresa nella "pubblicità ordinaria" la pubblicità mediante affissioni effettuate direttamente, anche per conto altrui, di manifesti e simili su apposite strutture adibite all'esposizione di tali mezzi.

3. 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, trasporto pubblico, battelli, barche e simili, 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 suo conto, 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.

4. La pubblicità con pannelli luminosi è effettuata con insegne, pannelli od altre analoghe strutture caratterizzate dall'impiego di diodi luminosi, lampadine e simili, mediante controllo elettronico, elettromeccanico o comunque programmato in modo da garantire la variabilità del messaggio o la sua visione in forma intermittente, lampeggiante o simile.

5. E' compresa fra la "pubblicità con proiezioni", la pubblicità realizzata in luoghi pubblici o aperti al pubblico attraverso diapositive, proiezioni luminose e cinematografiche effettuate su schermi o pareti riflettenti.

6. La pubblicità varia comprende:

- a) la pubblicità effettuata con striscioni, festoni di bandierine od altri mezzi similari, che attraversano strade o piazze di seguito definita "pubblicità con striscioni";
- b) la pubblicità effettuata sul territorio del Comune da aeromobili mediante scritte, striscioni, disegni fumogeni, lancio di oggetti o manifestini, compresa quella eseguita su specchi d'acqua o fasce marittime limitrofi al territorio comunale, di seguito definita "pubblicità da aeromobili";
- c) la pubblicità eseguita 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 forma ambulante";

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

#### Art. 8 - Caratteristiche e modalità di installazione e manutenzione

1. I cartelli e gli altri mezzi pubblicitari non luminosi devono avere le caratteristiche ed essere installati con le modalità e cautele prescritte dall'art. 49 del D.P.R. 16 Dicembre 1992, N° 495 e con l'osservanza di quanto stabilito dall'art. 6 del presente Regolamento.
2. Le sorgenti luminose, i cartelli e gli altri mezzi pubblicitari posti fuori dei centri abitati, lungo o in prossimità delle strade 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 di pannelli e di altri mezzi pubblicitari luminosi aventi le caratteristiche di cui al quarto comma del precedente art. 9 all'interno dei centri abitati è soggetta ad autorizzazione del Comune che viene concessa tenuto conto dei divieti, limitazioni e cautele stabilite dal presente Regolamento.
4. E' vietato il lancio o getto dei volantini. Il volantinaggio potrà essere effettuato solo tramite consegna a mano del volantino o apposizione nelle cassette delle lettere e/o tergicristallo dei veicoli.  
Il volantinaggio non dovrà mai assumere la forma di concorrenza sleale, per cui non può essere effettuato nelle vicinanze di attività o esercizi commercialmente in concorrenza con l'oggetto del volantino stesso.
5. Chiunque viola le disposizioni del presente Regolamento è soggetto alla sanzione amministrativa prevista dall'art. 23 del Nuovo Codice della Strada.

#### Art. 9 - Autorizzazioni

1. Il rilascio delle autorizzazioni al posizionamento ed alla installazione di cartelli ed altri mezzi pubblicitari fuori dai centri abitati, sulle strade ed aree pubbliche comunali ed assimilate o da esse visibili è soggetto alle disposizioni stabilite dall'art. 53 del D.P.R. 16 Dicembre 1992, N° 495 ed è effettuato dal Comune al quale deve essere presentata la domanda con la documentazione prevista dal successivo terzo comma.
2. Il rilascio delle autorizzazioni al posizionamento ed alla installazione di insegne, targhe, cartelli ed altri mezzi pubblicitari nei centri abitati è di competenza del Comune, salvo il preventivo nullaosta 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.

3. Il soggetto interessato al rilascio dell'autorizzazione presenta la domanda presso l'ufficio comunale, in originale e copia, allegando:

- a) una auto-attestazione, redatta ai sensi della Legge 4 Gennaio 1968, N° 15, con la quale dichiara che il mezzo pubblicitario che intende collocare ed i suoi sostegni sono calcolati, realizzati e posti in opera in modo da garantire sia la stabilità sua la conformità alle norme previste a tutela della circolazione di veicoli e persone, con assunzione di ogni conseguente responsabilità;
- b) un bozzetto od una fotografia del mezzo pubblicitario con l'indicazione delle dimensioni, del materiale con il quale viene realizzato ed installato;
- c) una planimetria con indicata la posizione nella quale s'intende collocare il mezzo;
- d) il nullaosta tecnico dell'Ente proprietario della strada, se la stessa non è comunale.

Per l'installazione di più mezzi pubblicitari è presentata una sola domanda ed una sola auto-attestazione. Se l'autorizzazione viene richiesta per mezzi aventi lo stesso bozzetto e caratteristiche, è 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;
- c) della ubicazione del suo ufficio e dei numeri di telefono e di fax;
- d) del termine di cui al successivo comma, entro il quale sarà emesso il provvedimento;
- e) eventuali pareri degli Enti preposti alla tutela di vincoli idrogeologici, ambientali, paesaggistici e storico monumentali.

4. Il responsabile del procedimento istruisce la richiesta, acquisendo direttamente i pareri tecnici delle unità organizzative interne ed entro 60 giorni dalla presentazione concede o nega l'autorizzazione.

Il diniego deve essere motivato. Trascorsi sessanta giorni dalla presentazione della richiesta senza che sia stato emesso alcun provvedimento l'interessato, salvo quanto previsto dal successivo comma, può procedere all'installazione del mezzo pubblicitario, previa presentazione, in ogni caso, della dichiarazione ai fini dell'applicazione dell'imposta sulla pubblicità.

