



COMUNE DI ROGNO
Provincia di Bergamo

REGOLAMENTO

PER L'APPLICAZIONE DELL'IMPOSTA

SULLA PUBBLICITÀ

E

DEL DIRITTO SULLE PUBBLICHE

AFFISSIONI

E PER L'EFFETTUAZIONE DEL SERVIZIO

DELLE PUBBLICHE AFFISSIONI

Adottato con deliberazione del C.C. n. 18 del 16.05.2012 ad oggetto: "Regolamento per l'applicazione dell'imposta sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni e per l'effettuazione del servizio delle pubbliche affissioni "



INDICE

TITOLO I - DISPOSIZIONI GENERALI	4
CAPO I - CONTENUTI E FINALITÀ.....	4
Art. 1 - Oggetto del regolamento e gestione del servizio.....	4
Art. 2 - Criteri generali e finalità	4
Art. 3 – Ambito di applicazione	5
Art. 4 – Classificazione del comune	5
Art. 5 – Categoria delle località	5
CAPO II - CRITERI GENERALI PER LA REALIZZAZIONE DEL PIANO DEGLI IMPIANTI PER LE AFFISSIONI E DEGLI IMPIANTI PUBBLICITARI	6
Art. 6 – Generalità	6
Art. 7 - Pubblicità esterna	6
Art. 8 - Impianti per pubbliche affissioni	6
CAPO III - DEFINIZIONI	7
Art. 9 - Definizioni, classificazione e suddivisione dei sistemi pubblicitari.....	7
Art. 10 – Ulteriori definizioni	9
Art. 11 – Zonizzazione	9
TITOLO II - IMPIANTI PUBBLICITARI	11
CAPO I - DISPOSIZIONI GENERALI.....	11
Art. 12 – Norme generali	11
Art. 13 – Limiti di zona e di pgt.....	12
Art. 14 – Sicurezza degli impianti pubblicitari	12
CAPO II - CARATTERISTICHE	13
Art. 15 – Rispetto codice della strada	13
Art. 16 – Apparecchi illuminanti	13
Art. 17 – Arredi pubblicitari.....	13
Art. 18 – Bacheche.....	14
Art. 19 – Bandiere.....	14
Art. 20 – Cartelli	15
Art. 21 – Stendardi e striscioni	15
Art. 22 – Insegne e preinsegne	16
Art. 23 – Targhe	17
Art. 24 – Impianto pubblicitario di servizio	17
CAPO III - SISTEMI PUBBLICITARI DIVERSI.....	18
Art. 25 – Pubblicità sonora.....	18
Art. 26 – Pubblicità su veicoli	18
Art. 27 – Pubblicità commerciale interna.....	18
Art. 28 – Tende solari e ombrelloni	19
CAPO IV - NORME PER L'AUTORIZZAZIONE.....	20
Art. 29 – Domanda di nuova autorizzazione	20
Art. 30 – Procedimento istruttorio	21
Art. 31 – Ammissibilità della comunicazione d'inizio attività.....	21
Art. 32 – Contenuti dell'autorizzazione.....	22
Art. 33 - Decadenza e revoca dell'autorizzazione	22
Art. 34 - Obblighi per il titolare dell'autorizzazione.....	22
TITOLO III - IMPOSTA SULLA PUBBLICITÀ.....	24
CAPO I - DISPOSIZIONI GENERALI.....	24
Art. 35 – Applicazione	24
Art. 36 – Soggetto passivo.....	24
Art. 37 – Tariffe d'imposta	25
Art. 38 – Maggiorazioni, riduzioni ed esenzioni.....	26



*Regolamento per l'applicazione dell'imposta sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni
e per l'effettuazione del servizio delle pubbliche affissioni*

Art. 39 – Determinazione delle superfici	26
Art. 40 – Pubblicità su aree comunali	26
Art. 41 – Pagamento dell'imposta.....	26
Art. 42 – Rimozioni e spostamenti	27
Art. 43 – Rettifica ed accertamento d'ufficio.....	27
Art. 44 – Diritto di interpello del contribuente	28
TITOLO IV - PUBBLICHE AFFISSIONI	29
CAPO I - SERVIZIO PUBBLICHE AFFISSIONI	29
Art. 45 – Oggetto e modalità	29
Art. 46 - Domanda di affissione.....	29
Art. 47 - Tariffe dei diritti.....	30
Art. 48 - Modalità per le affissioni.....	31
Art. 49 – Gestione	31
TITOLO V - VIGILANZA E SANZIONI	32
CAPO I - VIGILANZA E SANZIONI.....	32
Art. 50 – Espletamento.....	32
Art. 51 - Abusi e repressione	32
Art. 52 - Sanzioni tributarie.....	32
Art. 53 - Interessi.....	33
Art. 54 – Sanzioni amministrative.....	33
Art. 55 - Procedimento sanzionatorio.....	34
Art. 56 - Definizione agevolata	35
CAPO II - DISPOSIZIONI FINALI	35
Art. 57 - Norme transitorie e deroghe.....	35
Art. 58 - Entrata in vigore.....	36



TITOLO I - DISPOSIZIONI GENERALI

CAPO I - CONTENUTI E FINALITÀ

Art. 1 - Oggetto del regolamento e gestione del servizio

1. Il presente Regolamento disciplina, nell'ambito del territorio comunale, l'esecuzione della pubblicità e delle affissioni, nonché l'applicazione e la riscossione dell'imposta comunale sulla pubblicità ed il diritto sulle pubbliche affissioni, in conformità, laddove non derogato ex art. 52 D.Lgs. 446/97, alle disposizioni del Decreto Legislativo 15 novembre 1993 n. 507 e successive modificazioni ed integrazioni.
2. Il servizio per l'accertamento e la riscossione dell'imposta comunale sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni è di esclusiva competenza comunale e potrà essere gestito:
 - in forma diretta;
 - tramite affidamento a terzi, secondo la disciplina di cui all'art. 52, comma 5, lettera b), del D.Lgs. n. 446/1997 e successive modificazioni.
3. Nel caso di gestione diretta, il Comune designa un funzionario cui sono attribuiti la funzione ed i poteri per l'esercizio di ogni attività organizzativa e gestionale dell'imposta comunale sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni; il predetto funzionario sottoscrive anche le richieste, gli avvisi, i provvedimenti relativi e dispone i rimborsi.
4. Per gli impianti pubblicitari, il regolamento disciplina in particolare le tipologie degli impianti in funzione delle caratteristiche architettoniche ed ambientali degli edifici e degli spazi urbani.
5. Nel caso di gestione in concessione, le attribuzioni, di cui al punto 3, spettano al Concessionario.

Art. 2 - Criteri generali e finalità

1. Il presente regolamento disciplina, in ottemperanza alle normative vigenti, le modalità di effettuazione della pubblicità, stabilendo limitazioni e divieti nell'ambito del territorio comunale e descrive le procedure relative al rilascio delle autorizzazioni, in funzione di:
 - a) segnalare ai cittadini lo svolgimento di attività commerciali o produttive di beni e/o servizi;
 - b) arredare l'eventuale spazio urbano collegato a dette attività;
 - c) trasmettere messaggi pubblicitari attraverso strutture fisse;
 - d) fornire pubblici servizi ai cittadini.
2. Gli elementi semiotici indicati al comma precedente costituiscono presupposto fondamentale per la qualità preventivamente e in ogni caso autorizzata, fatti salvi i casi d'esclusione riportati ai successivi commi. Il Regolamento definisce quindi i criteri per la realizzazione del piano generale degli impianti pubblicitari.
3. Non sono soggetti ad autorizzazioni né al pagamento dell'imposta di pubblicità le installazioni di impianti pubblicitari per manifestazioni ed iniziative promosse dal Comune.
4. Non sono soggetti al pagamento dell'imposta sulla pubblicità né ad autorizzazione l'installazione i cartelli di pubblicità dell'attività edilizia previsti dal D.Lgs. n. 380/2001, purché privo di indicazioni e comunicazioni di natura commerciale di qualsivoglia natura.
5. Nei casi previsti dall'art. 13, terzo comma, del D.Lgs n. 507/1993, non è richiesta autorizzazione, mentre è dovuta l'imposta di pubblicità; nei casi previsti dall'art. 17, primo comma, lettere a), b), e) del medesimo decreto legislativo non è richiesta imposta di pubblicità né autorizzazione; nei casi previsti alle lettere d), f), g), h), i) del medesimo



Regolamento per l'applicazione dell'imposta sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni e per l'effettuazione del servizio delle pubbliche affissioni

comma non è richiesta imposta di pubblicità, mentre l'autorizzazione non è richiesta nei soli casi in cui i sistemi siano installati all'interno dei locali.

6. Non sono soggetti ad autorizzazione né ad imposta di pubblicità, le asserzioni pubblicitarie relative a vendite straordinarie, di superficie non superiore a mq. 0,50 se collocate all'interno delle vetrine dei negozi ove si svolge la vendita stessa e i cartelli esponenti i prezzi di vendita dei prodotti ai sensi dell'art. 14 del D.Lgs. n. 114/1998.
7. Non sono soggetti a imposta sulla pubblicità i sistemi pubblicitari installati nell'ambito delle pertinenze di proprietà delle Ferrovie dello Stato, di cui alla legge 18 marzo 1959, n. 132 e successive modificazioni e integrazioni; l'autorizzazione è sostituita da nulla osta comunale e degli Enti proprietari di strade non comunali interessate, qualora i sistemi siano visibili fuori dalla sede ferroviaria.
8. Tutti i sistemi pubblicitari richiesti, anche se non espressamente vietati da norme di regolamento, devono possedere i requisiti oggettivi (messaggi, tipologia, dimensioni, colore, materiale impiegato, composizione delle scritte e disegni, modalità di posizionamento) tali da consentire la salvaguardia del decoro e del rispetto dell'ornato urbano, nonché l'armonico inserimento nel contesto ambientale ed architettonico della Città.

Art. 3 – Ambito di applicazione

1. La pubblicità esterna e le pubbliche affissioni sono soggette, secondo le disposizioni degli articoli seguenti, rispettivamente ad una imposta ovvero ad un diritto a favore del Comune, nel cui territorio, sono effettuate.
2. Per la pubblicità effettuata con mezzi propri su aree, che siano di proprietà comunale o concesse in godimento dal Comune, è dovuta la tassa di occupazione di suolo pubblico oltre l'imposta sulla pubblicità. Il Comune potrà stabilire la sostituzione della TOSAP con un canone.

Art. 4 – Classificazione del comune

1. Ai fini dell'articolo 2 del Decreto Legislativo 15.11.1993 n. 507 e successive modificazioni ed integrazioni, il Comune di Rogno appartiene alla classe V°, in base agli abitanti residenti al 31 dicembre del penultimo anno che ammontano a 3.983 unità, così come registrato dall'Istat.

Art. 5 – Categoria delle località

1. Ai fini dell'applicazione dell'imposta sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni, limitatamente alle affissioni di carattere commerciale, il territorio comunale è suddiviso in due categorie individuate in base all'importanza, al flusso di pubblico, alla densità di traffico veicolare e alla connessione con attività economiche individuate come segue:
 - a. CATEGORIA SPECIALE: tutte le vie, le piazze, gli spazi rientranti nelle zone definite dal PGT vigente come "insediamenti produttivi industriali e artigianali", "insediamenti produttivi per depositi scoperti" e "insediamenti commerciali" e assimilate.
 - b. CATEGORIA NORMALE: tutta la restante parte del territorio non compresa nella categoria speciale.
2. Nelle località insite nelle zone appartenenti alla categoria speciale come sopra individuate, la Giunta Comunale può applicare una maggiorazione fino al 100% delle tariffe.
3. Rientra nella categoria speciale tutta la pubblicità posta sia sulle aree di circolazione inserite in detta categoria sia quella collocata nelle adiacenze delle medesime e preordinata funzionalmente alla lettura da parte di coloro che transitano nelle aree in questione.



