

# Regolamenti Comunali



## **Regolamento comunale per la disciplina della pubblicità e delle affissioni per l'applicazione dell'imposta sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni**

APPROVATO CON ATTO C.C. NR. 80 DEL 29.9.1995

MODIFICATO: con Atto C.C. n. 81 del 28.10.1997; con Atto C.C. n. 93 del 16.11.1998, con atto C.C. n. 11/2001; con Atto C.C. n. 78/2001, con Atto C.C. n. 24/2005 e con Atto C.C. n. 17 DEL 28.03.2007, con atto C.C. n. 13 del 23.02.2011 e con atto C.C. n. 20 del 30.03.2017

### **TITOLO I DISCIPLINA DELLA PUBBLICITA' E DELLE AFFISSIONI**

#### **CAPO I DISPOSIZIONI GENERALI**

##### **Art. 1 - Oggetto del regolamento**

1. Il presente regolamento disciplina l'effettuazione nel territorio di questo Comune della pubblicità esterna e delle pubbliche affissioni e stabilisce le modalità per l'applicazione dell'imposta comunale sulla pubblicità e del diritto comunale sulle pubbliche affissioni, in conformità a quanto disposto dal capo I del Decreto Legislativo 15 novembre 1993, n. 507 e s.m.i..

##### **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) degli artt. 49 e 153 del D.Lgs. 22 gennaio 2004 n. 42 e s.m.i. e) dalla legge 18 marzo 1959, n. 132 e dall'art. 10 della legge 5 dicembre 1986, n. 856; g) 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 economia diretta.
2. La scelta della forma per la gestione del servizio è di competenza del Consiglio comunale che, quando lo ritenga più conveniente sotto il profilo economico e funzionale, può affidare il servizio a soggetti terzi con le modalità stabilite dalla normativa vigente in materia.
3. Nel caso di affidamento del servizio a soggetti terzi, il concessionario subentra al Comune in tutti i diritti ed obblighi inerenti la gestione del servizio ed è tenuto a provvedere a tutte le spese occorrenti, ivi comprese quelle per il personale impiegato.
4. 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.Lgs. 15 novembre 1993, n. 507 e s.m.i..

##### **Art. 4 - 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. Il predetto funzionario sottoscrive anche le richieste, gli avvisi, i provvedimenti relativi e dispone i rimborsi.
2. Il funzionario è individuato nell'ambito del settore dei servizi tributari del Comune, su proposta del responsabile di settore.
3. Il Comune provvede a comunicare al Ministero delle Finanze - Direzione Centrale per la Fiscalità Locale - entro sessanta giorni dal provvedimento di designazione o sostituzione, il nominativo del funzionario responsabile.
4. Nel caso di gestione in concessione, le attribuzioni di cui al comma 1. spettano al concessionario

##### **Art. 5 - Entrata in vigore del regolamento e disciplina transitoria**

1. In conformità a quanto stabilito dal quarto comma dell'art. 3 del 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 regolamentari tutt'ora vigenti che disciplinano l'effettuazione della pubblicità esterna e che non risultano in contrasto con quelle sopra richiamate.

## **CAPO II DISCIPLINA DELLA PUBBLICITA'**

### **Art. 6 - 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.
3. Gli impianti ed i mezzi pubblicitari non autorizzati preventivamente od installati violando le disposizioni di cui al comma 1 devono essere rimossi in conformità a quanto previsto dall'art. 47 del presente regolamento.
4. 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.
5. Si applicano per le violazioni suddette le sanzioni previste dall'art. 24 del D.Lgs. n. 507/1993, indicate nell'art. 47 del presente regolamento, a seconda della loro natura.

### **Art. 7 - Divieti di installazione ed effettuazione di pubblicità**

1. Nell'ambito e in prossimità dei beni paesaggistici indicati nell'articolo 134 del D.Lgs. 22-1-2004 n.42 è vietata la posa in opera di cartelli o altri mezzi pubblicitari se non previa autorizzazione, così come indicato all'articolo 153 del medesimo decreto legislativo.
2. E' vietato collocare o affiggere cartelli o altri mezzi di pubblicità sugli edifici e nelle aree tutelati come beni culturali. Il collocamento o l'affissione possono essere autorizzati dal soprintendente qualora non danneggino l'aspetto, il decoro o la pubblica fruizione di detti immobili, così come stabilito all'art. 49 del D.Lgs. 22-1-2004 n. 42. Lungo le strade site nell'ambito o in prossimità dei beni sopra indicati, è vietato collocare cartelli o altri mezzi di pubblicità, salvo autorizzazione rilasciata ai sensi della normativa in materia di circolazione stradale e di pubblicità sulle strade e sui veicoli, previo parere favorevole della soprintendenza sulla compatibilità della collocazione o della tipologia del mezzo di pubblicità con l'aspetto, il decoro e la pubblica fruizione dei beni tutelati. In relazione ai beni sopra indicati il soprintendente, valutatane la compatibilità con il loro carattere artistico o storico, rilascia o nega il nulla osta o l'assenso per l'utilizzo a fini pubblicitari delle coperture dei ponteggi predisposti per l'esecuzione degli interventi di conservazione, secondo quanto stabilito al comma 3 del succitato articolo 49.
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 il 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 stabilite dal paragrafo 3, capo I, titolo II, del regolamento emanato con il D.Lgs. 16 dicembre 1992, n. 495.
5. All'interno delle aree boschive e radure intercluse definite con le sigle E1 ed E2 nonché all'interno delle aree agricole collinari definite con la sigla E3 nel Regolamento Urbanistico approvato con la deliberazione del Consiglio Comunale n. 22 del 21.04.2009 non è ammessa l'installazione di cartelli pubblicitari.
5. Bis Fermo restando quanto indicato ai precedenti commi 1 e 2, sul patrimonio immobiliare di valore storico- culturale, paesaggistico, testimoniale, definito con le sigle S1, S2, S4, nel Regolamento Urbanistico come sopra approvato, non è consentita l'installazione di insegne, cartelli ed altri mezzi pubblicitari che, su parere della Commissione edilizia comunale, risultino in contrasto con i valori ambientali e tradizionali che caratterizzano le zone predette e gli edifici nelle stesse compresi.
6. Fermo restando le norme contenute nel vigente codice della strada, nelle immediate adiacenze degli edifici di interesse storico ed artistico, adibiti ad attività culturali, delle sedi di uffici pubblici, ospedali, case di cura e di riposo, scuole, chiese e cimiteri, è vietata ogni forma di pubblicità fonica. Quando essa è consentita deve essere effettuata nei soli giorni feriali e dalle ore 8:00 alle ore 13:00 e dalle ore 16:00 alle ore 20:00.  
Nei giorni festivi e negli orari non consentiti, è possibile concedere deroghe durante lo svolgimento di manifestazioni di carattere sportivo, culturale, sociale, religioso, politico ecc. o in concomitanza con particolari festività.
6. Fermo restando le norme contenute nel vigente codice della strada, nelle immediate adiacenze degli edifici di interesse storico ed artistico, adibiti ad attività culturali, delle sedi di uffici pubblici, ospedali, case di cura e di riposo, scuole, chiese e cimiteri, è vietata ogni forma di pubblicità fonica. Quando essa è consentita deve essere effettuata nei soli giorni feriali e dalle ore 8:00 alle ore 13:00 e dalle ore 16:00 alle ore 20:00.  
Nei giorni festivi e negli orari non consentiti, è possibile concedere deroghe durante lo svolgimento di manifestazioni di carattere sportivo, culturale, sociale, religioso, politico ecc. o in concomitanza con particolari festività.

6-bis. La pubblicità effettuata mediante la sosta dei veicoli di cui agli articoli 52, 53, comma 1, lettere g) e h), 54, comma 1, lettera g), e 56 del d.lgs. 30 aprile 1992, n. 285, e di cui agli articoli 200, comma 2, lettera e), e 203, comma 2, lettera q), del D.P.R. 16 dicembre 1992, n. 495, è consentita, fermi i divieti e le limitazioni vigenti, esclusivamente nel tratto della via Ugo Foscolo parallelo ed a margine della via IV Novembre e nell'area di sosta a margine della via Guido Rossa di fronte al numero civico 22. Nel restante territorio comunale la pubblicità effettuata mediante la sosta degli stessi veicoli in strade e piazze pubbliche o in vista di esse è vietata e la pubblicità dovrà essere rimossa ovvero coperta in modo tale che sia privata di efficacia.

7. 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 3, 4 e 5 del precedente art. 6.