5. E' sempre necessario il formale provvedimento di autorizzazione del Comune per i mezzi pubblicitari da installare nell'ambito delle zone soggette alla disciplina di cui all'art. 6. Per i procedimenti agli stessi relativi il termine è stabilito in sessanta giorni.
6. Il Comune provvede agli adempimenti prescritti dall'art. 53, commi 9 e 10, del D.P.R. 16 Dicembre 1992, N° 495.

7. I cartelli e gli altri mezzi pubblicitari possono essere destinati alla pubblicità permanente e a quella temporanea. La pubblicità installata su un cartello non può comunque avere una durata inferiore a mesi uno se nel centro abitato, e a mesi tre fuori dal centro abitato ad eccezione di quelli destinati alla affissione di manifesti.

I cartelli pubblicitari installati nelle vicinanze o pertinenze di un esercizio commerciale possono essere autorizzati solo per propagandare iniziative, limitate nel tempo, quali svendite, saldi etc..

Le insegne provvisorie debbono essere rimosse non appena installata l'insegna permanente.

Il Titolare dell'autorizzazione rilasciata ai sensi dell'art. 53 comma 6 del Regolamento di attuazione del Nuovo Codice della Strada, per variare il messaggio pubblicitario deve darne comunicazione al Comune allegando il bozzetto del nuovo messaggio.

Trascorsi 15 giorni senza nessuna comunicazione da parte dell'Ufficio competente, la nuova immagine si intende autorizzata.

8. Per l'adeguamento delle forme di pubblicità autorizzate all'atto di entrata in vigore del Nuovo Codice della Strada e non rispondenti alle disposizioni dello stesso, si procede ai sensi dell'art. 58 del Regolamento di esecuzione ed attuazione del Nuovo Codice della Strada e dell'art. 127 del Decr. Legisl. 10.09.93, N° 360.

#### Art. 10 - Obblighi del titolare dell'autorizzazione

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

- a) verificare periodicamente il buono stato di conservazione dei 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 dal Comune, 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 di venir meno delle condizioni di sicurezza previste all'atto dell'installazione o di motivata richiesta del Comune.

2. In ogni cartello o mezzo pubblicitario autorizzato deve essere applicata la targhetta prescritta dall'art. 55 del D.P.R. N° 495/1992. Le disposizioni del presente articolo si applicano anche nel caso in cui l'installazione o la posa del mezzo pubblicitario sia avvenuta a seguito del verificarsi del silenzio-assenso da parte del Comune.

### CAPO III

#### Il piano generale degli impianti pubblicitari

##### Art. 11 - Criteri generali

1. La pubblicità esterna e le pubbliche affissioni sono effettuate nel territorio di questo Comune in conformità al piano generale degli impianti pubblicitari da realizzarsi 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 è articolato in due parti.  
La prima parte definisce la localizzazione nel territorio comunale degli impianti per le pubbliche affissioni di cui al successivo art. 13.  
La seconda parte determina gli ambiti del territorio comunale nei quali sono localizzati i mezzi di pubblicità esterna, compresi nelle tipologie di cui all'art. 7 commi 2, 4 e 6 del presente Regolamento.
3. Il piano generale degli impianti pubblicitari è approvato con apposita deliberazione da adottarsi dalla Giunta Comunale.
4. Alla formazione del piano provvede un gruppo di lavoro costituito dai funzionari comunali responsabili dei servizi urbanistici, della viabilità e della Polizia Municipale. Il progetto del piano è sottoposto a parere della Commissione Edilizia che è dalla stessa espresso entro 20 giorni dalla richiesta. Il gruppo di lavoro, esaminato il parere della Commissione o preso atto della scadenza del termine senza osservazioni, procede alla redazione del piano definitivo che è approvato secondo quanto previsto dal precedente comma.
5. Dall'entrata in vigore del presente Regolamento e del piano generale degli impianti viene dato corso alle istanze per l'installazione di impianti pubblicitari per i quali i relativi provvedimenti erano già stati adottati alla data di entrata in vigore del D. Lgs. N° 507/1993.  
Dalla stessa data il Comune provvede a dar corso ai procedimenti relativi alle richieste di installazione di nuovi impianti.  
Per l'adeguamento delle forme di pubblicità già autorizzate all'atto di entrata in vigore del Nuovo Codice della Strada e non rispondenti alle disposizioni dello

stesso, si procede ai sensi dell'art. 58 del Regolamento di attuazione del Nuovo Codice della Strada e dell'art. 127 del Decreto Legge 360 del 10.09.1993.

6. Il piano generale degli impianti può essere adeguato o modificato entro il 31 ottobre di ogni anno, con decorrenza dell'anno successivo per effetto delle variazioni intervenute nella consistenza demografica del Comune, dell'espansione dei centri abitati, dello sviluppo della viabilità ed in ogni altra causa rilevante che viene illustrata nella motivazione del provvedimento di modifica.