CAPO II - CRITERI GENERALI PER LA REALIZZAZIONE DEL PIANO DEGLI IMPIANTI PER LE AFFISSIONI E DEGLI IMPIANTI PUBBLICITARI

Art. 6 – Generalità

1. La pubblicità esterna e le pubbliche affissioni sono effettuate nel territorio del Comune di Rogno in conformità al piano generale degli impianti pubblicitari da realizzarsi in attuazione dei criteri del presente capo e più avanti indicato semplicemente piano.
2. Il piano può essere adeguato o modificato entro il 31 ottobre di ogni anno.

Art. 7 - Pubblicità esterna

1. Il piano comprende i mezzi e gli impianti destinati alla pubblicità esterna ed indica le posizioni nelle quali è consentita la loro installazione; sono comunque escluse dal piano le zone, le aree, gli edifici di cui al Capo I del Titolo II.
2. Per l'installazione degli impianti pubblicitari fuori dal centro abitato, individua le località e le posizioni nelle quali il collocamento è soggetto a particolari condizioni o limitazioni.
3. All'interno del centro abitato, fermi restando autorizzazioni e/o nulla osta di enti proprietari delle strade diversi dal comune e ove non già previsto al successivo Titolo II, il piano prevede:
 - le caratteristiche delle zone nella quali, su aree pubbliche e private, può essere autorizzata l'installazione di impianti pubblicitari, individuandone eventualmente i singoli siti;
 - le caratteristiche degli edifici sui quali può essere autorizzata l'installazione di cartelli ed altri mezzi pubblicitari;
 - le tipologie generali e le caratteristiche di massima degli impianti pubblicitari, correlate a quelli degli edifici sui quali devono essere installati;
4. Il piano comprende:
 - la definizione degli edifici, impianti, opere pubbliche, strutture ed attrezzature ed altri luoghi di proprietà o disponibilità comunale nei quali può essere autorizzata l'installazione di impianti pubblicitari mediante comunicazione visiva e/o acustica;
 - i requisiti tecnici per la localizzazione e collocazione in condizioni di sicurezza per terzi, di striscioni, locandine, stendardi, festoni, bandiere e simili.

Art. 8 - Impianti per pubbliche affissioni

1. Il piano generale degli impianti pubblicitari stabilisce la superficie complessiva degli impianti da adibire alle pubbliche affissioni in conformità all'art. 18 del D.Lgs. n. 507/1993 e ai sensi dell'art. 4 del presente regolamento. La superficie complessiva stabilita, è poi ripartita percentualmente come segue:
 - a) 25%, destinata alle affissioni di natura istituzionale, sociale, comunque senza alcun rilievo economico e commerciale;
 - b) 75% destinata alla affissioni di natura commerciale.
2. Il 10% della quantità sub. lettera a) del comma 1, sono destinati soggetti indicati dall'art. 20 del D.Lgs. n. 507/1993.
3. Il 25% della quantità sub. Lettera b) del comma 1 può essere destinata alle affissioni di natura commerciale effettuate direttamente da soggetti privati, diversi dal concessionario del servizio.
4. Il piano per gli impianti indica, per ciascuna quantità sopra prevista:
 - La destinazione secondo la ripartizione detta al precedente comma;



- L'ubicazione e, se del caso, l'orientamento;
 - La tipologia secondo la classificazione di cui al comma successivo;
 - La capacità, in fogli, secondo la modularità di cui al quarto comma;
 - Il numero d'individuazione.
5. Gli impianti per le pubbliche affissioni possono essere costituiti da:
- Vettrine per l'esposizione di manifesti;
 - Plance affissionarie;
 - Stendardi porta manifesti;
 - Tabelloni mono o bifacciali;
 - Superfici di muri adeguatamente trattate;
 - Armature, steccati, schermature di carattere provvisorio;
6. Tutti gli impianti devono possedere dimensioni modulari di 70 × 100 cm o multipli e collocati in modo da possedere la totale libera esposizione del messaggio pubblicitario da spazi pubblici, da qualsiasi lato questo avvenga; su ciascun impianto deve essere riportato una targhetta con l'indicazione "Comune di Rogno – Servizio pubbliche affissioni", il numero d'individuazione dell'impianto e l'anno di rilascio.
7. Per l'individuazione dei siti e delle aree valgono le prescrizioni contenute nel Codice della Strada e nel Regolamento Edilizio Comunale vigente, nonché i limiti di cui al successivo Titolo.
8. Il Comune di Rogno ha facoltà di provvedere allo spostamento o la modifica dell'ubicazione di impianti in qualsiasi momento, quando risulti motivatamente necessario per esigenze di servizio, circolazione stradale, opere di trasformazione urbanistico-edilizia. In caso di modifica o spostamento di impianti attribuiti a soggetti che svolgono l'attività in concessione dal comune, questi possono decidere se continuare il servizio nel nuovo impianto individuato oppure rinunciarvi, richiedendo il rimborso del diritto già corrisposto e relativo al periodo per il quale l'impianto non viene usufruito.

CAPO III - DEFINIZIONI

Art. 9 - Definizioni, classificazione e suddivisione dei sistemi pubblicitari

1. Fermo restando le definizioni di cui all'art. 47 del D.P.R. n. 495/1992, ai fini del presente regolamento gli impianti pubblicitari sono definiti secondo tipologia, forma, posizione e illuminazione come di seguito indicato:
- **Apparecchi illuminanti**, quei sistemi ottici e/o luminosi che direttamente o indirettamente creano scritte e figure su piani di riferimento propri, fissi o mobili, ovvero su pavimenti, pareti, coperture;
 - **Arredi pubblicitari e totem**, elementi tridimensionali destinati ad accogliere, anche in maniera non esclusiva, insegne pubblicitarie, ed essere anche destinati a informazioni di carattere generale, quali quelle turistiche, climatiche, ambientali. Devono avere forme regolari e lineari e l'appoggio al suolo non può superare il metro quadrato di superficie;
 - **Bacheca**, il riquadro appeso o ricavato nella muratura e protetto da materiale trasparente, nel quale sono esposti materiali e documenti pubblicitari; rientrano tra le bacheche anche le vetrinette porta menù;
 - **Bandiera**, elemento iconografico bidimensionale realizzato in tela o plastica e ancorato su un solo lato a supporti laterali.
 - **Cartello**, l'avviso scritto, disegnato o stampato per comunicazioni pubbliche o pubblicitarie e inerente attività lavorative, messaggi e servizi; può essere luminoso o illuminato;
 - **Gonfalone**, avviso analogo al cartello ma realizzato su supporto di tessuto teso tra due supporti rigidi; può essere ancorato a supporti pubblici;



Regolamento per l'applicazione dell'imposta sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni e per l'effettuazione del servizio delle pubbliche affissioni

- **Insegna**, la targa, il segno o il simbolo con scritte e figure poste all'esterno di attività commerciali e imprese per distinguerne l'attività e richiamarne l'attenzione;
 - **Locandina**, come il gonfalone, se posizionata su terreno può essere realizzata anche in materiale rigido;
 - **Pensiline**, come gli arredi pubblicitari, sono però destinate principalmente ad accogliere e proteggere l'attesa delle persone presso le fermate dei mezzi pubblici. Le pareti laterali possono essere destinate ad accogliere cartelli come prima definiti.
 - **Stendardo**, come il **gonfalone**, può essere realizzato anche con materiali diversi rigidi e non, ed è finalizzato alla promozione pubblicitaria presso la sede dell'attività che intende promuovere o segnalare, oppure per impianti delle p.a. Rientrano in questa definizione anche le gigantografie per copertura ponteggi o recinzioni e a questi ancorate.
 - **Striscione**, come lo stendardo, è finalizzato alla promozione pubblicitaria di manifestazioni, eventi culturali e spettacoli, ed è posto, di norma, trasversalmente alla sede stradale per mezzo di cavi e tiranti ancorati a supporti laterali;
 - **Targa**, quella indicante arti, professioni e servizi installate a lato dell'ingresso dell'attività cui sono riferite;
2. Ai fini del presente Regolamento, gli impianti si classificano secondo la loro posizione rispetto al piano di ancoraggio in:
- *a bandiera*, quando il piano contenente l'iscrizione o il marchio è ad esso normale;
 - *frontali*, quando il piano contenente l'iscrizione o il marchio è ad esso parallelo;
 - *inclinate*, quando il piano contenente l'iscrizione o il marchio forma con esso un angolo diverso da quello retto in almeno una delle sue due direzioni principali;
 - *interne*, quando rientrano in una delle categorie precedenti ma il piano contenente l'iscrizione o il marchio è completamente contenuto all'interno del piano passante per la superficie del piano di ancoraggio;
 - *varie*, quando il piano di ancoraggio è supportato da strutture o manufatti diversi da quelli individuati dai casi precedenti, o è diverso dalla forma piana.
3. Ai fini del presente Regolamento, le insegne, le targhe ed i pannelli si suddividono nei seguenti tipi:
- a. con caratteri indipendenti, quando l'iscrizione o il marchio è composto da elementi singoli indipendentemente ancorati al piano di ancoraggio;
 - b. con caratteri indipendenti su supporto, quando l'iscrizione o il marchio è composto da elementi singoli ancorati su un comune supporto posto sul piano di ancoraggio;
 - c. a pannelli, quando l'iscrizione o il marchio è posto o ricavato su un unico supporto di natura prevalentemente bidimensionale;
 - d. a cassonetto, come i pannelli, quando lo spessore non risulta essere trascurabile e la sua natura diviene tridimensionale;
 - e. in vetrofanie, quando l'iscrizione o il marchio è posto all'interno di un involucro trasparente protettivo, con le caratteristiche proprie del pannello;
 - f. altri tipi, quando l'iscrizione o il marchio sono realizzati o supportati con sistemi diversi da quelli dei tipi precedenti.
4. Ai fini del presente Regolamento, le insegne, le targhe ed i pannelli si classificano anche secondo il sistema d'illuminazione adottato, se con luce:
- *diretta*, quando il fascio luminoso è originato da una sorgente luminosa inserita nell'insegna unitamente al piano contenente l'iscrizione e il marchio
 - *indiretta*, quando il fascio luminoso è originato da una sorgente inserita nell'insegna ma indipendente dai componenti del piano contenente l'iscrizione o il marchio;
 - *propria*, quando il piano contenente l'iscrizione o il marchio o questi stessi sono sorgente luminosa;
 - *riflessa*, quando il fascio luminoso è originato da una sorgente diversa e indipendente dall'insegna e convogliata su questa mediante elementi accessori;
5. Alle definizioni date ai commi precedenti deve essere fatto riferimento nella richiesta d'installazione o modifica degli impianti pubblicitarie esistenti, di cui all'art. 29.



Art. 10 – Ulteriori definizioni

1. Si definiscono **preinsegne** le insegne corredate da freccia di orientamento per segnalare l'approssimarsi della sede dell'attività o la direzione per la sua individuazione. Vale anche la definizione di cui all'art. 47, secondo comma del D.P.R. n. 425/1992.
2. Si definisce parapedonale la protezione rivolta ad assicurare la dovuta sicurezza al transito e al passaggio dei pedoni nella sede stradale.
3. Si definisce **manifesto**, il supporto cartaceo (foglio) di dimensioni 70 × 100 cm o multipli, contenente messaggi pubblicitari di qualsiasi tipo, destinato ad essere affisso in appositi spazi aperti mediante colle e/o ancorato in appositi supporti o bacheche.
4. Si definiscono provvisori o temporanei quelle insegne e quei cartelli che, per caratteristiche dell'ancoraggio e/o del materiale impiegato, non possiedono i requisiti di oggettiva stabilità e indefinita permanenza. Ineriscono pubblicità limitate o temporanee.
5. Ai fini dell'applicazione di tasse e diritti, si definisce superficie d'occupazione, la proiezione del sistema pubblicitario sul piano orizzontale di proprietà pubblica o di uso pubblico. La proiezione del sistema pubblicitario comprende anche i sistemi di sostegno; se formanti un angolo non normale con la superficie orizzontale, la superficie d'occupazione è intesa come l'area racchiusa dai sistemi di sostegno, intesi questi come vertici della figura piana che li comprende.
6. Ai fini del presente Regolamento si intende ancora:
 - *per pubblicità sonora*, i messaggi diffusi per mezzo di diffusori acustici elettromagnetici, sia fissi che mobili;
 - *per pubblicità su veicoli*, l'apposizione di pellicole, cartelli o decals, anche usufruenti sistemi di emissione elettronica, sui mezzi automobili, pubblici o privati;
 - *per tenda solare*, il sistema di ombreggiatura e protezione prospiciente vani e vetrine di esercizi artigianali e commerciali;
 - *per ombrellone*, l'elemento d'arredo atto a proteggere, per periodi stagionali gli esercizi commerciali dal sole o dalle intemperie.
7. Si definisce piano di facciata dell'edificio, il piano geometrico tangente e parallelo al prospetto esterno di riferimento del fabbricato.
8. Per interessato o responsabile o soggetto passivo dell'impianto pubblicitario deve intendersi anche il soggetto passivo come definito dall'art. 6 del D.Lgs n. 507/1993.
9. Per luoghi pubblici si intendono le vie, le piazze, i giardini pubblici e le aree comunque aperte al pubblico passaggio o a cui chiunque può accedere in ogni momento senza limitazioni o condizioni.
10. Per luoghi aperti al pubblico si intendono i locali e le aree che siano destinati a spettacoli pubblici, a pubblici esercizi, ad attività commerciali od ai quali, comunque, chiunque può accedere soltanto in certi momenti o adempiendo a speciali condizioni poste da chi sul luogo medesimo eserciti un diritto o una potestà.