#### **Art. 8 - 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 dei 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. All'interno del centro abitato:

a) l'installazione di mezzi pubblicitari è disciplinata dal comma 4 dell'art. 14 ed è autorizzata con le modalità stabilite dall'art. 11 del presente regolamento. Il Sindaco può concedere deroghe alle distanze minime di posizionamento dei cartelli su strade urbane di quartiere e strade locali, tenuto conto di quanto dispongono le norme in precedenza richiamate;

b) la dimensione dei cartelli non deve superare la superficie di mq. 6; per le insegne poste parallelamente al senso di marcia dei veicoli la superficie non deve superare mq. 20;

c) le caratteristiche tecniche dei mezzi pubblicitari luminosi devono essere conformi a quelle stabilite dall'art. 50 del D.P.R. 16 dicembre 1992, n. 495.

#### **Art. 9 - Tipologia dei mezzi pubblicitari (già rivisto)**

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 è effettuata mediante insegne, cartelli, locandine, targhe, standardi e con qualsiasi altro mezzo non previsto dai successivi commi. Per le definizioni relative alle insegne, targhe, cartelli, locandine, standardi ed altri mezzi pubblicitari si fa riferimento a quelle effettuate dai commi 1, 3, 5, 6, 7 e 8 dell'art. 47 del regolamento emanato con D.P.R. 16 dicembre 1992, n. 495 e s.m.i., intendendosi compresi negli "altri mezzi pubblicitari" i "segni orizzontali reclamistici" ed esclusi gli "striscioni", disciplinati dalle norme del presente regolamento relative alla "pubblicità varia". È 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, di vetture autofiltranviarie 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 e s.m.i..

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 similare. La pubblicità predetta può essere effettuata per conto altrui o per conto proprio dell'impresa, con la differenziazione tariffaria stabilita nel titolo II.

5. È 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, 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 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. 10 - 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. 8 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 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 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. Per la installazione di mezzi pubblicitari luminosi nei centri storici si osserva la procedura prevista dal quinto comma dell'art. 7.

4. I mezzi pubblicitari installati nei centri abitati, sugli edifici, in corrispondenza degli accessi pubblici e privati ed ai margini laterali delle strade e dei marciapiedi, sono collocati ad altezza tale che il bordo inferiore deve essere, in ogni suo punto, ad una quota non minore di m. 2 dal piano di accesso agli edifici e superiore a m. 1,5 dalla quota di calpestio dei marciapiedi e delle strade.

#### **Art. 11 – Procedure di installazione S.C.I.A/autorizzazione**

1. Ferma restando la competenza della Giunta Comunale in merito alla definizione degli assetti organizzativi e delle competenze nella gestione delle procedure di cui al presente atto, le seguenti disposizioni sono da intendersi cedevoli rispetto a successiva diversa regolamentazione di tali profili.

1. Per l'installazione delle insegne di esercizio e delle targhe professionali il titolare deve presentare allo "Sportello Unico per le Attività Produttive", ufficio competente in materia, **segnalazione certificata di inizio attività ai sensi di quanto previsto dalle disposizioni di legge in materia di procedimento amministrativo.**

2. Per l'installazione di insegne e targhe su strade statali, regionali o provinciali o in aree soggette a vincolo, **la segnalazione certificata di inizio attività è preceduta** dal rilascio del parere favorevole dell'ente proprietario della strada o dall'autorizzazione paesaggistica o di analogo provvedimento di rimozione del vincolo. Per tutti gli altri mezzi pubblicitari l'installazione è subordinata all'autorizzazione di cui ai seguenti commi.

3. In caso di variazione del titolare dell'attività o di variazione delle insegne o targhe professionali, anche con riferimento al solo contenuto grafico, il titolare dovrà presentare una nuova **segnalazione certificata** di inizio attività al fine di installare o sostituire l'insegna di esercizio o la targa professionale.

4. Il rilascio delle autorizzazioni al posizionamento 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, nr. 495 e s.m.i. ed è effettuato dal Comune al quale deve essere presentata la domanda completa della documentazione prevista dal successivo settimo comma.

5. Il rilascio delle autorizzazioni al posizionamento ed alla installazione di cartelli ed altri mezzi pubblicitari nei centri abitati è di competenza comunale, 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 e s.m.i..

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

a) dichiarazione sostitutiva dell'atto di notorietà ai sensi dell'art. 53 del DPR 28 dicembre 2000, nr. 445 e s.m.i., con allegata copia del documento d'identità, che attesti che il mezzo pubblicitario che intende collocare ed i suoi sostegni sono calcolati, realizzati e posti in opera in modo da garantirne sia la stabilità sia 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; una planimetria in scala 1:2000 con indicata la posizione nella quale s'intende collocare il mezzo;

c) documentazione fotografica del luogo di ubicazione dove si intende collocare il mezzo pubblicitario;

d) il nullaosta tecnico dell'ente proprietario della strada, qualora la stessa non sia comunale;

e) il consenso dell'Amministrazione competente se l'impianto è posto in ambito od in prossimità dei beni paesaggistici di cui all'art. 134 del codice dei beni culturali e del paesaggio (D. Lgs. 42 del 22 gennaio 2004)

8) Per l'installazione di più mezzi pubblicitari è presentata una sola domanda ed una sola dichiarazione sostitutiva. Se l'autorizzazione viene richiesta per mezzi aventi lo stesso bozzetto e caratteristiche, è allegata una sola copia dello stesso.

9) Il Responsabile del procedimento istruisce la richiesta, acquisendo direttamente i pareri tecnici delle unità organizzative interne, ed entro 30 (trenta) giorni dalla presentazione rilascia l'autorizzazione. Entro il medesimo termine, qualora sussistano motivi ostativi al rilascio dell'autorizzazione, il responsabile del procedimento provvede ad inviare la comunicazione dei motivi ostativi, ai sensi dell'art. 10 bis della Legge n. 241/90 e s.m.i. Entro il termine di 10 (dieci) giorni dal ricevimento della comunicazione di cui sopra, l'istante ha diritto di presentare per iscritto le proprie osservazioni, eventualmente corredate da documenti. La comunicazione di motivi ostativi interrompe i termini di conclusione del procedimento, i quali iniziano nuovamente a decorrere dalla data di presentazione delle osservazioni o, in mancanza, dalla scadenza del termine concesso all'istante per presentare le osservazioni. Il provvedimento di diniego deve dare ragione del mancato accoglimento di tali osservazioni, se presentate.

10) Il termine per il rilascio dell'autorizzazione per l'installazione dei mezzi pubblicitari nelle zone soggette alla disciplina di cui all'art. 7 è stabilito in 60 (sessanta) giorni.

11) Il Comune provvede agli adempimenti prescritti dall'art. 53, commi 9 e 10, del D.P.R. 16 dicembre 1992, n. 495.

12) Salvo diversa indicazione, l'autorizzazione alla installazione di mezzi pubblicitari permanenti ha validità per un periodo di 3 (tre) anni, a decorrere dalla data del rilascio. Entro il termine di 90 giorni antecedenti la scadenza, il titolare può chiedere il rinnovo dell'autorizzazione alle stesse condizioni previste nel titolo originario. In questo caso la richiesta di rinnovo consentirà il mantenimento del manufatto fino alla conclusione del procedimento stesso.

13) In caso di mancato rinnovo il manufatto dovrà essere rimosso entro i 30 giorni successivi alla data di scadenza.

14) Alla richiesta di rinnovo si applicano le disposizioni di cui all'art. 10 bis della Legge 241/90 e s.m.i..

15) L'autorizzazione può essere revocata o modificata in qualsiasi momento e senza corresponsione di alcun indennizzo per:

a) sopravvenuti motivi di pubblico interesse o di tutela della sicurezza stradale;

b) per difformità all'autorizzazione o per il mancato rispetto delle condizioni previste nella stessa;

c) per mancata corresponsione di quanto dovuto al comune.

16) Alla revoca dell'autorizzazione deve seguire la rimozione dell'impianto a cura e spese del titolare della stessa entro i successivi 30 giorni.

#### **Art. 11 bis – Decadenza dell'autorizzazione**

1. Costituiscono cause di decadenza dell'autorizzazione:

a) la cessazione o il trasferimento dell'attività pubblicizzata;

b) l'annullamento, la revoca o l'inesistenza dell'autorizzazione all'esercizio dell'attività;

c) la mancata osservanza delle condizioni alle quali era subordinata l'autorizzazione.

2. L'autorizzazione relativa ad insegne d'esercizio, preinsegne, targhe, vetrine e tende decade, inoltre, nell'ipotesi di trasferimento dell'attività pubblicizzata.