#### Art. 12 - La pubblicità esterna

1. Il piano comprende i mezzi destinati alla pubblicità esterna ed indica le posizioni nelle quali è consentita la loro installazione nel territorio comunale.
2. Sono pertanto escluse dal piano le localizzazioni vietate dall'art. 5 del presente Regolamento, salvo quanto previsto dal quinto comma dello stesso per l'installazione di mezzi pubblicitari all'interno dei centri storici. Per tali mezzi il piano definisce, in linea generale, le caratteristiche delle zone e degli edifici in cui l'installazione può essere consentita, con l'espletamento della procedura stabilita dalla norma suddetta.
3. Per l'installazione dei mezzi pubblicitari fuori dei centri abitati, lungo le strade comunali ed in vista di esse il piano, osservato quanto stabilito dal primo comma dell'art. 6, individua le località e le posizioni nelle quali, per motivate esigenze di pubblico interesse, determinate dalla natura e dalla situazione dei luoghi, il collocamento è soggetto a particolari condizioni od a limitazioni delle dimensioni dei mezzi.
4. Nell'interno dei centri abitati il piano prevede, per la installazione di mezzi pubblicitari lungo le strade comunali, provinciali, regionali, statali od in vista di esse, autorizzazione del Comune previo nullaosta tecnico dell'Ente proprietario:
  - a) le caratteristiche delle zone nelle quali, su aree pubbliche o private, concesse dal soggetto proprietario, può essere autorizzata l'installazione di mezzi pubblicitari e le dimensioni per gli stessi consentite nell'ambito di quelle massime stabilite dall'art. 6. Per quanto possibile individua le zone utilizzabili per le predette installazioni pubblicitarie;
  - b) le caratteristiche degli edifici sui quali può essere autorizzata l'installazione di cartelli ed altri mezzi pubblicitari e le dimensioni per gli stessi consentite;
  - c) le tipologie generali e le dimensioni massime delle insegne, targhe ed altri mezzi pubblicitari, compresi quelli luminosi, illuminati o costituiti da pannelli luminosi, correlate a quelle sia degli edifici sui quali devono essere installati, sia delle caratteristiche delle zone ove questi sono situati.

5. Il piano comprende:

- a) la definizione degli edifici, impianti, opere pubbliche, strutture ed aree attrezzate ed altri luoghi di proprietà o in disponibilità del Comune, pubblici od aperti al pubblico, nei quali può essere autorizzata l'installazione di mezzi per la diffusione di messaggi pubblicitari effettuata attraverso forme di comunicazione visiva od acustica percepibili nell'interno e dall'esterno;
  - b) la definizione dei luoghi pubblici od aperti al pubblico, di proprietà o gestione privata, nei quali si effettuano le attività pubblicitarie di cui alla precedente lettera a);
  - c) i criteri per la localizzazione e le modalità tecniche per la collocazione, in condizioni di sicurezza per i terzi, di striscioni, locandine, stendardi, festoni di bandierine e simili.
6. Per la pubblicità esterna effettuata mediante installazione di impianti e mezzi pubblicitari di qualsiasi natura e dei relativi sostegni su pertinenze stradali, aree, edifici, impianti, opere pubbliche ed altri beni demaniali e patrimoniali comunali o in uso, a qualsiasi titolo, al Comune, l'applicazione dell'imposta sulla pubblicità non esclude quella della tassa per l'occupazione di spazi ed aree pubbliche nonché il pagamento al Comune stesso di canoni di concessione o locazione, nella misura da stabilirsi dalla Giunta Comunale, secondo quanto previsto dal settimo comma dell'art. 9 del D. Lgs. 15 Novembre 1993, N° 507.

#### Art. 13 - Gli impianti per le pubbliche affissioni

1. La prima parte del piano degli impianti pubblicitari è costituita dagli impianti da adibire alle pubbliche affissioni, come previsto all'art. 6 comma 3 del presente Regolamento.
2. Gli impianti per le pubbliche affissioni possono essere costituiti da:
  - a) vetrine per l'esposizione di manifesti;
  - b) stendardi porta manifesti;
  - c) posters per l'affissione di manifesti;
  - d) tabelloni ed altre strutture mono, bifacciali o plurifacciali, realizzate in materiali idonei per l'affissione di manifesti;
  - e) superfici adeguatamente predisposte e delimitate, ricavate da muri di recinzione, di sostegno, da strutture appositamente predisposte per questo servizio;

- f) da armature, steccati, ponteggi, schermature di carattere provvisorio prospicienti il suolo pubblico, per qualunque motivo costruiti;
- g) da altri spazi ritenuti idonei dal Responsabile del servizio, tenuto conto dei divieti e limitazioni stabilite dal presente Regolamento.
3. Tutti gli impianti hanno, di regola, dimensioni pari o multiple di cm. 70 x 100 e sono collocati in posizioni che consentono la libera e totale visione e percezione del messaggio pubblicitario da spazi pubblici per tutti i lati che vengono utilizzati per l'affissione.  
Ciascun impianto reca, in alto o sul lato destro, una targhetta con l'indicazione "Comune di Vecchiano - Servizio Pubbliche Affissioni" ed il numero di individuazione dell'impianto.
4. Gli impianti non possono essere collocati nei luoghi nei quali è vietata l'installazione di mezzi pubblicitari dall'art. 5 del presente Regolamento.
5. L'installazione di impianti per le affissioni lungo le strade è soggetta alle disposizioni di cui all'art. 6 del presente Regolamento e, in generale, alle disposizioni del D. Lgs. 30 Aprile 1992, N° 285 e del D.P.R. 16 Dicembre 1992, N° 495.
6. Il piano per gli impianti per le pubbliche affissioni indica, per ciascuno di essi:
- a) la destinazione dell'impianto secondo quanto previsto dal comma 3 dell'art. 6;
  - b) l'ubicazione;
  - c) la tipologia secondo quanto previsto dal comma 4 dell'art. 6;
  - d) la dimensione ed il numero di fogli di cm. 70X100 che l'impianto contiene;
  - e) la numerazione dell'impianto ai fini della sua individuazione.
7. Il piano degli impianti per le pubbliche affissioni è corredato da un quadro di riepilogo comprendente l'elenco degli impianti con il numero distintivo, l'ubicazione, la destinazione e la superficie.
8. La ripartizione degli spazi di cui al terzo comma può essere rideterminata ogni due anni, con deliberazione da adottarsi entro il 31 Ottobre e che entra in vigore dal 1° Gennaio dell'anno successivo, qualora nel periodo trascorso si siano verificate ricorrenti eccedenze od insufficienze di spazi in una o più categorie, rendendo necessario il riequilibrio delle superfici alle stesse assegnate in relazione alle effettive necessità accertate.