Art. 11 – Zonizzazione

1. Ai fini dell'ammissibilità delle norme del presente Regolamento si definiscono le seguenti zone:
 - **Zona 1** Sono le parti del territorio interessate da agglomerati urbani che rivestono interesse storico, artistico e di pregio ambientale, comprese le aree circostanti da considerare parti integranti delle prime per caratteristiche e morfologia. Sono le zone del PGT individuate come "contesti di valore storico ambientale", "edifici isolati di valore storico ambientale" e assimilate.



Regolamento per l'applicazione dell'imposta sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni e per l'effettuazione del servizio delle pubbliche affissioni

- **Zona 2** Sono le parti del territorio parzialmente o totalmente edificate, diverse dalla zona 1. Riguardano le zone del PGT individuate come "insediamenti residenziali di versante", "insediamenti residenziali di fondovalle" e assimilate.
- **Zona 3** Sono le parti del territorio destinate a insediamenti per impianti industriali e produttivi o ad essi assimilati. Riguardano le zone del PGT individuate come "insediamenti produttivi industriali", "insediamenti produttivi per depositi scoperti", "insediamenti commerciali" e assimilate.
- **Zona 4** Sono le parti del territorio relative a zone ad elevato valore naturalistico ed ambientalistico. Riguardano le zone del PGT individuate come "contesti di elevato valore naturalistico e paesistico", "contesti di versante e fondovalle di valore ecologico e paesistico", "contesti di fondovalle di valore ecologico e paesistico", "ambiti agricoli di recupero ambientale", contesti di fondovalle di relazione con il corso d'acqua principale, di elevato valore naturalistico e paesistico ambientale" e assimilate.

Le zone 1-2-3-4 sono individuabili nelle Tavole del PGT vigente.

2. Ai fini dell'ammissibilità della richiesta le zone sopra menzionate sono soggette altresì alla rispetto delle disposizioni contenute:
 - nello studio paesistico che suddivide il territorio comunale che suddivide il territorio comunale in classi di sensibilità dei luoghi;
 - nella componente geologica, idrogeologica e sismica del Piano di Governo del Territorio, "Carta di fattibilità geologica per le azioni di piano":
3. Le autorizzazioni di cui all'art. 29 dovranno essere rilasciate nel rispetto del presente Regolamento, del Regolamento Edilizio art. 71, dell'art. 23 del Codice della Strada, del PGT vigente, del piano paesaggistico e del piano geologico.
4. La zonizzazione del territorio può essere soggetta a modificazioni in dipendenza delle mutazioni del tessuto edilizio ed urbanistico del territorio.



TITOLO II - IMPIANTI PUBBLICITARI

CAPO I - DISPOSIZIONI GENERALI

Art. 12 – Norme generali

1. Nei luoghi di interesse storico ed artistico, su statue, monumenti, fontane monumentali, mura e porte della città e sugli altri beni di cui al DLgs. n. 42/2004, nonché sui cimiteri, sugli edifici religiosi, sugli ospedali, è vietato collocare insegne e cartelli. Per i soli fini istituzionali dei manufatti o delle attività pubbliche e fatti salvi i pareri degli Enti preposti, sui predetti manufatti è ammessa la sola apposizione di targhe.
2. Su edifici privati e pubblici diversi dai precedenti, vincolati ai sensi del D.Lgs n. 42/2004, è di norma ammissibile la sola apposizione di targhe. Altri mezzi iconografici pubblicitari saranno ammissibili se realizzati in forma, dimensione e materiali compatibili con le caratteristiche del manufatto e fatti salvi il parere degli uffici comunali preposti e nulla osta della Soprintendenza ai beni artistici, storici e ambientali, ove necessario.
3. Nelle aree sottoposte a vincolo di tutela ambientale ai sensi del DLgs 42/2004, non può essere autorizzata la collocazione di qualsivoglia forma di messaggio iconografico, se non previo rilascio di parere della Commissione Paesaggistica e nulla osta della Soprintendenza ai beni artistici, storici e ambientali.
4. In tutto il territorio comunale non è consentita l'installazione di insegne, di cartelli e di targhe che vengano a coprire od offuscare gli elementi decorativi degli edifici, quali fregi, lesene, fasce marcapiano e marcadavanzale, cantonate, conci, chiavi di volta, lunette dei vani, e quanto a questo assimilabile.
5. Le insegne, comunque collocate e di qualunque tipo non possono occupare la sagoma libera stradale, né limitare la libera fruizione dello spazio pubblico, fermo restando che il lato inferiore non potrà in nessun caso essere collocato ad un'altezza inferiore a 350 cm, dal piano viabile pedonale o carrabile. La loro collocazione dovrà salvaguardare luci e vedute di terzi e non pregiudicare l'areoilluminazione degli edifici serventi e terzi.
6. Il posizionamento degli impianti pubblicitari deve avvenire nel rispetto delle prescrizioni contenute nell'art 51 del D.P.R. n. 495/1992 fatti salvi i casi espressamente previsti dal presente Regolamento ai sensi dell'art. 23, sesto comma, del D.Lgs. n. 285/1992.
7. Le scritte sulle insegne, sui cartelli e sulle targhe, nonché su qualsiasi altro mezzo iconografico pubblicitario, devono essere, di norma, in lingua italiana. Sono ammesse scritte in lingua estera purché accompagnate dalla fedele traduzione in lingua italiana.
8. Sono escluse dalle disposizioni del comma precedente, i loghi, i termini e i vocaboli di lingue estere ormai entrati nella terminologia corrente, nonché i marchi di fabbrica e i nomi di aziende.
9. È vietato utilizzare la stemma del Comune di Rogno, nella realizzazione di mezzi pubblicitari. L'emblema suddetto è costituito nelle forme e caratteristiche riprodotte sul gonfalone della città.
10. In tutto il territorio comunale è vietata la collocazione o l'ancoraggio di qualsiasi impianto iconografico pubblicitario su piante o essenze arboree.
11. In tutto il territorio comunale è vietato il volantaggio effettuato mediante lancio di volantini sul suolo pubblico o affissione ai parabrezza delle auto in sosta. La stessa forma di pubblicità potrà essere effettuata previa richiesta da presentarsi al Servizio Finanziario il quale l'autorizzerà subordinatamente alla condizione che sia effettuata mediante consegna diretta a mano alle persone, o presso le cassette postali.
12. È vietata la pubblicità effettuata mediante la sosta di veicoli pubblicitari di cui all'art. 54, lett. g) del D.Lgs. n. 285/1992 e dell'art. 203, comma 2, lett. q) del D.P.R. n. 495/1992



(c.d. "posterbus" o "vela") per periodi superiori alle 48 ore, nello stesso spazio, purchè non ostacoli la visibilità di altri impianti pubblicitari. Superato il periodo complessivamente autorizzato per tali veicoli in sosta, la pubblicità dovrà essere rimossa, ovvero coperta in modo tale che sia privata di efficacia.

Art. 13 – Limiti di zona e di pgt

1. Nella zona 1 come definita al precedente art. 11, e su tutti gli edifici di particolare valore ambientale ed architettonico espressamente individuati è vietata:
 - a) la collocazione di insegne e cartelli che, per eccessive dimensioni in rapporto al sottostante vano, per colori e materiali non idonei in rapporto all'edificio, per impatto luminoso eccessivo in relazione al contesto architettonico, determinino turbativa all'ambiente o al paesaggio, o pregiudichino la godibilità dello spazio urbano;
 - b) l'apposizione di cartelli, fatta eccezione per quelli indicanti la pubblicità di attività edilizie in corso;
 - c) le insegne con illuminazione propria, ovvero a intermittenza, a variazione di colore, con sistemi mobili o meccanismi in movimento;
 - d) i sistemi pubblicitari dotati di luce riflessa data da apparecchi la cui sporgenza dal piano contenente la facciata sia maggiore di 30 cm;
 - e) le insegne a bandiera di qualunque tipo;
 - f) l'apposizione di adesivi, calcomanie, trasferibili, di qualsiasi tipo, forma o dimensione;
 - g) insegne a cassonetto che non siano ricomprese all'interno dell'apertura degli esercizi, senza alcuna sporgenza oltre il piano di facciata dell'edificio.
2. Non rientrano nel divieto di cui alla lettera a) del primo comma, i cartelli indicanti la pubblicità di attività edilizie in corso ai sensi del D.P.R. 380/2001.
3. Nelle zone 1 e 2 è consentita l'installazione di insegne d'esercizio all'interno o immediatamente sopra le aperture delle attività purché della stessa tipologia, materiale e dimensioni, come definito dal capo III del Titolo I. La scritta pubblicitaria non può essere suddivisa in parti da collocare su supporti o insegne diverse e/o staccate.
4. Nella zona 4 non sono ammessi apparecchi illuminanti e insegne come definite in precedenza, fatti salvi gli edifici che contengano una previsione diversa nell'atto autorizzatorio per la loro costruzione e/o modifica.
5. Le attività commerciali svolte al piano primo degli edifici non potranno installare insegne sulla facciata dell'immobile al di sotto delle finestre relative. In questi casi dovranno prevedersi targhe a lato dell'ingresso e di vetrofanie o insegne interne ai vetri delle finestre. Potranno essere consentite insegne a lettere singole indipendenti o su pannello nel rispetto del colore della facciata, prive di illuminazione diretta, sotto o immediatamente sopra il marcapiano del 1° solaio per attività di interesse generale o di servizio come ad esempio assicurazioni, banche, poliambulatori, e attività similari.
6. Tutti gli impianti pubblicitari per attività private installate su supporti ancorati o appoggiati sul suolo pubblico, sono soggetti all'autorizzazione onerosa dell'occupazione del suolo.

Art. 14 – Sicurezza degli impianti pubblicitari

1. Le insegne e i cartelli non temporanei dovranno essere realizzati in materiale avente le caratteristiche di consistenza, durevolezza, sicurezza e resistenza agli agenti atmosferici e all'usura chimica. Non dovranno manifestare fenomeni di riverbero sonoro quando esposti all'impatto acustico dei veicoli, né essere fonte acustica se esposti al vento.
2. Le eventuali 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. Le insegne e i cartelli devono avere sagoma regolare che in ogni caso non può essere quella di disco e di triangolo; le insegne e i cartelli devono essere collocate in modo da non



ostacolare la visibilità dei segnali stradali. Particolare cautela deve essere adottata nell'uso dei colori, specialmente del rosso e del verde, e del loro abbinamento, al fine di non generare confusione con la segnaletica stradale luminosa specialmente in corrispondenza ed in prossimità delle intersezioni. Anche per tutti i sistemi pubblicitari privi di sistemi d'illuminazione, il colore rosso deve essere limitato alle riproduzioni dei loghi e marchi di fabbrica, in ogni caso senza eccedere 1/5 della superficie dell'area interessata dall'insegna o dal cartello.