#### **Art. 11 ter - Pubblicità esente da autorizzazione amministrativa espressa**

1. L'autorizzazione amministrativa espressa è sostituita dalla semplice dichiarazione preventiva di pubblicità e, ove previsto, dal relativo pagamento dell'imposta sulla pubblicità al Comune, da effettuarsi obbligatoriamente prima dell'inizio delle forme pubblicitarie, per:

- a) manifesti e locandine temporanee collocati, direttamente dagli interessati, all'interno di locali pubblici o aperti al pubblico, previo accordo con i proprietari, riportanti il timbro del Comune con la data di scadenza dell'esposizione;
- b) messaggi o manufatti a carattere non permanente (con esclusione pertanto di vetrofanie a carattere permanente), pubblicitari e non, riferiti o riferibili all'attività esercitata nei locali, posti in aderenza o in adiacenza alla superficie vetrata dei negozi, internamente o esternamente ad essa, in modo tale che gli stessi siano visibili solo ed esclusivamente dalla strada (avviso al pubblico, vendite promozionali e di fine stagione etc.);
- c) manufatti tridimensionali posati a terra su proprietà privata, se temporanei o a rimozione quotidiana notturna, quali a titolo esemplificativo lavagne, cavalletti etc..., accompagnati da un'autocertificazione che i manufatti sono conformi alle norme tecniche del Piano Comunale degli Impianti Pubblicitari;
- d) pubblicità varia. In particolare, per la pubblicità effettuata in forma ambulante, sarà necessario presentare apposita copia del volantino da distribuire, qualora lo stesso sia a carattere commerciale o inerente attività economiche. Il testo depositato non potrà più essere modificato e dovranno essere esibiti, per ciascun addetto alla distribuzione dei volantini, copia della quietanza di pagamento dell'imposta nonché l'originale del volantino riportante il timbro del Comune. Sono escluse da tale disposizione le forme di comunicazione ed espressione ideologica senza fini di lucro eseguite mediante volantinaggio, con salvaguardia degli altri adempimenti autorizzativi previsti dalle norme in materia.

2. La dichiarazione preventiva di pubblicità in sostituzione dell'autorizzazione amministrativa espressa, fa salvi gli eventuali diritti di terzi sollevando il Comune da ogni responsabilità nei confronti di quest'ultimi e non esime l'interessato dall'acquisizione di eventuali nulla osta di altri soggetti pubblici o privati.

3. La pubblicità effettuata in assenza della dichiarazione di cui ai commi precedenti e del relativo versamento, se dovuto, è abusiva e pertanto sanzionata ai norma di legge.

#### **Art. 12 - 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 del 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.

3. Il titolare dell'autorizzazione per la posa di segni orizzontali reclamistici sui piani stradali nonché di striscioni e stendardi, ha l'obbligo di provvedere alla rimozione degli stessi entro le quarantott'ore successive alla conclusione della manifestazione o spettacolo per il cui svolgimento sono stati autorizzati, ripristinando il preesistente stato dei luoghi e delle superfici stradali.

4. 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. 13 - 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 determina gli ambiti del territorio comunale nei quali sono localizzati i mezzi di pubblicità esterna, compresi nelle tipologie di cui all'art. 9, commi 2, 4 e 6 del presente regolamento. La seconda parte definisce la localizzazione nel territorio comunale degli impianti per le pubbliche affissioni di cui al successivo art. 15.

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 dal Sindaco con funzioni di Presidente, dal Segretario Comunale e dai funzionari comunali responsabili dei servizi pubblicità ed affissioni, urbanistici, della viabilità e della polizia municipale o loro delegati. Il progetto del piano è sottoposto a parere della Commissione Edilizia. Il gruppo di lavoro, esaminato il parere della Commissione, 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.

6. Il piano generale degli impianti può essere adeguato o modificato annualmente con decorrenza dalla sua approvazione, 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. 14 - 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. 7 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 comma 1 dell'art. 8, 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, autorizzata dal 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. 8. 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, standardi, 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. 15 - Gli impianti per le pubbliche affissioni**

1. La seconda parte del piano degli impianti pubblicitari è costituita dagli impianti da adibire alle pubbliche affissioni.

2. In conformità a quanto dispone il terzo comma dell'art. 18 del D.Lgs. 15 novembre 1993, n. 507, tenuto conto che la popolazione del Comune al 31 dicembre 1993, penultimo anno precedente quello in corso, era costituita da n. 9.978 abitanti, la superficie degli impianti da adibire alle pubbliche affissioni è stabilita in complessivi mq. 200, proporzionata al predetto numero di abitanti e, comunque, non inferiore a mq. 12 per ogni mille abitanti.

3. La superficie complessiva degli impianti per le pubbliche affissioni, sopra determinata, è ripartita come appresso:

a) mq 30, pari al 15% è destinata alle affissioni di natura istituzionale, sociale o comunque priva di rilevanza economica; (1)

b) mq 160, pari all'80% è destinata alle affissioni di natura commerciale, effettuate dal servizio comunale;

c) mq 10, pari al 5% è destinata alle affissioni di natura commerciale effettuata direttamente da soggetti privati, comunque diversi dal concessionario del servizio, ove lo stesso sia appaltato

**(1) lettera modificata con deliberazione di C.C. n. 24/2005 e successivamente modificata per effetto del comma 176 dell'art. 1 della l. 296/2006.**

4. Gli impianti per le pubbliche affissioni possono essere costituiti da:

a) vetrine per l'esposizione di manifesti;

b) standardi 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 tenuto conto dei divieti e limitazioni stabilite dal presente regolamento.

5. Tutti gli impianti 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 da spazi pubblici per tutti i lati che vengono utilizzati per l'affissione. Ciascun impianto reca, in alto, una targhetta con l'indicazione "Comune di Montale Servizio Pubbliche Affissioni" ed il numero di individuazione dell'impianto.

6. Gli impianti non possono essere collocati nei luoghi nei quali è vietata l'installazione di mezzi pubblicitari dall'art. 7 del presente regolamento.

7. L'installazione di impianti per le affissioni lungo le strade è soggetta alle disposizioni di cui all'art. 8 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.

8. 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;

b) l'ubicazione;

c) la tipologia secondo quanto previsto dal comma 4;

d) la dimensione ed il numero di fogli cm. 70x100 che l'impianto contiene;

e) la numerazione dell'impianto ai fini della sua individuazione.

9. 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.

10. 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.

11. Il Comune 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 od altri motivi. Nel caso che lo spostamento riguardi impianti attribuiti a soggetti che effettuano affissioni dirette, convenzionate con il Comune per utilizzazioni ancora in corso al momento dello spostamento, gli stessi possono accettare di continuare l'utilizzazione dell'impianto nella nuova sede oppure rinunciare alla stessa, ottenendo dal Comune il rimborso del diritto già corrisposto per il periodo per il quale l'impianto non viene usufruito.

#### **Art. 16 - Caratteristiche generali dei cartelli ed altri mezzi pubblicitari in centro abitato**

1. La collocazione dei cartelli ed altri mezzi pubblicitari deve rispettare i criteri di un corretto ed equilibrato inserimento sia ambientale che architettonico.

2. I cartelli e gli altri mezzi pubblicitari devono essere realizzati con materiali non deperibili e resistenti agli agenti atmosferici. Le strutture di sostegno e di fondazione devono essere calcolate per resistere alla spinta del vento, saldamente realizzate ed ancorate, sia globalmente che nei singoli elementi.

3. I cartelli e gli altri mezzi pubblicitari devono avere sagoma regolare, che in ogni caso non può essere quella di disco o di triangolo.

4. I cartelli, le insegne di esercizio e gli altri mezzi pubblicitari dovranno avere sagoma regolare, che in ogni caso non deve generare confusione con la segnaletica stradale. L'uso dei colori ed il loro abbinamento non deve generare confusione con la segnaletica stradale, specialmente in corrispondenza e in prossimità delle intersezioni. In particolare, il colore rosso non deve costituire sfondo di segnali di pericolo, di precedenza e d'obbligo, limitandone la percettibilità e non può superare un quinto dell'intera superficie del cartello o di altro mezzo pubblicitario, fatta eccezione per la riproduzione di marchi depositati.

5. Il bordo inferiore dei cartelli e degli altri mezzi pubblicitari posti in opera deve essere, in ogni suo punto, ad una quota superiore di m. 1,5 rispetto a quella della banchina stradale misurata nella sezione stradale corrispondente.

6. E' vietata l'installazione di qualsiasi mezzo pubblicitario mobile posato al suolo.

7. Le sorgenti luminose, i cartelli, le insegne di esercizio e gli altri mezzi pubblicitari luminosi dovranno avere una sagoma regolare che in ogni caso non devono generare confusione con la segnaletica stradale. L'uso dei colori, specialmente del rosso e del verde, non deve generare confusione con la segnaletica luminosa specialmente in corrispondenza e in prossimità delle intersezioni. Nel caso di intersezioni semaforizzate, ad una distanza dalle stesse inferiore a 300 m., fuori dai centri abitati, è vietato l'uso dei colori rosso e verde nelle sorgenti luminose, nei cartelli, nelle insegne di esercizio e negli altri mezzi pubblicitari posti a meno di 15 m. dal bordo della carreggiata, salvo motivata deroga da parte di questa Amministrazione. In ogni caso il colore rosso non deve costituire sfondo di segnali di pericolo, di precedenza e d'obbligo, limitandone la percettibilità e non può superare un quinto dell'intera superficie del cartello o di altro mezzo pubblicitario, fatta eccezione per la riproduzione di marchi depositati.