## CAPO I Disciplina generale

### Art. 14 - Applicazione dell'imposta e del diritto

- 1 - In conformità alle disposizioni del Capo I del D. Lgs. 15 Novembre 1993, N° 507 e del presente Regolamento, la pubblicità esterna è soggetta ad un'imposta e le pubbliche affissioni ad un diritto, dovuti al Comune nel cui territorio sono effettuate.

### Art. 15 - Classificazione del Comune

1. In base alla popolazione residente al 31 Dicembre dell'anno 1993, penultimo precedente a quello in corso al momento di adozione del presente Regolamento, il Comune ai fini della applicazione dell'imposta e del tributo è classificato, nella quarta classe.
2. Verificandosi variazioni della consistenza della popolazione determinante con riferimento a quanto stabilito nel precedente comma, che comportino la modifica della classe di appartenenza del Comune, la Giunta Comunale ne prende atto con deliberazione da adottarsi entro il 31 Ottobre e, contestualmente, dispone l'adeguamento delle tariffe per l'anno successivo.

### Art. 16 - Deliberazione delle tariffe

- 1 Le tariffe dell'imposta e del diritto sono deliberate dalla Giunta Comunale entro il 31 Ottobre di ogni anno ed entrano in vigore il 1° Gennaio dell'anno successivo; qualora non vengano modificate entro il termine predetto, s'intendono prorogate di anno in anno.
2. Per la prima applicazione del D. Lgs. 15 Novembre 1993, N° 507 le tariffe per l'anno 1994 sono state deliberate entro il 28 Febbraio 1994, con atto della G. M. N° 34 in data 25/02/1994.
3. Copia autentica della deliberazione di approvazione delle tariffe deve essere trasmessa dal Responsabile del Servizio Tributi al Ministero delle Finanze - Direzione Centrale per la fiscalità locale, entro trenta giorni dalla data di esecutività dell'atto.

### Art. 17 - Pagamento dell'imposta e del diritto

1. L'imposta per la pubblicità annuale deve essere corrisposta in unica soluzione entro il 31 Gennaio di ogni anno. Qualora l'importo annuale sia superiore a £. 3 milioni il pagamento può essere effettuato in rate trimestrali, entro il 31 Gennaio, 30 Aprile, 31 Luglio e 31 Ottobre.
2. L'imposta per la pubblicità relativa a periodi inferiori all'anno solare deve essere corrisposta in unica soluzione prima dell'effettuazione, al momento della dichiarazione.
3. Negli anni successivi a quello della dichiarazione, l'attestazione e la ricevuta sono conservate dal soggetto d'imposta per essere esibite per eventuali controlli.
4. La riscossione coattiva dell'imposta e del diritto si effettua secondo le disposizioni degli artt. 67 e 68 del D.P.R. 28 Gennaio 1988, N° 43 e successive modificazioni. Il ruolo deve essere formato di regola ogni anno.
5. I crediti del Comune relativi all'imposta sulla pubblicità ed ai diritti sulle pubbliche affissioni hanno privilegio generale sui mobili del creditore, subordinatamente a quello dello Stato, ai sensi dell'art. 2752, comma quarto, del Codice Civile.

## CAPO II

### IMPOSTA SULLA PUBBLICITA' DISCIPLINA E TARIFFE

#### Art. 18 - Presupposto dell'imposta

1. E' soggetta all'imposta comunale sulla pubblicità la diffusione di ogni messaggio pubblicitario, effettuata con qualsiasi forma di comunicazione visiva od acustica - diversa da quelle assoggettate al diritto sulle pubbliche affissioni - in luoghi pubblici ed aperti al pubblico o che sia percepibile da tali luoghi.
2. Si considerano luoghi aperti al pubblico quelli a cui si può accedere senza necessità di particolari autorizzazioni, anche se con pagamento del biglietto.
3. Si considerano rilevanti ai fini dell'imposizione:
  - a) i messaggi diffusi nell'esercizio di un'attività economica allo scopo di promuovere la domanda e la diffusione di beni e servizi di qualsiasi natura;
  - b) i messaggi finalizzati a migliorare l'immagine del soggetto pubblicizzato;

c) i mezzi e le forme atte ad indicare il luogo nel quale viene esercitata un'attività.