4. Tutti i mezzi pubblicitari dotati di sistemi d'illuminazione non possono avere luce regolata o d'intensità tali da provocare abbagliamento, in ottemperanza alle disposizioni del Codice della Strada.

CAPO II - CARATTERISTICHE

Art. 15 – Rispetto codice della strada

1. Per quanto concerne le dimensioni, le caratteristiche e l'ubicazione sono fatte salve le disposizioni contenute nel Codice della Strada, fatti salvi i casi espressamente previsti ai sensi dell'art. 23 del C.d.S.

Art. 16 – Apparecchi illuminanti

1. Fermi restando vincoli e limiti di carattere generale, l'installazione di apparecchi illuminanti, è ammessa solo se riferita ad ingressi o vetrine di pertinenza di fondi in uso ad imprese, esercizi commerciali, associazioni, enti e simili ed è soggetta alle seguenti condizioni:
 - a) subordinazione all'immediata revocabilità o modifica nel caso in cui l'Amministrazione Comunale decidesse di uniformare il sistema ad altri limitrofi, ovvero la rimozione per sopravvenuti interessi pubblici;
 - b) collocazione degli apparecchi illuminanti in modo tale che il loro punto più basso si venga a trovare ad un'altezza di almeno m. 3,00 dal piano del marciapiede e, dove questo manchi, ad almeno m. 4,00 dal piano stradale. Tali altezze potranno essere ridotte anche al di sotto del limite stabilito, in presenza di impedimenti tecnici oggettivi e, comunque, senza pregiudizio all'incolumità pubblica;
 - c) le luci alogene e similari, sono ammesse purché protette da un cristallo temperato atto a contenere la proiezione di frammenti nel caso di esplosione della lampada;
 - d) la sporgenza dal piano prospettico del fabbricato non dovrà essere superiore a cm. 40. In presenza di marciapiede la sporgenza dovrà essere comunque inferiore di almeno cm. 30, rispetto alla larghezza del marciapiede stesso;
2. La croce rossa luminosa è consentita, esclusivamente, per indicare ambulatori e posti di pronto soccorso, come disposto dall'art. 50 comma 3 del DPR 495/92.
3. La denominazione: "farmacia" e della croce di colore verde, su supporto cartaceo, elettronico o di altro tipo, è riservato alle farmacie aperte al pubblico e alle farmacie ospedaliere, come disposto dall'art. 5 del D.Lgs. n. 153 del 3 ottobre 2009.
4. La collocazione degli apparecchi illuminanti dovrà avvenire nel rispetto delle norme e disposizioni previste per il contenimento dell'inquinamento luminoso e senza provocare fenomeni di disturbo visivo e abbagliamento nei confronti della circolazione veicolare e pedonale.

Art. 17 – Arredi pubblicitari



*Regolamento per l'applicazione dell'imposta sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni
e per l'effettuazione del servizio delle pubbliche affissioni*

1. Gli arredi pubblicitari come definiti dal presente Regolamento, sono ammessi su immobili pubblici e privati, nel rispetto dell'art. 14 e delle norme e disposizioni previste per il contenimento dell'inquinamento luminoso ed acustico.
2. Le insegne sui chioschi, sulle pensiline e strutture similari sono consentite nei soli casi in cui risultino comprese entro la sagoma del manufatto, senza alcuna sporgenza sul perimetro strutturale.
3. I totem, anche del tipo di arredo pubblicitario, potranno essere collocati in ogni zona del territorio e dovranno essere realizzati in materiale non deperibile con dimensioni consoni con l'ambiente circostante. La loro installazione potrà essere prevista anche per brevi periodi su suolo pubblico o di uso pubblico subordinatamente al pagamento della relativa tassa d'occupazione.
4. L'apposizione di totem all'interno di aree private prospicienti spazi pubblici è sottoposta alle medesime prescrizioni dell'art. 27 per la pubblicità commerciale interna.

Art. 18 – Bacheche

1. L'apposizione di bacheche sui fronti degli edifici prospettanti la pubblica via o spazi di uso pubblico è consentita nei seguenti casi:
 - Farmacie per la segnalazioni i servizi di turno – Organi della Pubblica Amministrazione – Partiti politici;
 - Associazioni di volontariato (ONLUS);
 - Associazioni e Gruppi di iniziativa sociale, sportiva e ricreativa;
 - Cinema;
 - Agenzie immobiliari.
2. Le bacheche sono affisse sulla parete esterna e prospettare su spazio pubblico o internamente all'apertura di accesso all'attività; la loro superficie complessiva non può eccedere 1,20 m², e devono avere dimensioni consigliate comprese nei limiti di cm. 100 di base, cm. 120 di altezza e cm. 10 di spessore ed essere realizzate materiale idoneo verniciato in armonia con i colori della facciata.
3. Per gli esercizi di ristorazione che hanno l'obbligo di esporre la lista delle vivande e dei relativi prezzi in posizione ben visibile, le bacheche o vetrinette porta menù possono essere inserite in idonee strutture, anche illuminate, che dovranno trovare spazio preferibilmente all'interno del vano o dell'eventuale galleria di ingresso all'esercizio.
4. Nei casi particolari, ove non sia motivatamente possibile rispettare il precedente comma, potrà essere autorizzata l'installazione di vetrinette porta menù esterna, a lato di ciascun vano d'ingresso dell'esercizio qualora siano prospicienti strade diverse, delle dimensioni massime di cm 50 × 30 e con le caratteristiche di collocazione delle targhe di cui al successivo art. 23.
5. Sono alternative alle bacheche, gli espositori mobili che possono essere realizzati esclusivamente in profilato d'acciaio o plastica ed essere collocati sul suolo pubblico in analogia agli arredi pubblicitari.

Art. 19 – Bandiere

1. Le bandiere recano il logo o il simbolo di fabbrica, di una ditta, di un'attività, e sono installate nella sede dell'attività stessa o nelle sue pertinenze. Ogni bandiera non può avere superficie superiore a 6 m².
2. Ove manchino simboli, scritte e loghi, le bandiere che non siano quelle della Nazione o delle squadre sportive e in numero non superiore a 2, sono considerate comunque impianti pubblicitari e come tali sottoposti al dettato del presente Regolamento.



3. L'eventuale uso del tricolore rosso, bianco e verde della Bandiera italiana deve essere effettuato nel rispetto dei principi costituzionali, e non può essere oggetto d'oltraggio od offesa.

Art. 20 – Cartelli

1. I cartelli che servono a rappresentare, mediante iscrizioni in caratteri alfanumerici, simboli, marchi e con l'eventuale ausilio di sorgenti luminose indirette o riflesse, l'arte, la professione, l'attività, i servizi di persone fisiche o giuridiche, ditte o società, possono essere fissi se posti presso la sede degli esercizi che intendono rappresentare e pubblicizzare. In ogni caso la superficie massima ammissibile, all'interno dei centri abitati, non può superare i 18 m² per ciascuno.
2. I cartelli che non rientrano nella casistica del primo comma devono essere temporanei, supportati da autonoma struttura di sostegno e devono essere posti in opera in modo che il bordo inferiore disti 1 m dalla banchina stradale, misurato nella sezione contenuta nel piano passante per la proiezione verticale del cartello, a una distanza di 3 m dal limite laterale della carreggiata. Nel rispetto dell'art. 49 del DPR n. 495/1992 il periodo di collocamento non può superare i 60 giorni.
3. I cartelli provvisori o temporanei reclamizzanti le vendite straordinarie servizi, iniziative, offerte od orari d'esercizio particolari, come disciplinati dalla legge, sono delle attività, con esclusione di qualsiasi altra soluzione.
4. I cartelli temporanei possono essere inerenti anche lavori edilizi ed essere collocati su ponteggi e strutture similari, relativi agli esercizi situati nell'immobile oggetto di lavori.

Art. 21 – Stendardi e striscioni

1. I gonfaloni e gli stendardi, ove ammessi, devono essere apposti in modo tale che la parte inferiore non sia a meno di 300 cm. dal piano stradale di riferimento, misurati ortogonalmente a questo. Le loro dimensioni massime sono di 2,50 m² per i primi e 10 m² per i secondi.
2. Gonfaloni e stendardi potranno essere ancorati ai pali della pubblica illuminazione di proprietà comunale, individuati dal competente Settore del Comune, alle seguenti condizioni:
 - la base dei pali di sostegno deve avere un diametro superiore a cm. 10. Il fissaggio deve essere effettuato con fascette di plastica o altro tali da non recare danno al palo;
 - su ogni singolo sostegno è consentita la collocazione di soli due gonfaloni, perfettamente combacianti, in modo da formare prospetticamente un'unica soluzione a doppia faccia.
 - il gonfalone dovrà essere ancorato al sostegno in modo tale da non pregiudicare o diminuire la visibilità di eventuali indicazioni stradali e turistiche, nonché l'uso e l'efficacia del manufatto.
3. È vietata l'installazione di gonfaloni pubblicitari:
 - su pali rivestiti da strato di resina poliestere o fibra di vetro
 - sui pali esistenti a distanza inferiore a 50 ml. dagli impianti semaforici;
 - quando si pregiudichi anche parzialmente la visibilità di regolatori di traffico o altre indicazioni di interesse pubblico;
4. Gli striscioni, solitamente in pvc, devono avere dimensione massima 6,00 x 1,00 m.
5. Le gigantografie per la copertura dei ponteggi devono recare messaggi preferibilmente finalizzati alla definizione architettonica finale dell'opera in atto, conferendo il minor impatto ambientale possibile ai lavori in corso.



Art. 22 – Insegne e preinsegne

1. Le insegne ineriscono le stesse finalità dei cartelli, ma sono poste obbligatoriamente presso la sede dell'attività che intendono segnalare.
2. In tutto il territorio comunale le insegne frontali di qualsiasi tipo sono ammesse se collocate sopra o nell'interno del vano dei locali dove viene svolta l'attività. Se poste sopra, la sporgenza laterale non può essere superiore a 15 cm; in ogni caso l'altezza non può superare i 50 cm. Un'unica insegna non può comprendere più vani, ad eccezione dei casi in cui l'edificio sia stato realizzato predisponendo un'apposita sede destinata allo scopo. Se realizzata in materiale ceramico, plastico o metallico, comunque non luminosa e opportunamente contenuta in apposito supporto, la collocazione dell'insegna può essere prevista a lato dell'ingresso, in alternativa a quella sopra l'apertura e nelle dimensioni massime di 100 x 60 con sporgenza massima di 10 cm.
3. Per edifici con struttura in cemento armato realizzati con elementi a pilotis, in luogo dell'insegna frontale soprastante, possono essere ammesse insegne con pannelli di rivestimento non luminosi debitamente ancorati agli stipiti interni del vano.
4. Per le nuove costruzioni e ristrutturazioni degli edifici aventi anche destinazioni commerciali ed artigianali, fermo restando l'obbligo di individuare in sede progettuale lo spazio per la collocazione di insegne e degli altri mezzi pubblicitari, la tipologia, la posizione e l'illuminazione dell'insegna può essere progettata e prevista in sede d'istanza di concessione o denuncia di conformità edilizia.
5. Per gli edifici con destinazione d'uso esclusivamente artigianale, industriale o commerciale e per i centri commerciali come individuati nello strumento urbanistico generale, sono consentite insegne di superficie complessiva conforme al disposto dell'art. 48 del DPR 495/1992 Regolamento di esecuzione e attuazione del nuovo Codice della Strada "Dimensioni" (art. 23 C.d.S.), salvo le deroghe previste dall'art. 57, comma 5, del presente regolamento.
6. Nella zona 1 su tutti gli edifici di particolare valore ambientale ed architettonico individuati devono all'occorrenza prevedersi insegne di tipo a), b) e c), come definito dall'art. 13.
7. In luogo della installazione di insegne soprastanti il vano del negozio è consentita l'apposizione di eventuali insegne, non luminose, sul muro, unicamente alle attività situate in corrispondenza dei piani terreni dei fabbricati con vetrine prospicienti la strada di accesso.
8. Le insegne a bandiera prospicienti aree pubbliche o di uso pubblico sono ammesse solo nella zona 3. Al di fuori della predetta individuazione, le insegne a bandiera nelle altre zone sono ammesse solamente per segnalare ospedali, poliambulatori, farmacie mediante appositi simboli. Fermi restando i limiti di cui all'art. 12, per alberghi, luoghi di ristoro e d'intrattenimento notturno, le insegne a bandiera devono essere realizzate unicamente con sviluppo in verticale ed essere di tipo a) o b) come definiti dal terzo comma dell'art. 13 con elementi di completamento orizzontali solo ad un'estremità. Non sono ammesse insegne diverse contenenti parti di messaggi complessivamente sviluppati su file parallele, sia sul piano dell'insegna che su quello contenente il piano di appoggio dell'edificio.
9. Le insegne inclinate non possono sporgere ortogonalmente dal piano contenente il prospetto dell'edificio oltre il limite di 100 cm e per esse valgono le stesse limitazioni di quelle a bandiera.
10. Le insegne temporanee, possiedono le stesse peculiarità dei cartelli temporanei di cui al secondo comma dell'art. 19 e dovranno essere installate solo in corrispondenza degli appositi vani, in corrispondenza dei cristalli o all'interno degli esercizi; qualora siano richiesti in proprietà privata e recintata potranno avere una dimensione massima di m.3,00 x 0,50.
11. Le preinsegne, come definite dal precedente art. 10 sono finalizzate alla pubblicità direzionale per facilitare l'utente e pertanto autorizzabili nei soli casi in cui risulti altrimenti difficile l'individuazione della sede dell'attività. Devono avere forma regolare, con