8. Qualora le suddette strutture costituiscano manufatti la cui realizzazione e posa in opera è regolata da specifiche norme, l'osservanza delle stesse e l'adempimento degli obblighi da queste previste deve essere documentato prima del ritiro dell'autorizzazione.

#### **Art. 17 - Caratteristiche particolari dei cartelli e dei mezzi pubblicitari in centro abitato**

1. I cartelli e i mezzi pubblicitari dovranno avere le caratteristiche di seguito elencate:

a) insegne:

le insegne a bandiera sia orizzontali che verticali aggettanti su percorsi esclusivamente pedonali e su sedi stradali o passaggi accessibili da automezzi, devono essere installate in modo tale che la distanza da terra al bordo inferiore sia rispettivamente uguale o superiore a m. 3,00 e m. 4,70.

La distanza del bordo verticale rispetto al filo del muro dell'edificio non può superare i 2/3 dell'ampiezza del marciapiede ed in valore assoluto m. 1,00.

Le insegne frontali devono essere installate, ove possibile, nel vano compreso tra gli stipiti e l'architrave ed avere in ogni caso una sporgenza massima rispetto al filo esterno del muro di cm. 20.

In edifici destinati a funzione di carattere industriale, commerciale e direzionale possono essere installate insegne o marchi di fabbrica, oltre che sulle facciate, a tetto o su pensilina, intese come parti integranti del disegno architettonico dell'edificio con presentazione, in sede di richiesta di autorizzazione, del progetto di facciata.

Le insegne montate su supporto proprio o su palina se collocate su area privata devono rispettare un'altezza da terra misurata dalla quota del terreno al bordo superiore non maggiore di m. 6,00; se aggettanti su suolo pubblico devono rispettare le condizioni sopra indicate nel presente articolo.

Qualora siano presenti più attività nello stesso edificio le targhe devono essere collocate su un unico impianto di insegne o targhe coordinate.

b) vetrine, tende, bacheche:

l'installazione di vetrine deve avvenire all'interno della parte compresa fra gli stipiti e l'architrave ed in maniera tale che nessun elemento abbia un aggetto rispetto al filo del muro che le contiene.

Le tende a protezione di mostre, vetrine ed accessi pedonali, quando finalizzate alla diffusione di messaggi pubblicitari o propagandistici, dovranno osservare un'altezza minima dalla quota del marciapiede o dal passaggio pedonale di m. 2,20 a condizione che ciò non arrechi disturbo alla visibilità ed un aggetto inferiore di almeno cm. 20 rispetto alla larghezza del marciapiede e comunque non superiore a m. 2,00.

E' ammessa l'installazione di bacheche, con frontale trasparente, finalizzate a contenere al suo interno: quotidiani, periodici o altri mezzi di stampa, per la diffusione di informazioni o propaganda dell'attività di enti pubblici e associazioni varie; all'esposizione di programmi per iniziative culturali, religiose, sportive, di pubblico spettacolo e simili, o all'esposizione di menù, tariffe e prezzi di pubblici esercizi e alberghi nonché all'esposizione di prodotti.

La sporgenza massima delle bacheche, ove consentite a muro, non deve essere superiore a cm. 10 dal filo esterno della muratura.

c) targhe di esercizio e pubblicitarie:

le targhe indicanti professioni ed attività in genere devono essere collocate preferibilmente negli stipiti della porta o, in alternativa, anche in riferimento alle condizioni specifiche, lateralmente alla porta stessa o sui battenti ed avere una dimensione massima di mq. 0,50.

d) striscioni, locandine, stendardi e bandiere:

l'esposizione di striscioni, locandine, stendardi e bandiere su suolo pubblico è ammessa unicamente in occasioni di manifestazioni e spettacoli e solamente per il periodo cui si riferiscono oltrechè durante la settimana precedente e le 24 ore successive allo stesso.

La collocazione di bandiere su suolo pubblico o aggettante sullo stesso devono rispettare un'altezza da terra misurata dalla quota del terreno al bordo superiore non maggiore a m. 6,00, se aggettanti su suolo pubblico su percorsi esclusivamente pedonali e su sedi stradali o passaggi accessibili da automezzi, devono essere installate in modo tale che la distanza da terra al bordo inferiore sia rispettivamente uguale o superiore a m. 3,00 e a m. 4,70.

e) segni orizzontali reclamistici:

i segni orizzontali reclamistici sono ammessi unicamente all'interno di aree di uso pubblico di pertinenza di complessi industriali e commerciali e lungo il percorso di manifestazioni sportive o su aree delimitate, destinate allo svolgimento di manifestazioni di vario genere, limitatamente al periodo di svolgimento delle stesse e alle 24 ore precedenti e successive.

Essi devono essere realizzati con materiali rimovibili, ma ben ancorati nel momento dell'utilizzo, alla superficie stradale e che garantiscono una buona aderenza dei veicoli sugli stessi.

f) mezzi pubblicitari abbinati alla prestazione di servizi per gli utenti:

lungo le strade e in prossimità di esse è ammessa l'installazione di cartelli o altri mezzi pubblicitari abbinati alla prestazione di servizi per gli utenti della strada, quali orologi, contenitori per i rifiuti, panchine, portabiciclette, pensiline ed altre, purchè siano rispettate le distanze minime previste per la collocazione di impianti pubblicitari fuori e dentro i centri abitati, ad eccezione dei casi in cui la superficie di esposizione sia inferiore a mq. 1,00.

#### **Art. 18 - Caratteristiche tecniche e materiali degli impianti fissi delle affissioni**

1. Ove consentito dal Piano Generale degli Impianti, gli impianti fissi "tipo tabella" collocati a muro o in aderenza alle facciate degli edifici o su altri manufatti, devono essere individuati e delimitati da una cornice in alluminio elettroverniciato di colore grigio "canne di fucile".

2. La struttura di sostegno degli impianti fissi "tipo stendardo" dovrà essere realizzata con profilato metallico a sezione circolare senza discontinuità superiore in modo da conferire all'insieme un maggior grado di stabilità laterale, opportunamente verniciata con colore grigio "canna di fucile". Il pannello riportante il messaggio pubblicitario fissato saldamente alla struttura di sostegno con opportuni giunti dovrà essere realizzato con materiale durevole e non ossidabile sufficientemente rigido e rifinito ai bordi con cornici in profilato di alluminio. Il tutto dovrà essere facilmente smontabile al fine di agevolare le operazioni di manutenzione e di trasporto in loco. L'impianto dovrà essere dotato di una targhetta bifacciale indicante il concessionario, il Comune di appartenenza, il numero identificativo dell'impianto stesso.

#### **Art. 19 - Caratteristiche dei cartelli e dei mezzi pubblicitari luminosi**

1. Fuori dai centri abitati le sorgenti luminose, i cartelli e gli altri mezzi pubblicitari comunque luminosi, oltre al rispetto dei requisiti indicati dal precedente articolo 17, non possono avere luce intermittente e colore rosso, salvo quanto previsto dal successivo comma 3.

All'interno dei centri abitati l'autorizzazione potrà essere rilasciata solo nel caso che la stessa non sia in contrasto con la segnaletica stradale.

2. L'intensità luminosa non deve provocare abbagliamento o distrazione dall'attenzione nella guida per i conducenti dei veicoli.

3. La croce rossa luminosa è consentita esclusivamente per indicare farmacie, ambulatori pubblici e posti di pronto soccorso.

## **Art. 20 - Distribuzione di manifestini**

1. Fermo restando il divieto di svolgere pubblicità mediante il lancio di volantini od altri oggetti, è sempre consentita la pubblicità effettuata tramite distribuzione di manifestini.

## **TITOLO II**

### **DISCIPLINA DELL'IMPOSTA SULLA PUBBLICITA', DEL SERVIZIO E DEL DIRITTO SULLE PUBBLICHE AFFISSIONI**

#### **CAPO I**

#### **DISCIPLINA GENERALE**

### **Art. 21 - Applicazione dell'imposta e del diritto**

1. In conformità alle disposizioni del Capo I del D.Lgs. 15 novembre 1993, n. 507 e s.m.i. 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. 22 - Classificazione del Comune**

1. In base alla popolazione residente al 31 dicembre dell'anno 1993, che dai dati pubblicati dall'I.S.T.A.T. risulta costituita da n. 9.978 abitanti, il Comune è classificato, in conformità all'art. 2 del D.Lgs. 15 novembre 1993, n. 507, nella classe: V.  
2. Verificandosi variazioni della consistenza della popolazione determinate 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. 23 - La deliberazione delle tariffe**

1. Le tariffe dell'imposta sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni sono deliberate dalla Giunta comunale entro la data fissata da norme statali per la deliberazione del bilancio di previsione. Dette tariffe, anche se approvate successivamente all'inizio dell'esercizio purché entro il termine innanzi indicato, hanno effetto dal 1° gennaio dell'anno di riferimento (1). In caso di mancata approvazione entro suddetto termine, le tariffe si intendono prorogate di anno in anno (2).