#### Art. 19 - Soggetto passivo

1. Il soggetto passivo tenuto al pagamento dell'imposta comunale sulla pubblicità, in via principale, è colui che dispone, a qualsiasi titolo, del mezzo attraverso il quale il messaggio pubblicitario è diffuso.
2. E' obbligato solidamente al pagamento dell'imposta colui che produce o vende i beni o fornisce i servizi oggetto della pubblicità.
3. Il titolare del mezzo pubblicitario di cui al precedente primo comma è pertanto tenuto all'obbligo della dichiarazione iniziale della pubblicità, delle variazioni della stessa ed al connesso pagamento dell'imposta. Allo stesso è notificato l'eventuale avviso di accertamento e di rettifica e nei suoi confronti sono effettuate le azioni per la riscossione coattiva dell'imposta, accessori e spese.
4. Nel caso in cui non sia possibile individuare il titolare del mezzo pubblicitario, installato senza autorizzazione, ovvero il procedimento di riscossione nei suoi confronti abbia esito negativo, l'ufficio comunale notifica avviso di accertamento, di rettifica od invito al pagamento al soggetto indicato al secondo comma del presente articolo, sperando nei suoi confronti le azioni per il recupero del credito d'imposta, accessori e spese.

#### Art. 20 - Modalità di applicazione dell'imposta

1. Le iscrizioni pubblicitarie, espresse anche in forma simbolica, non collocate su struttura propria sono assoggettate all'imposta per la superficie corrispondente all'ideale misura piana minima in cui sono comprese.
2. Agli effetti del calcolo della superficie imponibile i festoni di bandierine, i mezzi di identico contenuto pubblicitario e quelli riferibili al medesimo soggetto passivo, purché collocati in connessione fra loro, senza soluzione di continuità e funzionalmente finalizzati a diffondere nel loro insieme lo stesso messaggio o ad accrescerne l'efficacia, sono considerati come unico mezzo pubblicitario.
3. La pubblicità ordinaria effettuata mediante locandine da collocare a cura dell'utenza all'esterno od all'interno di locali pubblici od aperti al pubblico, è autorizzata dall'ufficio comunale, previo pagamento dell'imposta mediante apposizione di timbro con la data di scadenza dell'esposizione. Quando il collocamento diretto di locandine ha carattere ricorrente il committente deve presentare, con la prescritta dichiarazione, l'elenco completo dei locali nei quali detti mezzi pubblicitari vengono collocati. Quando tale esposizione ha carattere occasionale si prescinde dall'obbligo di

presentare l'elenco dei locali. In tal caso l'utente è tenuto a pagare forfetariamente l'imposta nella misura prevista per la categoria speciale per il 35% del totale delle locandine.

#### Art. 21 - Dichiarazione

1. La dichiarazione di cui all'art. 8 del D. Lgs. 507/93 deve essere presentata anche nel caso di variazione della pubblicità che comporti modifica dell'imposizione.  
Quando dalla stessa risulti dovuta l'integrazione dell'imposta pagata per lo stesso periodo, è allegata l'attestazione del pagamento eseguito. Nel caso che sia dovuto un rimborso da parte del Comune questo provvede, dopo le necessarie verifiche, entro 90 giorni con spese postali a carico dell'utente.

#### Art. 22 - Rettifica ed accertamento d'ufficio

1. Nell'avviso da notificare al contribuente a rettifica o per l'accertamento d'ufficio dell'imposta devono essere precisate:
  - l'ufficio comunale emittente, il suo indirizzo ed orario di servizio ed il numero telefonico;
  - il responsabile del procedimento se diverso dal Funzionario di cui al comma successivo;
  - il termine entro il quale può essere proposto ricorso, la Commissione Tributaria competente e la forma da osservare, in conformità agli artt. 18, 19, 20 e 21 del D. Lgs. 31 Dicembre 1992, N° 546.
2. Gli avvisi di accertamento e rettifica sono sottoscritti da un rappresentante del concessionario della gestione dell'imposta.

#### Art. 23 - Riduzioni - presupposti

1. La tariffa dell'imposta sulla pubblicità è ridotta alla metà:
  - a) per la pubblicità effettuata da Comitati, Associazioni, Fondazioni e da 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 di Enti Pubblici;
  - c) per la pubblicità relativa a festeggiamenti patriottici, religiosi, a spettacoli viaggianti e di beneficenza.

2. Alla pubblicità realizzata con mezzi che comprendono, con i messaggi relativi ai soggetti ed alle manifestazioni di cui all'art. 16 del d. lgs 507/93, anche l'indicazione di persone, ditte e società che hanno contribuito all'organizzazione delle manifestazioni stesse, si applica la riduzione prevista dal presente articolo. Nei casi in cui tali indicazioni siano associate a messaggi aventi le caratteristiche e le finalità di cui all'art. 18, 3° comma, si applica la tariffa dell'imposta senza alcuna riduzione.
3. I requisiti soggettivi previsti dalla lettera a) del primo comma sono autocertificati dal soggetto passivo nella dichiarazione di cui all'art. 21 con formula predisposta dall'ufficio e sottoscrizione dell'interessato autentica.  
Quando sussistono motivi per verificare l'effettivo possesso dei requisiti autocertificati, il Funzionario o concessionario invita il soggetto passivo a presentare la documentazione ritenuta necessaria per comprovarli, fissando un congruo termine per adempiere. L'autocertificazione e la documentazione sono acquisite per la prima dichiarazione e non devono essere ripetute dallo stesso soggetto in occasione di successive esposizioni di mezzi pubblicitari, salvo che non si siano verificate variazioni.
4. I requisiti oggettivi di cui alle lettere b) e c) del primo comma sono, per quanto possibile, verificati direttamente dall'ufficio comunale attraverso l'esame dei mezzi pubblicitari o dei loro facsimile. Quando ciò non sia possibile o sussistano incertezze in merito alle finalità del messaggio pubblicitario il soggetto passivo autocertifica, nella dichiarazione e con le modalità di cui al precedente comma, la corrispondenza delle finalità delle manifestazioni, festeggiamenti e spettacoli a quelle previste dalle norme sopraccitate, che danno diritto alla riduzione dell'imposta.