dimensioni comprese da un minimo di 100 × 20 cm ed un massimo di 1,50 × 30 cm e non avere sistemi d'illuminazione. Le preinsegne possono essere abbinare in gruppi di sei su idonei supporti univoci per ogni senso di marcia; in questo caso il gruppo costituirà oggetto di un'unica autorizzazione.

12. Per tutte le tipologie di insegna non valgono le distanze minime da intersezione tra strade urbane interne e/o locali.

Art. 23 – Targhe

1. Per la loro natura devono essere installate a lato dell'ingresso dell'attività cui sono riferite.
2. Le targhe indicanti professioni, mestieri ed attività in genere, dovranno essere uniforme riguardo alle dimensioni ed al materiale d'impiego e, in presenza di sottostanti bozze, contenute nelle dimensioni delle stesse e comunque aventi dimensioni non superiori a 25 × 35 cm.
3. Nel caso in cui al lato dell'ingresso si dovessero collocare due o più targhe, esse dovranno essere contenute in un porta-targhe ed essere uniformi tra loro.
4. Le limitate dimensioni delle targhe consentono di valutare proposte diversificate e alternative alle disposizioni precedenti.

Art. 24 – Impianto pubblicitario di servizio

1. Si definiscono 'impianti pubblicitari di servizio' i manufatti aventi quale scopo primario un servizio di pubblica utilità nell'ambito dell'arredo urbano e stradale (fermate autobus, pensiline, cestini, panchine, etc.) recante uno spazio pubblicitario. Possono essere luminosi sia per luce propria che indiretta.
2. Per questa tipologia di impianti non si applicano le distanze minime previste dall'art. 51, commi 2 e 4 del Regolamento di esecuzione del Codice della Strada purchè siano garantite le esigenze di sicurezza della circolazione stradale di cui al art. 23, comma 6 del Codice della Strada.
3. Rientrano tra gli impianti pubblicitari di servizio manufatti finalizzati a contenere uno spazio pubblicitario in cambio del finanziamento della manutenzione, o di altre forme di intervento economico, di aree pubbliche. I relativi progetti dovranno contenere una proposta di convenzione da approvare contestualmente.
4. Gli impianti di cui al comma precedente possono essere realizzati con mezzi pittorici o con tabelle a messaggio variabile, previa sottoscrizione di apposito atto unilaterale d'obbligo nel quale saranno indicate la quantità e le finalità della devoluzione economica, gli obblighi e la durata dell'esposizione.
5. Detti impianti sono da considerare assimilati a messaggi di pubblicità temporanea e sono esposti per una durata non superiore alla durata dei lavori o del permesso di occupazione del suolo.
6. Per mezzi pittorici si intendono messaggi pubblicitari vincolati a impalcature edilizie, ponteggi o recinzioni di cantiere.
7. Per tabelle a messaggio variabile si intendono quelli elementi monofacciali, con schermo luminoso ad altissima risoluzione atti a trasmettere immagini in rotazione continua, vincolati a impalcature edilizie, ponteggi o recinzioni di cantiere, finalizzate alla diffusione di messaggi pubblicitari.
8. La superficie dei mezzi pittorici non potrà essere superiore alla superficie delle impalcature edilizie, ponteggi o recinzioni di cantiere cui saranno vincolate; le immagini potranno variare con cadenza mensile.
9. Rientrano in tale tipologia anche manufatti speciali appositamente progettati, installati da soggetti pubblici per la promozione di eventi o manifestazioni culturali la cui



permanenza è consentita per la durata dell'evento o manifestazione a cui si riferiscono oltrechè durante la settimana precedente e le 24 ore successive.

10. Ai fini dell'imposta comunale gli impianti pubblicitari di servizio rientrano nella categoria "pubblicità ordinaria".

CAPO III - SISTEMI PUBBLICITARI DIVERSI

Art. 25 – Pubblicità sonora

1. La pubblicità fonica è consentita, esclusivamente previa istanza che contenga le indicazioni delle zone della città ove è prevista e fermo restando il rispetto dei livelli sonori massimi ammissibili fissati dal D.P.C.M. 1° Marzo 1991 e del piano di classificazione acustica del territorio comunale.
2. La pubblicità sonora può essere vietata per particolari zone della città in cui è prioritaria la salvaguardia della quiete pubblica (ospedali, luoghi di cura, scuole, ecc.).
3. Costituisce altresì pubblicità sonora quella prodotta dai veicoli in genere o in forma ambulante.
4. La pubblicità di cui ai commi precedenti deve essere effettuata a volume moderato e comunque soltanto dalle ore 9,00 alle 13,00 e dalle ore 16,00 alle ore 20,00.

Art. 26 – Pubblicità su veicoli

1. La pubblicità sui veicoli è regolata dall'art. 23 del Codice della Strada e successive integrazioni e modificazioni.
2. La pubblicità non luminosa per conto terzi è consentita esclusivamente sui veicoli adibiti a trasporto di linea e su veicoli adibiti a servizio pubblico.
3. Sui veicoli adibiti al servizio taxi è invece ammessa alle seguenti condizioni:
 - che sia realizzata con un pannello rettangolare posto all'interno del veicolo con dimensioni e posizione tali da non ostruire la visibilità anteriore e posteriore;
 - che non sia realizzata mediante messaggi variabili.
4. È vietata qualsiasi altra forma di pubblicità su veicoli non prevista nel presente regolamento e/o contrasti con quanto stabilito dall'art. 57 del D.P.R. 16 dicembre 1992, n. 495 "Regolamento di esecuzione e di attuazione del Nuovo Codice della Strada".
5. Le disposizioni di cui al presente articolo non si applicano ai veicoli al seguito delle competizioni sportive.

Art. 27 – Pubblicità commerciale interna

1. All'interno di locali adibiti alla vendita di beni o alla prestazione di servizi, e nei locali di pubblico spettacolo, è consentita la presenza di sistemi pubblicitari realizzati con modalità e mezzi diversi.
2. Ove manchino spazi di sosta, ovvero non sia garantita la libera e sicura circolazione degli utenti della strada anche pedoni, non è consentita l'installazione di monitor e impianti televisivi, inerenti forme di esercizio e/o servizi ovvero pubblicitari, collocati al filo vetrina e rivolti verso l'esterno.
3. Le forme pubblicitarie di cui sopra sono ammissibili quando ricorrono le seguenti condizioni:



- Lo spazio antistante la vetrina contenente il messaggio pubblicitario o il monitor sia profondo di 2 metri per tutto il fronte della vetrina se dotato di marciapiede, e meno di 5 metri se privo;
 - Il messaggio ovvero l'orientamento della vetrina e del monitor non provochi illuminazione diretta sulla carreggiata stradale;
4. Nelle aree e/o strade non a traffico limitato, la carreggiata stradale antistante la vetrina presenti una larghezza di almeno 5,50 metri per la libera circolazione dei veicoli, per una lunghezza pari ad almeno quattro volte la larghezza la vetrina stessa.
5. Il sistema pubblicitario deve essere autorizzato.

Art. 28 – Tende solari e ombrelloni

1. La collocazione di tende solari e ombrelloni deve assumere come riferimento formale dell'edificio ed a riferimento la dimensione dell'apertura di cui intende costituire protezione. Le tende non devono costituire ostacolo alla circolazione, né occultare la segnaletica stradale o la toponomastica.
2. Ad esclusione delle aree a traffico limitato, le tende sono ammesse solo in presenza di marciapiede e alle seguenti condizioni:
 - a) il loro oggetto su suolo pubblico o ad uso pubblico deve essere contenuto entro i 150 cm;
 - b) il filo esterno deve risultare arretrato almeno 40 cm dal bordo esterno del marciapiede fatti salvi i casi in cui questo sia di larghezza inferiore a 1 m, ove la tenda sia di ingombro tale da non invadere, in nessun caso, la sagoma libera stradale;
 - c) la loro altezza, misurata tra il marciapiede e il punto più basso della stessa, deve essere non minore di 220 cm;
 - d) essere avvolgibili con movimento ad estensione o con movimento a rotazione, escludendo quindi tende fisse rigide o su struttura rigida;
 - e) essere fisse e/o rigide o su struttura rigida laddove la larghezza dello spazio pubblico coperto non consenta installazione di quelle sub. lett. d);
 - f) rientrare nel riquadro dell'apertura cui si riferiscono, salvo non ostino motivazioni di natura tecnica; in tal caso la sporgenza laterale massima della tenda rispetto all'apertura dovrà superare 15 cm;
 - g) non coprire elementi decorativi dell'edificio analogamente a quanto disposto all'art. 13 per i sistemi pubblicitari.
3. Se aggettanti su area interamente privata, la larghezza massima delle tende deve essere contenuta entro i 3,00 m, fermo restando gli altri requisiti del precedente comma.
4. Per gli esercizi pubblici e/o aperti al pubblico per somministrazione alimenti e bevande, potranno essere ammesse deroghe al disposto sub comma 2, lett. f), purché l'oggetto non ricada su altre proprietà confinanti, salvo che queste non rilascino nulla osta scritto di assenso.
5. Non sono ammesse tende che coprano più di un'apertura; fatto salvo il caso di fabbricati a pilotis.
6. Le tende aggettanti di uno stesso edificio devono presentare la stessa tipologia, essere costituite dal medesimo materiale e presentare colori tra loro armonizzati. Le tende riferite ad una stessa attività devono essere identiche.
7. Sulle tende solari sono ammessi messaggi pubblicitari afferenti il nome dell'esercizio, e/o dell'attività e dell'eventuale logo dell'Azienda. Tali iscrizioni dovranno essere apposte o sulla mantovana o sul primo spicchio frontale ed eventualmente sui corrispondenti spicchi laterali per le tende a carrozza; sulla mantovana frontale, quando si tratta di tende di tipo tradizionale od a pantografo; nella parte inferiore del telo quando tali tende risultino sprovviste della mantovana, e comunque aventi altezza non superiore a cm. 40.



8. I messaggi pubblicitari riportati sulle tende solari, nei negozi provvisti di più di un vano, non dovranno essere ripetitive delle altre insegne, tuttavia, anche quando tale iscrizione dovesse risultare ripetitiva dell'insegna, potrà essere autorizzata nel solo caso in cui, quest'ultima, per il suo particolare posizionamento, sia collocata in modo tale da non essere visibile durante le ore di apertura della tenda solare.
9. Gli ombrelloni devono essere collocati in maniera da rientrare nella sagoma dei locali commerciali attinenti, comunque nelle dimensioni massime di 4,50 m di lato se quadrati, ovvero in un cerchio di pari diametro. La loro collocazione deve avvenire mediante supporto ancorato al suolo, essere del tipo retrattile o avvolgibile e prevista per i periodi stagionali inferiori a sei mesi.