2. (Soppresso)

3. Copia autentica della deliberazione di approvazione delle tariffe deve essere trasmessa dal Funzionario responsabile del servizio al Ministero delle Finanze - Direzione centrale per la fiscalità locale, entro trenta giorni dall'adozione.

(1) Termine introdotto dall'art. 53 della L. 23.12.2000, n. 388, così come modificato dall'art. 27.

comma 8, della L. 31.12.2001 n. 448.

(2) Effetto del comma 169 dell'art. 1 L. 27.12.2006, N. 296.

#### **CAPO II**

#### **IMPOSTA SULLA PUBBLICITA' - DISCIPLINA**

### **Art. 24 - Presupposto dell'imposta**

1. È 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.

3. Si considerano rilevanti ai fini dell'imposizione:

a) i messaggi diffusi nell'esercizio di 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.

4. Non sono rilevabili ai fini dell'imposta quei cartelli contenenti esclusivamente notizie e dati d'interesse pubblico, la cui apposizione sia espressamente prevista dall'Ente in capitoli d'appalto e nei relativi atti di concessione.

### **Art. 25 - 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. È obbligato solidalmente 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.

## 5. (Abrogato) (1)

(1) **Comma aggiunto con deliberazione di C.C. n. 24/2005 e successivamente abrogato dal comma 176 dell'art. 1 della L. 296/2006.**

### Art. 26 - Modalità di applicazione dell'imposta

1. L'imposta sulla pubblicità è determinata in base alla superficie della minima figura piana geometrica nella quale è circoscritto il mezzo pubblicitario, indipendentemente dal numero dei messaggi nello stesso contenuti.
2. L'imposta per i mezzi polifacciali è calcolata in base alla superficie complessiva adibita alla pubblicità.
3. Le iscrizioni pubblicitarie, espresse anche in forma simbolica, non collocate su struttura propria, sono assoggettate all'imposta per la superficie corrispondente all'ideale figura piana minima in cui sono comprese.
4. L'imposta per i mezzi pubblicitari aventi dimensioni volumetriche è calcolata in base alla superficie complessiva determinata in base allo sviluppo del minimo solido geometrico nel quale può essere ricompreso il mezzo.
5. Le superfici inferiori ad un metro quadrato sono arrotondate, per eccesso, al metro quadrato e le frazioni di esso, oltre il primo, a mezzo metro quadrato.
6. L'imposta non si applica per superfici inferiori a trecento centimetri quadrati.
7. Agli effetti del calcolo della superficie imponibile i festoni di bandierine, i mezzi di identico contenuto pubblicitario e quelli riferibili al medesimo soggetto passivo, purché collocati in connessione fra loro, senza soluzione di continuità e funzionalmente finalizzati a diffondere nel loro insieme lo stesso messaggio o ad accrescerne l'efficacia, sono considerati come unico mezzo pubblicitario.
8. 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.
9. L'imposta sulla pubblicità relativa alle affissioni dirette sugli impianti alle stesse destinati, è commisurata alla superficie complessiva di ciascun impianto, calcolata con l'arrotondamento di cui al comma 5, applicato per ogni impianto.
10. Le maggiorazioni d'imposta a qualunque titolo sono sempre applicate alla tariffa base e sono cumulabili. Le riduzioni d'imposta non sono cumulabili.
11. L'imposta per le fattispecie pubblicitarie previste dagli artt. 12, commi 1 e 3, 13, 14 commi 1 e 3, del D.Lgs. 15 novembre 1993, n. 507 e s.m.i. è dovuta per anno solare di riferimento a cui corrisponde un'autonoma obbligazione tributaria; per le altre fattispecie il periodo d'imposta è quello specificato nelle disposizioni alle stesse relative.

### Art. 27 - Dichiarazione

1. Ottenuta l'autorizzazione prevista dall'art. 11, il soggetto passivo dell'imposta, prima di iniziare la pubblicità, è tenuto a presentare all'ufficio comunale su apposito modulo presso lo stesso disponibile, la dichiarazione, anche cumulativa, delle caratteristiche, quantità ed ubicazione dei mezzi pubblicitari. La dichiarazione è esente da bollo (tabella B, art. 5, D.P.R. 26.10.1972, n. 642, modif. dal D.P.R. 30.12.1982, n. 955).
2. La dichiarazione 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. **Il Comune o il concessionario procedono 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, salvo che si verificano variazioni nei mezzi esposti che comportino la modifica dell'imposta entro il 31 gennaio dell'anno di riferimento, a meno che non venga presentata denuncia di cessazione entro il predetto termine.
4. Nei casi in cui sia omessa la presentazione della dichiarazione, la pubblicità ordinaria, effettuata con veicoli e con pannelli luminosi di cui all'art. 9, commi 2, 3 e 4 del presente regolamento (art. 12, 13 e 14 commi 1 e 3, D.Lgs. n. 507/1993), si presume effettuata, in ogni caso, con decorrenza dal 1 gennaio dell'anno in cui è stata accertata. Le altre forme di pubblicità di cui al predetto art. 9, commi 5 e 6 (art. 14 comma 3 e art. 15, D.Lgs. n. 507/1993), si presumono effettuate dal primo giorno del mese in cui è stato effettuato l'accertamento.

### Art. 28 - Rettifica ed accertamento d'ufficio

1. Il Comune procede alla rettifica delle dichiarazioni incomplete o infedeli o dei parziali o ritardati versamenti, nonché all'accertamento d'ufficio delle omesse dichiarazioni o degli omessi versamenti, notificando al contribuente, anche a mezzo posta con raccomandata con avviso di ricevimento, un apposito avviso motivato. Gli avvisi di accertamento in rettifica e d'ufficio devono essere notificati, a pena di decadenza, entro il 31 dicembre del quinto anno successivo a quello in cui la dichiarazione o il versamento sono stati o avrebbero dovuto essere effettuati. Entro gli stessi termini devono essere contestate o irrogate le sanzioni amministrative tributarie, a norma degli articoli 16 e 17 del decreto legislativo 18 dicembre 1997, n. 472, e successive modificazioni. (1)
2. Gli avvisi di accertamento in rettifica e d'ufficio devono essere motivati in relazione ai presupposti di fatto ed alle ragioni giuridiche che li hanno determinati; se la motivazione fa riferimento ad un altro atto non conosciuto né ricevuto dal contribuente, questo deve essere allegato all'atto che lo richiama, salvo che quest'ultimo non ne riproduca il contenuto essenziale. Gli avvisi devono contenere, altresì, l'indicazione dell'ufficio presso il quale è possibile ottenere informazioni complete in merito all'atto notificato, del responsabile del procedimento, dell'organo o dell'autorità amministrativa presso i quali è possibile promuovere un riesame anche nel merito dell'atto in sede di autotutela, delle modalità, del termine e dell'organo giurisdizionale cui è possibile ricorrere, nonché il termine di sessanta giorni entro cui effettuare il relativo pagamento. Gli avvisi sono sottoscritti dal funzionario designato dall'ente locale per la gestione del tributo. (2)
3. Nel caso di gestione del servizio in concessione, gli avvisi sono sottoscritti da un rappresentante del concessionario.

(1) Effetto del comma 161 dell'art. 1 della L. 296/2006.

(2) Effetto del comma 162 dell'art. 1 della L. 296/2006.

### **Art. 29 - Pagamento dell'imposta e del diritto**

1. Il pagamento dell'imposta sulla pubblicità deve essere effettuato a mezzo di conto corrente postale intestato al Comune, **ovvero, in caso di affidamento in concessione, al suo concessionario. L'importo dovuto è arrotondato all'euro per difetto se la frazione è inferiore a 49 centesimi, ovvero per eccesso se superiore a detto importo (1).** L'attestazione dell'avvenuto pagamento dell'imposta sulla pubblicità è allegata alle dichiarazioni di cui ai commi 1 e 2 dell'art. 27. Negli anni successivi a quello della dichiarazione, l'attestazione e la ricevuta sono conservate dal soggetto d'imposta per essere esibite per eventuali controlli. Per il pagamento è utilizzato modello conforme a quello autorizzato con decreto ministeriale.

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. 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 **1549,37 euro** il pagamento può essere effettuato in rate trimestrali, entro il 31 gennaio, 30 aprile, 31 luglio e 31 ottobre.