#### Art. 24 - Imposta sulla pubblicità - esenzioni

1. Ai fini dell'esenzione dall'imposta di cui all'art. 17 del D. Lgs 507/93 l'attività esercitata è quella risultante dalle autorizzazioni comunali, di pubblica sicurezza, di altre Autorità od accertata dal registro delle imprese presso la Camera di Commercio.
2. L'esenzione dall'imposta prevista per la pubblicità comunque effettuata in via esclusiva dagli Enti Pubblici Territoriali compete agli Enti Pubblici Territoriali per la pubblicità effettuata nell'ambito della loro circoscrizione.
3. I Comitanti, le Associazioni, le Fondazioni e ogni altro Ente che non persegua scopi di lucro, ai fini dell'esenzione di cui alla lettera H dell'art. 17, d. lgs 507/93, devono presentare idonea documentazione od autocertificazione relativa al possesso dei requisiti richiesti per beneficiare dell'esenzione. Per i mezzi già esposti al 1° Gennaio 1995 a tale adempimento deve essere provveduto entro 90 giorni da tale data. Per quelli successivamente autorizzati, prima di effettuarne l'esposizione. La mancata

presentazione dei documenti suddetti nei termini stabiliti, comporta l'applicazione dell'imposta sulla pubblicità non essendo stato provato il diritto all'esenzione.

### CAPO III

#### IL SERVIZIO DELLE PUBBLICHE AFFISSIONI

##### Art. 25 - Finalità del servizio

1. Il Comune a mezzo del servizio delle pubbliche affissioni assicura l'affissione negli appositi impianti a ciò destinati, di manifesti costituiti da qualunque materiale idoneo, contenenti comunicazioni aventi finalità istituzionali, sociali o comunque prive di rilevanza economica e, nella misura prevista dall'art. 6 di messaggi diffusi nell'esercizio di attività commerciali.
2. I manifesti aventi finalità istituzionali, sociali o comunque privi di finalità economiche sono quelli pubblicati dal Comune e, di norma, quelli per i quali l'affissione è richiesta dai soggetti e per le finalità di cui all'art. 20 e 21 del D. Lgs. 15 Novembre 1993, N° 507, richiamati negli articoli 32 e 33.
3. I manifesti che diffondono messaggi relativi all'esercizio di un'attività economica sono quelli che hanno per scopo di promuovere la domanda di beni o servizi o che risultano finalizzati a migliorare l'immagine del soggetto pubblicizzato.

##### Art. 26 - Spazi per affissioni - superficie

1. La collocazione degli impianti destinati alle affissioni di manifesti aventi finalità istituzionali, sociali o comunque privi di finalità economiche deve essere particolarmente idonea per assicurare ai cittadini la conoscenza di tutte le informazioni relative alla attività del Comune, per realizzare la loro partecipazione consapevole alla amministrazione dell'Ente e per provvedere tempestivamente all'esercizio dei loro diritti.
2. I manifesti di natura commerciale la cui affissione viene richiesta direttamente al Comune sono dallo stesso collocati negli impianti di cui all'art. 6 nei limiti della capienza degli stessi.
3. I manifesti di natura commerciale da affiggere negli spazi da attribuire a soggetti privati per l'effettuazione di affissioni dirette nei limiti di cui all'art. 6 del Regolamento sono classificati, ai fini tributari, come pubblicità ordinaria in conformità a quanto dispone il terzo comma dell'art. 12 del D. Lgs. 15 Novembre

1993, N° 507, con applicazione della imposta in base alla superficie di ciascun impianto, nella misura e con le modalità di cui al comma terzo del predetto art. 12.

4. Verificandosi perduranti eccedenze di manifesti da affiggere in una classe degli impianti e, contemporaneamente, disponibilità ricorrente di impianti non utilizzati nelle altre classi la Giunta, su proposta del concessionario, può disporre la temporanea deroga, per non più di 3 mesi, dai limiti stabiliti per ciascuna classe dall'art. 6.

Qualora nel prosieguo del tempo siano confermate le eccedenze e disponibilità che hanno motivato la deroga, il Consiglio stabilisce la definitiva modifica della ripartizione degli spazi.

#### Art. 27 - Prenotazioni - registro cronologico

1. L'affissione s'intende prenotata dal momento in cui perviene all'ufficio Comunale preposto al servizio la commissione, accompagnata dall'attestazione dell'avvenuto pagamento del diritto.
2. Le commissioni sono iscritte nell'apposito registro, contenente tutte le notizie alle stesse relative. Tenuto in ordine cronologico di prenotazione e costantemente aggiornato. Il concessionario del servizio è incaricato della tenuta del registro.
3. Il registro cronologico è tenuto presso l'Ufficio Affissioni e deve essere esibito a chiunque ne faccia richiesta.

#### Art. 28 - Criteri e modalità per l'espletamento del servizio

1. I manifesti devono essere fatti pervenire all'Ufficio Comunale nell'orario di apertura, a cura del committente, almeno due giorni prima di quello dal quale l'affissione deve avere inizio.
2. I manifesti devono essere accompagnati da una distinta nella quale è indicato l'oggetto del messaggio pubblicitario e:
  - a) per quelli costituiti da un solo foglio, la quantità ed il formato;
  - b) per quelli costituiti da più fogli, la quantità dei manifesti, il numero dei fogli dai quali ciascuno è costituito, lo schema di composizione del manifesto con riferimenti numerici progressivi ai singoli fogli di uno di essi, evidenziato con apposito richiamo.
3. Oltre alle copie da affiggere dovrà essere inviata all'ufficio una copia in più, da conservare per documentazione del servizio.
4. Su ogni manifesto affisso viene impresso il timbro dell'Ufficio Comunale, con la data di scadenza prestabilita.