CAPO IV - NORME PER L'AUTORIZZAZIONE

Art. 29 – Domanda di nuova autorizzazione

1. L'interessato presenta al Servizio Finanziario del Comune la domanda, in carta legale su stampato appositamente predisposto, di autorizzazione all'installazione di nuovo mezzo pubblicitario come definito dal presente Regolamento.
2. L'istanza dovrà contenere le seguenti indicazioni complete:
 - generalità, residenza e codice fiscale, del richiedente e dichiarazione dell'attività autorizzata;
 - strada o piazza e numero civico relativi alla collocazione o trasformazione;
 - nel caso di mezzi pubblicitari luminosi o illuminati, è necessario che sia dichiarato l'obbligo a presentare idonea certificazione di conformità dell'impianto a regola d'arte, ai sensi dell'art 7 del D.M. n. 37/2008;
 - la ragione sociale e la sede legale della ditta installatrice nonché il relativo numero di codice fiscale o partita IVA o il numero di iscrizione alla C.C.I.A.A.
3. Alla domanda deve essere allegata obbligatoriamente la seguente documentazione:
 - fotocopia del documento di identità del richiedente;
 - relazione tecnica descrittiva del manufatto richiesto e del luogo di inserimento dello stesso, comprensiva delle caratteristiche di realizzazione, dei materiali impiegati, dell'eventuale supporto e della qualità della luce emessa;
 - progetto in del manufatto richiesto, con indicate dimensioni e caratteristiche, completo di sezione e verifica statica a firma di un tecnico abilitato (fondazioni e spinta del vento);
 - bozzetto del messaggio pubblicitario, se conosciuti; in caso di decisione successiva, sarà obbligo del gestore del supporto comunicare preventivamente tale bozzetto cui gli uffici comunali rilasceranno nulla osta, prima della sua collocazione nel supporto autorizzato.
 - rilievo dello stato dei luoghi ove il mezzo pubblicitario verrà collocato attraverso documentazione grafica e fotografica, particolareggiata e panoramica;
 - dichiarazione di consenso della proprietà allegando fotocopia del documento di identità nel caso che il richiedente diverso dal proprietario, ovvero la richiesta inerisca aree private diverse;
 - ulteriore documentazione richiesta dagli uffici comunali in riferimento alla tipologia dell'impianto pubblicitario;
4. Ogni domanda dovrà riferirsi ad un'unica tipologia di impianto pubblicitario, anche se potrà comprenderne più esemplari. In caso di collocazioni diverse in sito e/o modalità di attuazione, la documentazione dovrà essere opportunamente integrata.
5. I competenti uffici del comune verificano la conformità dell'istanza alle norme e ai regolamenti entro 15 giorni dalla richiesta; entro lo stesso termine procedono alla richiesta di eventuali integrazioni. Nei 60 giorni successivi a tale termine deve avvenire il rilascio dell'autorizzazione o il motivato diniego.



6. Trascorso il termine previsto al comma precedente senza che il comune comunichi il proprio diniego, ovvero la motivata sospensione del procedimento per carenza e/o incompletezza della documentazione, la domanda s'intende accolta (silenzio-assenso). Per motivi di pubblico interesse o sicurezza pubblica, o nel caso sussistano possibilità d'intralcio alla libera e sicura circolazione stradale, il comune può annullare l'assenso illegittimamente formatosi, dando un termine all'interessato entro il quale eliminare i vizi o i pericoli.

Art. 30 – Procedimento istruttorio

1. Le richieste di cui all'articolo precedente devono essere istruite e definite in funzione di:
 - garantire la salvaguardia del patrimonio artistico ed architettonico, e il decoro dell'ambiente;
 - verificare il rispetto della legislazione vigente;
 - garantire l'esigenza dell'utenza.
2. Il Responsabile del procedimento, appositamente individuato dal Responsabile del Servizio Finanziario, acquisisce entro il termine indicato al quinto comma dell'articolo precedente, il parere del Comando di Polizia Municipale ed eventualmente di altri Settori o Enti per quanto di rispettiva competenza e dispone contestualmente il procedimento di concessione di suolo pubblico qualora il mezzo pubblicitario interessi il suolo pubblico. Decorso i termini assegnati per l'emissione dei pareri, non superiori a 30 giorni, si prescinde dagli stessi.
3. I compiti del Responsabile del procedimento sono:
 - esaminare le domande in ordine progressivo al numero di protocollo di registrazione d'ufficio;
 - accertare la conformità della documentazione tecnica necessari a e sufficiente;
 - accertare la conformità dell'impianto alle caratteristiche estetiche ambientati;
 - proporre le eventuali modifiche ritenute necessarie per rendere i mezzi pubblicitari, oggetto di esame, conformi alle norme regolamentari;
 - convocare direttamente il richiedente e/o la ditta installatrice, nell'eventuale necessità di chiarimenti;
 - chiedere, per i mezzi pubblicitari da collocarsi su edifici di particolare interesse storico-artistico o per quelli di cui all'art. 12, l'eventuale campionatura del materiale impiegato e del colore prescelto;
 - prescrivere le modifiche ritenute necessarie affinché i mezzi pubblicitari possano inserirsi adeguatamente ed armoniosamente nell'ambiente;
 - acquisire i pareri di competenza di Settori diversi dell'Amministrazione Comunale.;
 - convocare apposita conferenza di servizi ai sensi dell'art. 9 della legge n. 340/2000 qualora si renda necessario per il rispetto dei tempi e per i contenuti della domanda;
 - esprimere parere ampiamente motivato, specialmente in caso di rigetto della domanda formulando proposta al Responsabile di Servizio per la definizione del procedimento.
4. Ogni comunicazione inerente il procedimento è effettuata ai sensi, nei modi e per gli effetti previsti dalla legge n. 241/1990 e successive modificazioni ed integrazioni.

Art. 31 – Ammissibilità della comunicazione d'inizio attività

1. La procedura della comunicazione di inizio attività ai sensi dell'art. 19 e seguenti della legge n. 241/1990 e successive modifiche ed integrazioni è ammessa nei seguenti casi purché conformi alle prescrizioni del presente Regolamento:
 - Mera sostituzione di insegne aventi le stesse caratteristiche di quella precedentemente autorizzata.;
 - Variazione, modifica o integrazione del messaggio pubblicitario delle insegne senza aumento di superficie dell'area interessata o del supporto;
 - Collocazione di insegne e cartelli provvisori di cui agli artt. 9, terzo comma, 19 e 20 del presente Regolamento;



Regolamento per l'applicazione dell'imposta sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni e per l'effettuazione del servizio delle pubbliche affissioni

- Affissione di manifesti da parte dei soggetti elencati all'art. 20 del D.Lgs. n. 507/1993, negli appositi spazi individuati, ai sensi del secondo comma dell'art. 6 del regolamento.
2. La comunicazione di cui sopra potrà essere oggetto di verifica tecnica e sarà trasmessa ai servizi interessati per quanto di competenza.

Art. 32 – Contenuti dell'autorizzazione

1. Tutte le autorizzazioni sono rilasciate fatti salvi i diritti di terzi ed il Comune resta sollevato dal contenuto del messaggio pubblicitario. L'autorizzazione può essere revocata motivatamente per ragioni di pubblico interesse, fatti salvi gli altri casi di revoca.
2. L'autorizzazione rilasciata al richiedente deve contenere:
 - Il numero di registro cronologico annuale di riferimento, al fine della catalogazione
 - Il richiamo alle leggi, norme, regolamenti e disposizioni di riferimento, sia di natura urbanistica che commerciale;
 - L'obbligo del titolare dell'autorizzazione di provvedere alle misure di sicurezza eventualmente disposte dalle autorità competenti o dalla ditta installatrice;
 - La durata di tre anni, fatta salva l'indicazione di periodi minori;
 - La decadenza della stessa se non usufruita entro 180 giorni dalla data di comunicazione di avvenuto rilascio;
 - La decadenza in caso d'inosservanza delle prescrizioni contenute;
 - La decadenza in caso vengano meno le condizioni che costituivano i presupposti per il rilascio.
3. L'autorizzazione ha validità per un periodo di tre anni e si intende tacitamente rinnovata per ulteriori tre anni, qualora non intervenga in proposito disdetta da parte dell'interessato o da parte dell'Amministrazione comunale.

Art. 33 - Decadenza e revoca dell'autorizzazione

1. L'autorizzazione decade quando:
 - non venga usufruita entro il termine di 180 giorni dalla data di notifica di avvenuto rilascio, salvo concessione di proroga su richiesta motivata degli interessati;
 - non vengano osservate le prescrizioni alle quali è subordinata;
 - nel caso in cui vengano meno le condizioni che costituivano presupposto al rilascio dell'autorizzazione;
2. L'autorizzazione è revocata:
 - per motivi di pubblico interesse;
 - se il titolare non adempie agli obblighi previsti dal successivo art. 33.

Art. 34 - Obblighi per il titolare dell'autorizzazione

1. L'avvenuto pagamento dell'imposta non solleva il soggetto interessato dall'obbligo di premunirsi di tutti i permessi, autorizzazioni o concessioni, relativi all'effettuazione della pubblicità, qualunque sia la manifestazione pubblicitaria.
2. Il soggetto titolare, una volta ottenuto il titolo autorizzativo, dovrà far realizzare due esemplari di una targhetta metallica sulle quali devono essere riportati, mediante incisione meccanica o chimica, i dati relativi all'autorizzazione (Comune di Rogno, soggetto titolare, numero e data di rilascio, indirizzo). Tale targhetta dovrà essere fissata su tutti gli impianti pubblicitari autorizzati, in posizione facilmente accessibile. Per i mezzi pubblicitari per i quali risulti difficoltosa l'applicazione di targhetta metallica, è ammesso che il ricorso a materiali plastici non deteriorabili delle medesime dimensioni. I dati identificativi dovranno essere modificati nel momento in cui ne viene variato anche uno solo.



*Regolamento per l'applicazione dell'imposta sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni
e per l'effettuazione del servizio delle pubbliche affissioni*

3. Un esemplare della targhetta deve essere consegnato all'Amministrazione Comunale presso l'ufficio che ha rilasciato l'autorizzazione entro 60 giorni dalla data di notifica di avvenuto rilascio, pena la sua sospensione e, se del caso, successiva revoca. La targhetta sarà custodita unitamente al plico contenente l'istanza d'autorizzazione rilasciata.
4. Il titolare dell'autorizzazione deve inoltre:
 - effettuare tutti gli interventi necessari al mantenimento delle condizioni di sicurezza;
 - 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, con ripristino del
 - sottofondo ed uniformando il prospetto compreso eventuale tinteggiatura;
 - provvedere alla completa rimozione, comprese le eventuali strutture di sostegno, in caso di cessazione dell'attività, scadenza, decadenza o revoca dell'autorizzazione o del venire meno delle condizioni di sicurezza previste all'atto dell'installazione, o di motivata richiesta del Comune.