4. Il pagamento del diritto relativo alle pubbliche affissioni e dell'imposta sulla pubblicità temporanea può essere effettuato a mezzo di conto corrente postale e nelle altre forme che la Giunta Comunale riterrà opportuno. L'attestazione del pagamento del diritto è allegata alla commissione per l'affissione dei manifesti.

**5. 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 (2). Il relativo titolo esecutivo deve essere notificato al contribuente, a pena di decadenza, entro il 31 dicembre del terzo anno successivo a quello in cui l'accertamento è divenuto definitivo (3).**

6. 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 4, del Codice Civile.

**7. Il rimborso delle somme versate e non dovute deve essere richiesto dal contribuente entro il termine di cinque anni dal giorno del versamento, ovvero da quello in cui è stato accertato il diritto alla restituzione, salvo diverso limite stabilito da norme vigenti. L'ente locale provvede ad effettuare il rimborso entro centottanta giorni dalla data di presentazione dell'istanza. (4)**

**(1) Modificato il secondo periodo del comma 1, per effetto del comma 166 dell'art. 1 della L. 296/2006.**

**(2) Modificato per effetto del comma 172 dell'art. 1 della L. 296/2006.**

**(3) Effetto del comma 163 del comma 166 dell'art. 1 della L. 296/2006.**

**(4) Effetto del comma 163 del comma 164 dell'art. 1 della L. 296/2006.**

## **CAPO III IMPOSTA SULLA PUBBLICITA' - TARIFFE**

### **Art. 30 - Tariffe**

1. Le tariffe dell'imposta sulla pubblicità sono deliberate dalla Giunta comunale nelle misure stabilite dal D.Lgs. 15 novembre 1993, n. 507 e s.m.i. e secondo quanto disposto dal presente regolamento per l'attuazione del predetto decreto:

- a) con l'art. 9 per la tipologia dei mezzi pubblicitari;
- b) con l'art. 22 per la classe demografica alla quale appartiene il Comune;
- c) con l'art. 23 per le modalità, i termini e la procedura dell'atto deliberativo;
- d) dalle norme di cui al presente capo.

### **Art. 31 - Pubblicità ordinaria**

1. L'imposta per la pubblicità ordinaria, effettuata con i mezzi di cui all'art. 9, comma 2, del regolamento, si applica, secondo la tariffa stabilita, per la classe del Comune, con l'art. 12 del D.Lgs. n. 507/1993, per anno solare e per metro quadrato di superficie determinato con le modalità di cui al precedente art. 26.

2. Per la pubblicità che ha durata non superiore a tre mesi si applica per ogni mese o frazione una tariffa pari ad un decimo di quella annua. Per la pubblicità che ha durata superiore a tre mesi si applica la tariffa annua.

3. Per la pubblicità effettuata mediante affissioni dirette, anche per conto altrui, di manifesti e simili sulle apposite strutture riservate all'esposizione diretta di tali mezzi, si applica l'imposta ordinaria in base alla superficie di ciascun impianto determinata in conformità all'art. 26, nella misura stabilita per anno solare, indipendentemente dall'effettiva durata dell'utilizzazione.

4. Per la pubblicità di cui ai commi precedenti che ha superficie:

- a) compresa fra mq. 5,5 e mq. 8,5, la tariffa dell'imposta è maggiorata del 50 per cento;
- b) superiore a mq. 8,5, la tariffa dell'imposta è maggiorata del 100 per cento.

5. Qualora la pubblicità di cui al presente articolo sia effettuata in forma luminosa od illuminata, la tariffa dell'imposta è maggiorata del 100 per cento.

6. Le maggiorazioni d'imposta si applicano con le modalità previste dal comma 10 dell'art. 26.

### **Art. 32 - Pubblicità ordinaria con veicoli**

1. L'imposta per la pubblicità ordinaria effettuata con veicoli ed altri mezzi compresi nelle tipologie previste dall'art. 9, comma terzo, lettera a) del regolamento, si applica secondo la tariffa stabilita, per la classe del Comune, dal 1° comma dell'art. 13 del D.Lgs. n. 507/1993, per anno solare e per metro quadrato di superficie determinata con le modalità di cui al precedente art. 26.

2. Per la pubblicità effettuata all'esterno dei veicoli sono dovute le maggiorazioni stabilite dal comma 4 dell'art. 31, quando le dimensioni della stessa sono comprese nelle superfici da tale norma previste.

3. Qualora la pubblicità è effettuata in forma luminosa od illuminata la relativa tariffa è maggiorata del 100 per cento.
4. Per i veicoli adibiti ad uso pubblico l'imposta è dovuta al Comune che ha rilasciato la licenza di esercizio.
5. Per i veicoli adibiti a servizio di linea interurbana l'imposta è dovuta per metà a ciascuno dei comuni in cui ha inizio e fine la corsa.
6. 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.

#### **Art. 33 - Pubblicità con veicoli dell'impresa**

1. L'imposta per la pubblicità effettuata per proprio conto con veicoli di proprietà dell'impresa o adibiti ai trasporti per conto della stessa è dovuta, per anno solare:

À al Comune ove ha sede l'impresa o qualsiasi sua dipendenza;

À ovvero al Comune dove sono domiciliati i suoi agenti mandatarî che alla data del 1 gennaio di ciascun anno, o a quella successiva di immatricolazione, hanno in dotazione i veicoli suddetti;

A secondo la tariffa deliberata dalla Giunta comunale in conformità all'Art. 13, comma terzo, del D.Lgs. n. 507/1993.

2. Per i veicoli di cui al precedente comma circolanti con rimorchio sul quale viene effettuata la pubblicità, la tariffa dell'imposta è raddoppiata.

3. Non è dovuta l'imposta per l'indicazione sui veicoli di cui ai precedenti commi del marchio, della ragione sociale e dell'indirizzo dell'impresa, purché tali indicazioni siano apposte per non più di due volte e ciascuna iscrizione non superi la superficie di mezzo metro quadrato.

4. L'attestazione dell'avvenuto pagamento dell'imposta deve essere conservata in dotazione al veicolo ed esibita a richiesta degli agenti autorizzati.

#### **Art. 34 - Pubblicità con pannelli luminosi**

1. L'imposta per la pubblicità effettuata per conto altrui con pannelli luminosi ed altri mezzi compresi nelle tipologie previste dall'art. 9, comma quarto, del regolamento si applica, indipendentemente dal numero dei messaggi, secondo la tariffa stabilita, per la classe di appartenenza del Comune, dal primo comma dell'art. 14 del D.Lgs. n. 507/1993, per anno solare e per metro quadrato di superficie determinata con le modalità di cui all'art. 26.

2. Per la pubblicità che ha durata non superiore a tre mesi si applica per ogni mese o frazione una tariffa pari ad un decimo di quella annua. Per la pubblicità che ha durata superiore a tre mesi si applica la tariffa annua.

3. L'imposta per la pubblicità di cui ai precedenti commi, effettuata per conto proprio dell'impresa, si applica in misura pari alla metà delle tariffe sopra previste.

#### **Art. 35 - Pubblicità con proiezioni**

1. L'imposta per la pubblicità con proiezioni ed altri mezzi compresi nelle tipologie previste dall'art. 9, quinto comma, del regolamento, effettuata in luoghi pubblici od aperti al pubblico, si applica secondo la tariffa stabilita, per la classe del Comune, dal quarto comma dell'art. 14 del D.Lgs. n. 507/1993, per ogni giorno, indipendentemente dal numero dei messaggi e dalla superficie adibita alla proiezione.

2. Quando la pubblicità suddetta ha durata superiore a 30 giorni si applica, dopo tale periodo, una tariffa giornaliera pari alla metà di quella di cui al precedente comma.

#### **Art. 36 - Pubblicità varia**

1. La tariffa dell'imposta per la pubblicità effettuata:

A. con striscioni od altri mezzi simili che attraversano strade o piazze si applica, per ciascun metro quadrato e per ogni periodo di esposizione di 15 giorni o frazione, nella misura stabilita, per la classe del comune, dal primo comma dell'art. 15 del decreto. La superficie soggetta ad imposta è determinata con le modalità di cui all'art. 26, commi secondo e settimo, del regolamento. Non si applicano maggiorazioni riferite alla dimensione del mezzo pubblicitario;

B. da aeromobili sul territorio comunale o su specchi d'acqua e fasce marittime limitrofi al territorio predetto si applica per ogni giorno o frazione, per ciascun aeromobile, indipendentemente dai soggetti pubblicizzati, nella misura stabilita per la classe del Comune dall'art. 15, comma 2, del decreto;

C. con palloni frenati e simili si applica per ogni giorno o frazione e per ciascun mezzo, indipendentemente dai soggetti pubblicizzati, in misura pari alla metà di quella stabilita per la classe del Comune dall'art. 15, comma 2, del decreto;

D. in forma ambulante, mediante distribuzione, a mezzo di persone di manifestini od altro materiale pubblicitario oppure mediante persone circolanti con cartelli ed altri mezzi pubblicitari è dovuta, per ciascuna persona impiegata nella distribuzione od effettuazione e per ogni giorno o frazione, indipendentemente dalla dimensione dei mezzi pubblicitari o dalla quantità di materiale distribuito, nella misura stabilita, per la classe del Comune, dal quarto comma dell'art. 15 del decreto;

E. a mezzo di amplificatori e simili è dovuta, per ciascun punto di pubblicità e per ciascun giorno o frazione della misura stabilita, per la classe del Comune, dal quinto comma dell'art. 15 del decreto.