5. I manifesti pervenuti per l'affissione senza la relativa commissione formale e l'attestazione dell'avvenuto pagamento del diritto, se non ritirati dal committente entro 30 giorni da quando sono pervenuti, saranno inviati al macero senz'altro avviso.
6. 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 per le ore notturne dalle ore 20 alle ore 7 o nei giorni festivi, è dovuta la maggiorazione del 10% del diritto, con un minimo di £. 50.000 per commissione. La maggiorazione è devoluta interamente al concessionario.

#### Art. 29 - Norma di rinvio

1. Le disposizioni previste dal D. Lgs. 15 Novembre 1993, N° 507 e dal presente Regolamento per l'imposta sulla pubblicità si applicano, per quanto compatibile e non previsto in questo capo, anche al diritto sulle pubbliche affissioni.

#### Art. 30 - Mancanza di spazi disponibili

1. l'annullamento della commissione non comporta oneri a carico del committente, escluso il rimborso delle spese postali, al quale l'Ufficio Comunale provvede a rimborsare la somma versata entro novanta giorni dal ricevimento dell'avviso di annullamento, i manifesti restano a disposizione del committente presso l'ufficio per 30 giorni e, per disposizione di questo, possono essere allo stesso restituiti od inviati ad altra destinazione dallo stesso indicata, con il recupero delle sole spese postali, il cui importo viene detratto dal rimborso del diritto.
2. Nel caso in cui la disponibilità degli impianti consenta di provvedere all'affissione di un numero di manifesti inferiore a quelli pervenuti o per una durata inferiore a quella richiesta, l'Ufficio Comunale provvede ad avvertire il committente per scritto. Se entro tre giorni da tale comunicazione la commissione non viene annullata, l'Ufficio Comunale provvede all'affissione nei termini e per le quantità rese note all'utente e dispone entro 30 giorni il rimborso al committente dei diritti eccedenti quelli dovuti. I manifesti non affissi restano a disposizione dell'utente presso l'ufficio per 30 giorni, scaduti i quali saranno inviati al macero, salvo che ne venga richiesta la restituzione o l'invio ad altra destinazione, con il recupero delle sole spese postali, il cui importo viene detratto dai diritti eccedenti.

#### Art. 31 - Tariffe - Applicazione e misura

1. Il diritto sulle pubbliche affissioni è dovuto, per ciascun foglio di dimensioni fino a cm. 70X100, nella misura stabilita per la Classe III del secondo comma dell'art. 19 del D.Lgs. 507/93. Le maggiorazioni del diritto, a qualunque titolo previste, sono cumulabili tra loro e si applicano sulla tariffa base.
2. Le eventuali aggiunte ai manifesti già affissi sono soggette al pagamento del diritto corrispondente alla tariffa prevista per i primi 10 giorni.
3. Qualora il committente richieda espressamente che l'affissione avvenga in determinati spazi da lui prescelti, è dovuta una maggiorazione del 100 per cento.

#### Art. 32 - Tariffa riduzioni

1. La tariffa del diritto 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 dall'art. 32;
  - b) per i manifesti di comitati, associazioni, fondazioni e di 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 e la partecipazione degli Enti Pubblici Territoriali;
  - d) per i manifesti relativi ai festeggiamenti patriottici, religiosi, a spettacoli viaggianti e di beneficenza;
  - e) per gli annunci mortuari.
2. I requisiti soggettivi previsti dalla lettera b) sono accertati con le modalità di cui al terzo comma dell'art. 23.
3. I requisiti oggettivi previsti dalle lettere c) e d) sono verificati attraverso l'esame di cui al quarto comma dell'art. 23.
4. Le riduzioni non sono cumulabili. Le stesse non si applicano alla misura minima del diritto stabilito per ogni commissione da effettuarsi d'urgenza dal comma 6 dell'art. 28.

#### Art. 33 - Tariffa - esenzioni

1. Per i manifesti riguardanti le attività e funzioni istituzionali del Comune, da esso svolte in via esclusiva, esposti nell'ambito del proprio territorio si fa riferimento alle attività e funzioni che il Comune esercita secondo le leggi statali e regionali, le norme statutarie, le disposizioni regolamentari e quelle che hanno per finalità la cura degli interessi e la promozione dello sviluppo della comunità, ai sensi della Legge 8 Giugno 1990, N° 142.

2. Per i manifesti la cui affissione sia obbligatoria per legge il soggetto che richiede l'affissione gratuita è tenuto a precisare, in tale richiesta, la disposizione di legge per effetto della quale l'affissione sia obbligatoria.
3. Per l'affissione gratuita dei manifesti concernenti corsi scolastici e professionali gratuiti regolarmente autorizzati il soggetto richiedente deve allegare alla richiesta copia dei documenti dai quali risulta che i corsi sono gratuiti e regolarmente autorizzati dall'Autorità competente.