TITOLO III - IMPOSTA SULLA PUBBLICITÀ

CAPO I - DISPOSIZIONI GENERALI

Art. 35 – Applicazione

1. La pubblicità e le pubbliche affissioni sono soggette, secondo le disposizioni degli articoli seguenti, rispettivamente ad una imposta o al pagamento di un diritto a favore del Comune nel cui territorio sono effettuate.
2. L'imposta sulla pubblicità:
 - **si applica** agli impianti pubblicitari, visivi o acustici, diversi da quelli assoggettati ai diritti sulle pubbliche affissioni a norma del Titolo IV del presente regolamento, esposte od effettuate nell'ambito del territorio comunale in luoghi pubblici o aperti al pubblico o comunque da tali luoghi percepibili;
 - **si applica** all'affissione diretta, da parte degli interessati, in spazi di loro pertinenza, di manifesti, avvisi e fotografie; **non si applica** alle affissioni di manifesti da parte dei soggetti indicati dall'art. 20 del D.Lgs. n. 507/1993, negli appositi spazi riservati ai sensi del secondo comma dell'art. 6 del regolamento e purché privi di qualsiasi logo o riferimento a pubblicità commerciale.
3. In applicazione del comma 1-bis dell'art. 17 del D.Lgs 507/1993, introdotto dall'art. 10 della legge n. 448/2001, l'imposta non è dovuta per le insegne di esercizio di attività commerciali e di produzione di beni o servizi che contraddistinguono la sede dove si svolge l'attività cui si riferiscono, di superficie complessiva fino a 5 metri quadrati. In caso di superfici maggiori a cinque metri quadrati, l'imposta è dovuta per l'intera superficie.
4. L'imposta è dovuta, in solido, da chiunque fornisce i servizi oggetto della pubblicità stessa.
5. Fermo restando il disposto dell'art. 7 del D.Lgs. n. 507/1993 e successive modificazioni ed integrazioni per quanto riguarda il calcolo della superficie, la tariffa dell'imposta di cui agli articoli 12 e 13 del medesimo decreto è determinata per periodi d'esposizione della pubblicità calcolati in giorni.

Art. 36 – Soggetto passivo

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



Art. 37 – Tariffe d'imposta

1. Le tariffe per l'applicazione dell'imposta sulla pubblicità e dei diritti sulle pubbliche affissioni sono deliberate dalla Giunta Comunale entro la data di approvazione del bilancio di previsione e si applicano a decorrere da 1 gennaio del medesimo anno. Le tariffe adottate e non modificate si intendono prorogate di anno in anno. Nel caso di convenzioni per la gestione degli impianti pubblicitari l'imposta di pubblicità annua può essere sostituita dal pagamento di un canone d'affitto.
2. Per la pubblicità ordinaria effettuata mediante insegne, fregi, cartelli, targhe, stendardi, teli, tende, ombrelloni, globi, fac-simili, o altri mezzi simili, l'imposta si applica per ogni metro quadrato e secondo i periodi indicati nelle tabelle. Rientrano nel concetto di cui al presente comma anche i disegni accompagnati da iscrizioni o diciture, nonché quei fregi atti di per sé stessi ad individuare il prodotto di una certa marca o un determinato soggetto esercente un'attività diretta alla produzione di beni o di servizi.
3. Per la pubblicità effettuata a mezzo di sistemi luminosi, anche se intermittenti o successive, la tariffa dell'imposta si applica per ciascun metro quadrato della superficie effettivamente adibita alla proiezione, ovvero sulla quale viene indirizzata la proiezione e per ogni giorno o frazione di giorno, indipendentemente dal numero degli avvisi che vengono eseguiti e dal numero dei prodotti e delle ditte cui essi si riferiscono.
4. Per la pubblicità effettuata in locali aperti al pubblico a mezzo diapositive o proiezioni cinematografiche si applicano le stesse tariffe e gli stessi criteri di cui al precedente comma, e indipendentemente dalla misura dello schermo, che viene commisurato ad 1 mq, secondo quanto indicato in tabella.
5. Per la pubblicità visiva effettuata all'interno e all'esterno di veicoli adibiti ad uso pubblico o privato, ivi compresi battelli, barche e aeromobili, è dovuta l'imposta sulla pubblicità in base alla superficie complessiva dei mezzi pubblicitari installati su ciascun veicolo e alla portata in kilogrammi.
6. Per la pubblicità visiva effettuata, per conto proprio o di terzi, con veicoli adibiti ai fini pubblicitari, anche se con contemporaneo trasporto di merci, l'imposta per la circolazione del veicolo nel territorio del Comune, purché non in semplice transito, si applica per ogni giorno o frazione di giorno, e per ogni metro quadrato della superficie complessiva dei mezzi pubblicitari installati su ciascun veicolo.
7. Per le iscrizioni, emblemi, marchi e disegni pubblicitari, anche se luminosi od illuminati, effettuati su veicoli di proprietà della ditta o adibiti ai trasporti per conto della stessa, l'imposta è dovuta per ogni anno o frazione di anno al Comune, se vi ha sede la ditta o qualsiasi altra sua dipendenza ovvero se vi hanno il domicilio i mandatari o gli agenti della ditta medesima che, alla data del 1° gennaio di ogni anno o a quella successiva di immatricolazione, hanno in dotazione detti veicoli. È fatto obbligo di conservare la bolletta dell'avvenuto pagamento dell'imposta e di esibirla a richiesta degli agenti autorizzati. Non è tassabile la semplice indicazione del nome, indirizzo ed attività della ditta, quando questa sia apposta non più di due volte e purché ciascuna iscrizione occupi una superficie non superiore a mezzo metro quadrato.
8. Per la pubblicità effettuata mediante distribuzione a mano di manifestini o di altro materiale pubblicitario, oppure mediante persone circolanti con cartelli iscrizioni od altri mezzi pubblicitari, la tariffa dell'imposta è determinata per ciascuna persona impiegata e per ogni giorno o frazione di giorno, indipendentemente dalla misura dei mezzi pubblicitari o dalla quantità di materiale distribuito.
9. Per la pubblicità effettuata a mezzo di apparecchi amplificatori e simili da posti fissi, la tariffa dell'imposta è dovuta per ciascun punto di pubblicità e per ciascun giorno o frazione di giorno e per ciascuna ditta.



Art. 38 – Maggiorazioni, riduzioni ed esenzioni

1. Sono applicate le maggiorazioni, riduzioni ed esenzioni previste dagli articoli, 12 quarto comma, 13 quarto comma, 14 secondo, terzo e quinto comma, 15 terzo comma, 16, 17, 20-bis e 21 del D.Lgs n. 507/1993.
2. In particolare, con delibera della Giunta Comunale può essere riconosciuta l'esenzione, dell'imposta nel caso di:
 - manifestazioni culturali, politiche, con il patrocinio o la partecipazione dell'Amministrazione Comunale;
 - restauri e risanamenti conservativi di immobili di proprietà comunale o di particolare pregio architettonico ai sensi dello strumento urbanistico vigente o, ancora, classificati o vincolati ai sensi del D.Lgs. n. 42/2004 per i quali i privati attivino procedure di finanziamento e/o sponsorizzazioni dei lavori occorrenti;
 - tutte le attività in genere, anche di privati che siano espressamente riconosciute di interesse pubblico dall'Amministrazione Comunale, comprese le forme di sponsorizzazione e pubblicità che abbiano lo scopo di accrescere il patrimonio culturale ed artistico della città.

Art. 39 – Determinazione delle superfici

1. L'imposta per le forme pubblicitarie indicate all'articolo precedente si applica in base alla superficie della minima figura piana geometrica in cui è compreso il mezzo pubblicitario.
2. Le superfici inferiori ad un metro quadrato si arrotondano per eccesso al metro quadrato e le frazioni di esso, oltre il primo, al quarto di metro quadrato.
3. Per mezzi pubblicitari polifacciali l'imposta è calcolata in base alla superficie complessiva delle facce adibite alla pubblicità, da valutare in misura non inferiore a 2 m².
4. Per i globi, fac-simili ed altri mezzi pubblicitari eventi dimensioni volumetriche l'imposta è calcolata in base alla superficie complessiva risultante dallo sviluppo del minimo solido geometrico che può circoscrivere il mezzo pubblicitario stesso.
5. I festoni di bandierine e simili, si considerano agli effetti del calcolo della superficie tassabile, come unico mezzo pubblicitario.

Art. 40 – Pubblicità su aree comunali

1. Qualora la pubblicità sia effettuata su beni di proprietà comunale o dati in godimento al Comune, ovvero su beni appartenenti al demanio comunale, la corresponsione dell'imposta non esclude il pagamento di eventuali canoni di affitto, di concessione o di occupazione degli spazi ed aree pubbliche.
2. Qualsiasi forma pubblicitaria che comporta utilizzazione delle predette aree deve essere preceduto da apposito titolo autorizzatorio, ovvero accompagnato dall'istanza di occupazione di suolo pubblico, che gli uffici comunali provvederanno ad esaminare.
3. Il calcolo della superficie d'occupazione viene effettuato secondo la definizione data nel presente Regolamento.

Art. 41 – Pagamento dell'imposta

1. Per la pubblicità di durata inferiore ad un anno l'imposta dev'essere corrisposta in un'unica soluzione.



2. Il termine per il pagamento dell'imposta della pubblicità annuale di cui all'articolo 8 del D.Lgs n. 507/1993, è fissato in via ordinaria al 31 gennaio di ogni anno. La Giunta Comunale può disporre una scadenza diversa qualora si prevedano variazioni delle tariffe, modifiche nelle forme di pagamento o per altre cause.
3. Nella stessa deliberazione della Giunta Comunale di determinazione delle tariffe possono essere previste anche le diverse modalità di versamento dell'imposta.
4. Qualora l'importo complessivo superi € 1.550,00, il pagamento dell'imposta può essere effettuato in 3 rate uguali, e comunque l'ultima entro il 30 settembre.
5. La rimozione della pubblicità nel corso del periodo per il quale è stata pagata non dà diritto a rimborso o a riduzione dell'imposta stessa.

Art. 42 – Rimozioni e spostamenti

1. Nel caso in cui l'Amministrazione Comunale ordini la rimozione o lo spostamento di tabelle per le affissioni o di qualsiasi mezzo pubblicitario in altre posizioni del territorio del Comune, quando ciò sia imposto da necessità estetiche, da esigenze di servizio o di viabilità o da cause di forza maggiore (demolizione o costruzione di stabili, ecc.), l'interessato ha diritto a rinunciare alla continuazione della pubblicità ed ottenere il rimborso dell'imposta già anticipata e relativa al periodo non utilizzato.
2. Nei predetti casi l'interessato non ha diritto a compensi o indennizzi di sorta oltre l'eventuale rimborso di cui al comma precedente.

Art. 43 – Rettifica ed accertamento d'ufficio

1. Il Comune o il Concessionario, procede a rettifica o ad accertamento d'ufficio, in relazione ai presupposti di fatto ed alle ragioni giuridiche che lo hanno determinato, notificando al contribuente, anche a mezzo posta con raccomandata con avviso di ricevimento, apposito avviso motivato, entro il 31 dicembre del 5° anno successivo a quello in cui la dichiarazione o il versamento sono stati o avrebbero dovuto essere effettuati. Entro gli stessi termini devono essere contestati o irrogate le sanzioni amministrative tributarie a norma degli artt. 16 e 17 del D.Lgs. 472/1997.
2. Nell'avviso devono essere indicati il soggetto passivo, le caratteristiche e l'ubicazione del mezzo pubblicitario, l'importo dell'imposta o della maggiore imposta accertata, delle soprattasse dovute e dei relativi interessi, nonché il termine di sessanta giorni entro cui effettuare il relativo pagamento.
3. 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.
4. Nell'avviso devono essere inoltre precisate:
 - a. L'ufficio emittente, il suo indirizzo ed orario di servizio ed il numero telefonico, presso il quale è possibile ottenere informazioni complete in merito all'atto notificato o comunicato;
 - b. L'organo presso il quale è possibile promuovere il riesame anche nel merito dell'atto in sede di autotutela;
 - c. Il responsabile del procedimento se diverso dal Funzionario, di cui al comma 4;
 - d. Il termine, entro il quale, può essere proposto ricorso, la Commissione Tributaria competente e la forma da osservare.
5. Gli avvisi di accertamento e nonché l'eventuale rettifica, di cui ai precedenti commi, sono sottoscritti, anche ai sensi della L. 549/95, dal Funzionario comunale responsabile della gestione dell'imposta. Nel caso di gestione del servizio in concessione, gli avvisi sono sottoscritti, con le stesse modalità, dal Concessionario.