F. L'indicazione "decreto", contenuta nei precedenti commi, s'intende riferita al D.Lgs. 15 novembre 1993, n. 507 e successive modificazioni.

#### **Art. 37 - Imposta sulla pubblicità - riduzioni**

1. La tariffa dell'imposta sulla pubblicità è ridotta alla metà:

a) per la pubblicità - avente le caratteristiche e finalità di cui alla lettera b) del comma 3 dell'art. 24 del presente regolamento - 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 al primo comma 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. 24, comma 3, lettera a), 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. 27, con formula predisposta dall'ufficio competente e sottoscrizione dell'interessato, ai sensi del D.P.R. 445/2000. Quando sussistono motivi per verificare l'effettivo possesso dei requisiti autocertificati, il competente ufficio invita il soggetto passivo a presentare acquisendone copia, 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.

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 facsimili. 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 sopracitate, che danno diritto alla riduzione dell'imposta.

#### **Art. 38 - Imposta sulla pubblicità - esenzioni**

1. Sono esenti dall'imposta sulla pubblicità:

a) la pubblicità realizzata all'interno dei locali adibiti alla vendita di beni od alla prestazione di servizi quando si riferisca all'attività esercitata nei locali stessi; i mezzi pubblicitari - ad eccezione delle insegne - esposti nelle vetrine e sulle porte d'ingresso dei locali suddetti purché siano attinenti all'attività in essi esercitata e non superino, nel loro insieme, la superficie complessiva di mezzo metro quadrato per ciascuna vetrina od ingresso;

b) gli avvisi al pubblico:

1) esposti nelle vetrine o sulle porte d'ingresso dei locali o, ove queste manchino, nelle immediate adiacenze del punto di vendita, relativi all'attività svolta, che non superino la superficie di mezzo metro quadrato;

2) riguardanti la locazione e la compravendita degli immobili sui quali sono affissi, di superficie non superiore ad un quarto di mq;

c) la pubblicità all'interno, sulle facciate esterne o sulla recinzione dei locali di pubblico spettacolo, quando si riferisce alle rappresentazioni in programma nei locali predetti;

d) la pubblicità - escluse le insegne - relative ai giornali ed alle pubblicazioni periodiche, esposta sulle sole facciate esterne delle edicole o all'interno, nelle vetrine e sulle porte d'ingresso dei negozi ove si effettua la vendita;

e) la pubblicità esposta all'interno delle stazioni dei servizi di trasporto pubblico di ogni genere, relativa esclusivamente all'attività esercitata dall'impresa di trasporto titolare del servizio; le tabelle esposte all'esterno delle predette stazioni o lungo l'itinerario di viaggio, limitatamente alla parte in cui contengono informazioni relative alle modalità di effettuazione del servizio;

f) la pubblicità esposta all'interno delle vetture ferroviarie, degli aerei e delle navi, esclusa quella effettuata sui battelli, barche e simili soggetta all'imposta ai sensi dell'art. 13 del D.Lgs. n. 507/1993;

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 e di ogni altro ente che non persegue scopi di lucro;

i) le insegne, le targhe e simili la cui esposizione sia obbligatoria per disposizione di legge o di regolamento, di dimensioni non superiori a mezzo metro quadrato di superficie, salvo che le stesse non siano espressamente stabilite dalle disposizioni predette.

**l) le insegne di esercizio di attività commerciali e di produzione di beni o servizi che contraddistinguono la sede ove si svolge l'attività cui si riferiscono, di superficie complessiva fino a 5 metri quadrati (1).**

**m) l'indicazione, 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. (2)**

2. Ai fini dell'esenzione dall'imposta di cui al precedente comma 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.

3. L'esenzione dall'imposta prevista dalla lettera g) del precedente primo comma compete agli enti pubblici territoriali per la pubblicità effettuata nell'ambito della loro circoscrizione.

4. I soggetti di cui alla lettera h) del primo comma devono presentare in visione all'ufficio comunale pubblicità idonea documentazione od autocertificazione relativa al possesso dei requisiti richiesti per beneficiare dell'esenzione. Per i mezzi già esposti al 1 gennaio 1996 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.

*(1) Modifica apportata al D.Lgs. 507/1993 dal comma 1 dell'art. 10, L. 28/12/2001, n. 448.*

*(2) Modifica apportata al D.Lgs. 507/1993 dal comma 1 dell'art. 10, L. 28/12/2001, n. 448, come modificato dall'art. 5-bis del D.L. 28/12/2001, n. 452 nel testo integrato dalla relativa legge di conversione*

### **CAPO IV IL SERVIZIO DELLE PUBBLICHE AFFISSIONI**

#### **Art. 39 - Finalità**

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. 15, 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 nei successivi artt. 43 e 44 del presente regolamento.

3. La collocazione degli impianti destinati alle affissioni di cui al precedente comma deve essere particolarmente idonea per assicurare ai cittadini la conoscenza di tutte le informazioni relative all'attività del Comune, per realizzare la loro partecipazione consapevole all'amministrazione dell'ente e per provvedere tempestivamente all'esercizio dei loro diritti.
4. I manifesti che diffondono messaggi relativi all'esercizio di 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.
5. I manifesti di natura commerciale la cui affissione viene richiesta direttamente al Comune sono dallo stesso collocati negli spazi di cui all'art. 15, c. 3, lettera b), nei limiti della capienza degli stessi.
6. 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. 15, c. 3, lettera c) 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 3 del precedente art. 31.
7. Verificandosi perduranti eccedenze di manifesti da affiggere in una classe degli impianti e, contemporaneamente, disponibilità ricorrente di spazi non utilizzati nelle altre classi la Giunta, su proposta del Funzionario responsabile, può disporre la temporanea deroga, per non più di 3 mesi, dai limiti stabiliti per ciascuna classe dall'art. 15. Alla scadenza del periodo di deroga il servizio viene effettuato con le modalità di cui all'art. 15. Qualora nel prosieguo del tempo siano confermate le eccedenze e disponibilità che hanno motivato la deroga, il Funzionario responsabile propone la definitiva modifica della ripartizione degli spazi.

#### **Art. 40 - Affissioni - 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.
3. Il registro cronologico é tenuto presso l'ufficio affissioni e deve essere esibito a chiunque ne faccia richiesta.

#### **Art. 41 - 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. Le affissioni devono essere effettuate secondo l'ordine di precedenza relativo al ricevimento della commissione, risultante dal registro cronologico di cui all'art. 40 del presente regolamento.
5. La durata dell'affissione decorre dal giorno in cui essa è stata effettuata al completo. Nello stesso giorno, su richiesta del committente, l'ufficio comunale mette a sua disposizione l'elenco delle posizioni utilizzate con l'indicazione dei quantitativi affissi.
6. Su ogni manifesto affisso viene impresso il timbro dell'ufficio comunale, con la data di scadenza prestabilita.
7. Il ritardo nell'effettuazione delle affissioni causato da avverse condizioni atmosferiche è considerato causa di forza maggiore. In ogni caso quando il ritardo è superiore a dieci giorni dalla data che era stata richiesta, l'ufficio comunale provvede a darne tempestiva comunicazione, per scritto, al committente.
8. La mancanza di spazi disponibili deve essere comunicata al committente, per scritto, entro 10 giorni dalla richiesta di affissione, con l'indicazione del periodo nel quale si ritiene che l'affissione possa essere effettuata.
9. Nei casi di cui ai commi 7 e 8 il committente può annullare la commissione con avviso da inviarsi all'ufficio comunale entro 10 giorni dal ricevimento delle comunicazioni negli stessi previste. L'annullamento della commissione non comporta oneri a carico del committente al quale l'ufficio comunale provvede a rimborsare integralmente 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.
10. 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 cinque 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, il cui importo viene detratto dai diritti eccedenti.
11. In tutti i casi in cui compete al committente il rimborso totale o parziale del diritto sulle affissioni lo stesso, con apposita comunicazione in scritto, può autorizzare l'ufficio comunale ad effettuare il conguaglio fra l'importo dovuto per affissioni successivamente richieste e quella di cui spetta il rimborso.
12. Il Comune ha l'obbligo di sostituire gratuitamente i manifesti strappati o comunque deteriorati e qualora non disponga di altri esemplari dei manifesti da sostituire, deve darne immediata comunicazione al richiedente mantenendo, nel frattempo, a sua disposizione i relativi spazi.
13. 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.
14. 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 **25,82 euro** per commissione.