§§§§§§§§§§§§§§

## TITOLO III

Disposizioni finali e transitorie

### CAPO I

### SANZIONI

## Art. 34 - Sanzioni Amministrative

1. Il Comune è tenuto a vigilare, a mezzo del Corpo di Polizia Municipale, dell'Ufficio Tecnico e del Servizio Pubblicità ed Affissioni, sulla corretta osservanza delle disposizioni legislative e regolamentari riguardanti l'effettuazione della pubblicità e delle affissioni dirette alla stessa assimilate, richiamate o stabilite dal presente regolamento.
2. Le violazioni delle disposizioni di cui al primo comma comportano sanzioni amministrative per la cui applicazione si osservano le norme stabilite dal Capo I, Sezione I e II, della Legge 24 Dicembre 1981, N° 689, salvo quanto espressamente stabilito dai commi successivi.
3. Per la violazione delle norme stabilite dal presente regolamento in esecuzione del D. Lgs. 15 Novembre 1993, N° 507 e di quelle stabilite nelle autorizzazioni alle installazioni degli impianti si applica la sanzione da £. 200.000 a £. 2.000.000. Il verbale con riportati gli estremi delle violazioni e l'ammontare della sanzione è notificato agli interessati entro 150 giorni dall'accertamento delle violazioni.
4. Indipendentemente dalla procedura di rimozione degli impianti e dell'applicazione della sanzione di cui al terzo comma il Comune, o il concessionario del servizio, può effettuare l'immediata copertura della pubblicità, in modi che sia privata di efficacia pubblicitaria e disporre la rimozione delle affissioni abusive.  
In ambedue i casi, oltre all'applicazione delle sanzioni di cui al presente articolo, il Comune provvede all'accertamento d'ufficio dell'imposta o del diritto dovuto per il periodo di esposizione abusiva, disponendo il recupero delle stesse e l'applicazione delle soprattasse e, se dovuti, degli interessi, previsti nel presente Regolamento.
5. I mezzi pubblicitari esposti abusivamente possono essere sequestrati con ordinanza del Sindaco, a garanzia del pagamento sia delle spese di rimozione e di custodia, sia dell'imposta, delle soprattasse ed interesse.  
Nella predetta ordinanza è stabilito il termine entro il quale gli interessati possono richiedere la restituzione del materiale sequestrato versando le somme come sopra dovute od una cauzione, stabilita nell'ordinanza stessa, d'importo non inferiore a quello complessivamente dovuto.
6. I proventi delle sanzioni amministrative, da chiunque accertate, sono dovuti al Comune. Sono dallo stesso destinati al potenziamento ed al miglioramento del servizio pubblicità ed affissioni se gestito direttamente, all'impiantistica facente carico al Comune, alla vigilanza nello specifico settore ed alla realizzazione, aggiornamento, integrazione e manutenzione del piano generale degli impianti di cui all'art. 11.

## CAPO II

### Contenzioso

#### Art. 35 - Giurisdizione tributaria

1. La giurisdizione tributaria per l'imposta sulla pubblicità e per il diritto sulle pubbliche affissioni è esercitata dalla Commissione Tributaria Provinciale e dalle Commissioni Tributarie Regionali, secondo quanto dispone il D. Lgs. 31 Dicembre 1992, N° 546.
2. Il processo è introdotto con ricorso alla Commissione Tributaria Provinciale.
3. Gli atti per i quali è proponibile il ricorso devono contenere l'indicazione del termine entro il quale il ricorso deve essere proposto, della Commissione Tributaria competente nonché delle relative forme da osservare per la presentazione, ai sensi dell'art. 20 del Decreto richiamato nel precedente comma.

## CAPO III

### Disposizioni transitorie e finali

#### Art. 36 - Accertamenti e rettifiche d'ufficio di cui al D.P.R. N° 639/1972

1. Il Comune può procedere a rettifica ed accertamento d'ufficio dell'imposta e diritto dovuti vigente il D.P.R. 26 Ottobre 1972, N° 639, entro il termine di due anni dalla data in cui la dichiarazione è stata o doveva essere presentata, notificando apposito avviso al contribuente con le modalità di cui all'art. 23 del predetto Decreto.

#### Art. 37 - Pubblicità annuale iniziata nel 1993

1. La pubblicità annuale iniziata prima dell'anno 1993 o nel corso dello stesso, per la quale sia stata pagata l'imposta dovuta fino al 31 Dicembre di detto anno, è prorogata per l'anno 1994 e per quelli successivi senza la presentazione di una nuova dichiarazione, con il versamento dell'imposta dovuta annualmente secondo il presente Regolamento e la relativa tariffa, tenuto conto di quanto stabilito dal precedente art. 21.

## Art. 38 - Entrata in vigore del Regolamento - Disciplina transitoria

1. In conformità a quanto stabilito dal quarto comma dell'art. 3 D. Lgs. 15 Novembre 1993, N° 507, il presente Regolamento entra in vigore dal 1° Gennaio 1996, dopo la sua approvazione e l'esecutività, a norma di legge, della relativa deliberazione.
  
2. Fino all'entrata in vigore del Regolamento si osservano le disposizioni direttamente stabilite per la disciplina della pubblicità esterna e delle pubbliche affissioni:
  - dal D. Lgs. 15 Novembre 1993, N° 507;
  - dall'art. 23 del D. Lgs. 30 Aprile 1992, N° 285, modificato dall'art. 13 del D. Lgs. 10 Settembre 1993, N° 360;
  - dagli artt. da 47 a 59 del D.P.R. 16 Dicembre 1992, N° 495;
  - dalle altre norme di legge e Regolamenti tutt'ora vigenti che disciplinano l'effettuazione della pubblicità esterna e che non risultano in contrasto con quelle sopra richiamate.

\*\*\*\*\*