15. Nell'ufficio comunale devono essere costantemente esposti, per la pubblica consultazione di chiunque ne faccia richiesta:

- a) le tariffe del servizio;
- b) l'elenco degli spazi destinati alle pubbliche affissioni con l'indicazione delle categorie alle quali detti spazi appartengono;
- c) il registro cronologico delle commissioni.

16. 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.

## **CAPO V DIRITTO SULLE PUBBLICHE AFFISSIONI – TARIFFE**

### **Art. 42 - Tariffe - applicazione e misura**

1. Il diritto sulle pubbliche affissioni è dovuto al Comune che provvede alla loro effettuazione, in solido da chi richiede il servizio e da colui nell'interesse del quale esso viene effettuato.
2. Il diritto è comprensivo dell'imposta sulla pubblicità relativa ai manifesti ed agli altri mezzi affissi e per i quali il diritto viene corrisposto.
3. Il diritto sulle pubbliche affissioni è dovuto, per ciascun foglio di dimensioni fino a cm 70x100, nella misura stabilita per la classe del Comune dal comma 2 dell'art. 19 del D.Lgs. n. 507/1993, distintamente per i primi 10 giorni e per ogni periodo successivo di 5 giorni o frazione.
4. Per le commissioni inferiori a 50 fogli il diritto di cui al precedente comma è maggiorato del 50 per cento.
5. Per i manifesti costituiti da 8 fino a 12 fogli il diritto è maggiorato del 50%; per quelli costituiti da più di 12 fogli è maggiorato del 100%.
6. Le maggiorazioni del diritto, a qualunque titolo previsto, sono cumulabili tra loro e si applicano sulla tariffa base.
7. Le eventuali aggiunte ai manifesti già affissi sono soggette al pagamento del diritto corrispondente alla tariffa prevista per i primi 10 giorni.

### **Art. 43 - 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. 44;
  - 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 comma 3 dell'art. 37.
3. I requisiti oggettivi previsti dalle lettere c) e d) sono verificati attraverso l'esame di cui al comma 4 dell'art. 37.
4. Le riduzioni non sono cumulabili. Non si applicano alla misura minima del diritto stabilito per ogni commissione da effettuarsi d'urgenza dal comma 14 dell'art. 41.

#### **5. (abrogato) - (1)**

**(1) Comma aggiunto con deliberazione di C.C. n. 24/2005 e successivamente abrogato dal comma 176 dell'art. 1 della L. 296/2006.**

### **Art. 44 - Diritto - esenzioni**

1. Sono esenti dal diritto sulle pubbliche affissioni:
  - a) i manifesti riguardanti le attività e funzioni istituzionali del Comune, da esso svolte in via esclusiva, esposti nell'ambito del proprio territorio;
  - b) i manifesti delle autorità militari relative 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 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 ed amministrative;
  - f) ogni altro manifesto la cui affissione sia obbligatoria per legge;
  - g) i manifesti concernenti corsi scolastici e professionali gratuiti regolarmente autorizzati;
2. Per i manifesti di cui alla lettera a) si fa riferimento alle attività e funzioni che il Comune esercita secondo le leggi statali e regionali, le norme statutarie, le disposizioni regolamentari e quelle che hanno per finalità la cura degli interessi e la promozione dello sviluppo della comunità, ai sensi della legge 8 giugno 1990, n. 142.
3. Per i manifesti di cui alla lettera f) il soggetto che richiede l'affissione gratuita è tenuto a precisare, in tale richiesta, la disposizione di legge per effetto della quale l'affissione sia obbligatoria.
4. Per l'affissione gratuita dei manifesti di cui alla lettera g) il soggetto richiedente deve allegare alla richiesta copia dei documenti dai quali risulta che i corsi sono gratuiti e regolarmente autorizzati autorità competente.

#### **5. (abrogato) - (1)**

**(1) Comma aggiunto con deliberazione di C.C. n. 24/2005 e successivamente abrogato dal comma 176 dell'art. 1 della L. 296/2006.**

## **TITOLO III DISPOSIZIONI FINALI E TRANSITORIE**

## CAPO I SANZIONI

### Art. 45 - Sanzioni tributarie

1. Per l'omessa presentazione della dichiarazione si applica la sanzione amministrativa dal 100 al duecento per cento dell'imposta o del diritto dovuti con un minimo di € 51,00.
  2. Per la dichiarazione in fedele si applica la sanzione amministrativa dal cinquanta al cento per cento della maggiore imposta o diritto dovuti. Se l'errore o l'omissione attengono ad elementi non incidenti sulla determinazione di questi, si applica la sanzione da € 51,00 a € 258,00.
  3. Le sanzioni indicate nei commi 1 e 2 sono ridotte ad  $\frac{1}{4}$  se entro il termine per ricorrere alle commissioni tributarie interviene adesione del contribuente con il pagamento dell'imposta o del diritto se dovuti e della sanzione. (1)
- (1) Modifiche apportate al D.Lgs. 507/1993 dall'art. 12 del D.Lgs. 473/1997 e dal comma 176 dell'art. 1 della L. 296/2006.

### Art. 46 – Interessi

1. Sulle somme dovute e non corrisposte nei termini ordinari prescritti per l'imposta sulla pubblicità e per il diritto sulle pubbliche affissioni si applicano interessi moratori nella misura e con le modalità stabilite dal comma 4 dell'art. 6 bis del vigente Regolamento per la disciplina generale delle Entrate Comunali. Gli interessi sono calcolati giorno per giorno con decorrenza dal giorno in cui sono divenuti esigibili.
  2. Per le somme dovute a qualsiasi titolo dal Comune al contribuente sono dovuti allo stesso gli interessi nella misura e modalità di cui al primo comma, a decorrere dalla data stabilita dalle vigenti norme in materia. (1)
- (1) Effetto del comma 165 dell'art. 1 della L. 296/2006.

### Art. 47 - 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 **euro 206,00 ad euro 1.549,00**. 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. Il Comune dispone la rimozione degli impianti pubblicitari abusivi, dandone avviso all'interessato a mezzo del verbale di cui al precedente comma, con diffida a provvedere alla rimozione ed al ripristino dell'immobile occupato entro il termine nell'avviso stesso stabilito. Nel caso di inottemperanza all'ordine di rimozione e di ripristino dei luoghi entro il termine stabilito, il Comune provvede d'ufficio, addebitando ai responsabili le spese sostenute e richiedendone agli stessi il rimborso con avviso notificato a mezzo raccomandata A.R. Se il rimborso non è effettuato mediante versamento a mezzo c/c postale intestato al Comune entro il termine prestabilito, si procede al recupero coattivo del credito con le modalità di cui al D.P.R. 28 gennaio 1988, n. 43 e **successive modificazioni** e con ogni spesa di riscossione a carico dell'interessato.
  5. **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 abusiva, in modo 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, con successiva notifica di apposito avviso secondo le modalità previste dall'art. 28 del presente regolamento. (1)**
  6. 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 interessi. 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.
  7. 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. 13.
  8. (Abrogato) (2)
- (1) Modifiche apportate al D.Lgs. 507/1993 dall'art. 12 del D.Lgs. 473/1997, dall'art. 4, D.Lgs. 05/06/1998, n. 203, dal comma 57, lettera c), dell'at. 145, L. 23/12/2000, n. 388.
- (2) Effetto del comma 176 dell'art. 1 della L. 27/12/2006, n. 296.

## CAPO II CONTENZIOSO

### Art. 48 - 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 e s.m.i..

2. Il processo è introdotto con ricorso alla Commissione Tributaria provinciale.

#### **Art. 49 - Procedimento**

1. Per la presentazione del ricorso, l'individuazione degli atti impugnabili ed oggetto del ricorso, la proposizione del ricorso, i termini relativi e le costituzioni in giudizio si osservano le norme stabilite dagli artt. 18, 19, 20, 21, 22 e 23 del D.Lgs. 31 dicembre 1992, n. 546.

2. 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. 50 - 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. 51 - Pubblicità annuale iniziata nel 1994**

1. La pubblicità annuale iniziata prima dell'anno 1994 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 1995 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. 27.

#### **Art. 52 - Entrata in vigore - effetti**

1. Con effetto dalla data di entrata in vigore del presente regolamento, di cui al primo comma dell'art. 5, esso sostituisce le norme in precedenza approvate, nella materia, da questo Comune.

2. Per tutto quanto non espressamente contemplato nel presente regolamento si applicano le disposizioni del Decreto Legislativo n. 507/93 e successive modificazioni ed integrazioni, nonché le altre norme di legge, statutarie e regolamentari applicabili in materia (\*).

(\*) comma aggiunto con deliberazione di C.C. n. 24/2005