6. È fatta salva la facoltà, per il Comune e per il Concessionario, di avvalersi dei disposti di cui all'art. 10 della Legge 3.08.1999 n. 265, all'art. 14 della Legge 20.11.1982 n. 890 e alla Legge 22.11.2002 n. 265.
7. Contro gli avvisi di accertamento o di rettifica è ammesso ricorso alla Commissione Tributaria Provinciale entro sessanta giorni dalla data di notificazione dell'atto, secondo le modalità previste dal decreto legislativo 31 dicembre 1992, n. 546.

Art. 44 – Diritto di interpello del contribuente

1. Ciascun contribuente può inoltrare per iscritto al Comune o, in caso di gestione in concessione, al Concessionario del servizio, che risponde entro centoventi giorni, circostanziate e specifiche istanze di interpello concernenti l'applicazione delle disposizioni tributarie a casi concreti e personali, qualora vi siano obiettive condizioni di incertezza sulla corretta interpretazione delle disposizioni stesse. La presentazione dell'istanza non ha effetto sulle scadenze previste dalla disciplina tributaria.
2. La risposta, scritta e motivata, vincola con esclusivo riferimento alla questione oggetto dell'istanza di interpello, e limitatamente al richiedente. Qualora essa non pervenga al contribuente entro il termine sopra citato (30 giorni), si intende che l'amministrazione concordi con l'interpretazione o il comportamento prospettato dal richiedente. Qualsiasi atto, anche a contenuto impositivo o sanzionatorio, emanato in difformità dalla risposta, anche se desunta ai sensi del periodo precedente, è nullo.
3. Limitatamente alla questione oggetto dell'istanza di interpello, non possono essere irrogate sanzioni nei confronti del contribuente che non abbia ricevuto risposta dall'amministrazione finanziaria entro il termine sopra citato di 30 giorni;
4. Nel caso in cui l'istanza di interpello formulata da un numero elevato di contribuenti concerna la stessa questione o questioni analoghe fra loro, il comune o, in caso di gestione in concessione, il Concessionario del servizio, può rispondere collettivamente, adoperando il mezzo più idoneo per ottenere una contestuale conoscenza del quesito proposto;
5. Per l'identificazione del soggetto preposto al diritto di interpello, si rimanda all'art. 35 del presente regolamento.



TITOLO IV - PUBBLICHE AFFISSIONI

CAPO I - SERVIZIO PUBBLICHE AFFISSIONI

Art. 45 – Oggetto e modalità

1. Le pubbliche affissioni (p.a.) costituiscono servizio di esclusiva competenza del comune, che assicura l'affissione negli appositi impianti di manifesti costituiti da qualunque materiale idoneo e contenenti messaggi di natura istituzionale, sociale e culturale, ovvero di natura commerciale e reclamistica.
2. La collocazione dei manifesti avviene nel rispetto delle superfici individuate ai sensi dell'art. 6 del presente regolamento. In nessun caso tali superfici non possono essere ridotte o compromesse. Verificandosi perduranti eccedenze di manifesti da affiggere in una classe di impianti come indicati in quantità all'art. 8 del presente regolamento e, contemporaneamente disponibilità ricorrente di spazi non utilizzati nelle altre classi, il Responsabile del Servizio finanziario sentito l'ufficio preposto alle p.a. ovvero il concessionario del servizio, può disporre una deroga temporanea fino ad un massimo di tre mesi. Al termine del periodo detto, perdurando lo stato che ha indotto la deroga, questa può essere ulteriormente prorogata per un periodo analogo se accompagnata dalla proposta di modifica o aumento degli spazi delle classi di impianti alla Giunta Comunale al fine di una modifica del piano generale degli impianti pubblicitari.
3. Ai fini della pubblicità istituzionale comunale obbligatoria prevista dalle leggi e dai regolamenti deve essere garantita una superficie libera disponibile pari almeno alla metà di quella individuata ai sensi della lettera a) dell'art. 8 del presente regolamento, distribuita omogeneamente nel territorio abitato.
4. Sulle pubbliche affissioni di qualsiasi genere, si applicano i diritti come indicati al successivo articolo 46, determinati ai sensi dell'art. 19 del D.Lgs. n. 507/1993, comprensivi dell'imposta sulla pubblicità di cui al precedente Titolo. Sono fatte salve le esenzioni indicate all'art. 37 del presente Regolamento.
5. L'Amministrazione Comunale consente l'affissione diretta di manifesti ai soggetti indicati dall'art. 20 del D.Lgs. n. 507/1993, negli appositi spazi individuati ai sensi del secondo comma dell'art. 6 del regolamento e con le seguenti modalità:
 - Numero massimo di 30 fogli;
 - Durata non superiore a 15 giorni, da individuare mediante apposizione della data di affissione con timbro indelebile;
 - Obbligo della loro rimozione alla scadenza del periodo di affissione, pena l'applicazione delle sanzioni previste dal quinto comma dell'art. 49 del presente regolamento.

Art. 46 - Domanda di affissione

1. La domanda per effettuare l'affissione è indirizzata al Servizio Finanziario del Comune, ovvero al concessionario del servizio presso la sede indicata da quest'ultimo, almeno dieci giorni prima della data richiesta.
2. La domanda deve contenere il nominativo del richiedente e, se diverso, di colui nell'interesse del quale viene svolto il servizio, una bozza del manifesto o dei manifesti che si intende far pubblicare e l'attestazione del pagamento della tariffa di cui al successivo articolo.
3. La domanda da diritto all'iscrizione in apposito registro delle commissioni (prenotazione) da tenere aggiornato ai fini del rispetto della cronologia e dei principi del procedimento amministrativo fissati dalla legge. Per la corretta tenuta del registro l'Amministrazione



Regolamento per l'applicazione dell'imposta sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni e per l'effettuazione del servizio delle pubbliche affissioni

- Comunale indica un responsabile; nel caso di concessione del servizio, questi è ricoperto dal titolare della concessione. Il registro deve essere esibito a chiunque ne faccia richiesta.
4. Affinché sia dato seguito all'affissione di quanto richiesto, i manifesti, corredati di distinta per indicare tipo e quantità ed eventuale schema di affissione, devono pervenire all'ufficio del servizio o alla sede del concessionario almeno cinque giorni prima della data prescelta nell'istanza di cui ai commi precedenti. La mancata presentazione del materiale entro questo termine fa decadere automaticamente il diritto di prenotazione iscritta in registro, fatta salva la disponibilità dell'ufficio o del concessionario a procedere ugualmente con l'applicazione delle maggiorazioni tariffarie di cui al successivo articolo.
 5. Pur richiamando la necessità di ottemperarvi, le pubblicazioni da carattere istituzionale comunali obbligatorie non sono sottoposte alla tempistica di cui al precedente comma e l'ufficio o il concessionario deve provvedere alla loro affissione nel più breve tempo possibile dalla richiesta proveniente dagli uffici dell'Amministrazione Comunale senza onere alcuno.

Art. 47 - Tariffe dei diritti

1. I diritti per il servizio delle pubbliche affissioni, sono determinati e indicati con riferimento a unità modulari rappresentate da fogli di centimetri 70 x 100.
2. Per ogni commissione inferiore a cinquanta fogli di formato cm 70 x 100, escluse quelle riflettenti i pubblici spettacolo, la tariffa di cui al primo comma è aumentata del 50%.
3. Per i manifesti costituiti da otto fogli modulari costituenti un unico messaggio pubblicitario, la tariffa di cui al primo comma è aumentata del 50%; per quelli costituiti da più di otto fogli l'aumento è del 100%.
4. I suddetti aumenti si applicano anche qualora il committente richieda espressamente che singoli manifesti, anche se relativi ad oggetti diversi, vengano affissi su uno stesso spazio in modo da costituire un unico complesso pubblicitario avente un'estensione corrispondente ai formati predetti.
5. Per le affissioni richieste per il giorno in cui è stato consegnato il materiale da affiggere, od entro il termine di due giorni se trattasi di affissioni commerciali, ovvero nelle ore notturne dalle 20 alle 7 o nei giorni festivi, è dovuta per l'attuazione del servizio un'aliquota aggiuntiva.
6. La tariffa dei diritti sulle pubbliche affissioni è ridotta del 50%:
 - per i manifesti e gli avvisi dello Stato, delle Regioni, delle Province e dei Comuni, che non rientrano nei casi per i quali è prevista l'esenzione;
 - per i manifesti e gli avvisi dei partiti e delle associazioni politiche, sindacali, culturali, sportive, filantropiche e religiose italiane o dei paesi della Comunità Economica Europea;
 - per i manifesti e gli avvisi delle associazioni d'arma e combattentistiche a carattere nazionale, delle società di mutuo soccorso, legalmente riconosciute, dell'Ente Nazionale Assistenza Lavoratori e dell'Ente Nazionale Industrie Turistiche;
 - per i manifesti e gli avvisi relativi agli spettacoli viaggianti e agli spettacoli di beneficenza;
 - per i manifesti e gli avvisi riguardanti i festeggiamenti patriottici e religiosi;
 - per gli annunci mortuari.
7. Per le affissioni concernenti la propaganda elettorale in periodo di elezioni, valgono le norme speciali vigenti.
8. Sono esenti dai diritti sulle pubbliche affissioni:
 - i manifesti e gli avvisi riguardanti l'attività istituzionale del Comune esposti nell'ambito del proprio territorio;
 - i manifesti e gli avvisi riguardanti iniziative culturali e sociali, patrocinate da Enti Pubblici, o promossi da associazioni senza scopo di lucro, quando non collocati su impianti del Comune destinati alle affissioni;



Regolamento per l'applicazione dell'imposta sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni e per l'effettuazione del servizio delle pubbliche affissioni

- i manifesti e gli avvisi delle autorità militari relativi alle iscrizioni nelle liste di leva, alla chiamata alle armi ed ai richiami alle armi;
- i manifesti e gli avvisi dello Stato, delle regioni e delle Province in materia di tributi;
- i manifesti e gli avvisi delle autorità di polizia in materia di pubblica sicurezza;
- i manifesti e gli avvisi relativi ad adempimenti di legge in materia di elezioni politiche, regionali, amministrative e di referendum;
- ogni altro manifesto od atto delle autorità la cui affissione sia obbligatoria per legge;
- i manifesti e gli avvisi concernenti corsi scolastici e professionali gratuiti regolarmente autorizzati.

Art. 48 - Modalità per le affissioni

1. Le affissioni hanno luogo secondo l'ordine di arrivo della domanda iscritta nel registro e con la disponibilità del materiale indicata all'art. 45. La pubblicazione deve rispettare la data convenuta nella prenotazione, salvo motivi di forza maggiore quali assenza giustificata dell'operatore preposto all'affissione o avverse condizioni atmosferiche o dalla mancanza di spazi disponibili.
2. In ogni caso, qualora il ritardo superi i cinque giorni dalla data richiesta per l'affissione, l'ufficio competente entro dieci deve darne comunicazione scritta, anche mediante mezzi telegrafici, telematici o informatici, al richiedente che può annullare la richiesta medesima.
3. La durata dell'affissione decorre dal giorno in cui è stata eseguita al completo. Nello stesso giorno, su richiesta del committente, l'ufficio deve mettere a disposizione l'elenco delle posizioni con i quantitativi affissi.
4. Il competente ufficio ha l'obbligo di sostituire gratuitamente i manifesti strappati o comunque deteriorati. Quando presso il predetto ufficio non vi siano altri esemplari dei manifesti da sostituire, deve essere data comunicazione al richiedente e deve essere, nel frattempo, mantenuto a sua disposizione il relativo spazio.
5. Eventuali variazioni od aggiunte alle pubbliche affissioni già esposte sono assoggettate al pagamento di un diritto pari alla tariffa prevista per il primo giorno.
6. Sono ritenute tali anche le strisce da applicare a cura dell'ufficio sui manifesti di cui viene richiesta l'affissione, nonché l'applicazione dell'eventuale carta da fondo, fornita dal committente, per essere posta a cornice dei manifesti.
7. Per ogni effetto di legge e di tariffa, gli avvisi o manifesti vengono contrassegnati dall'ufficio con uno speciale timbro recante la data dell'ultimo giorno di durata dell'affissione.

Art. 49 – Gestione

1. Il servizio per l'accertamento e la riscossione dell'imposta comunale sulla pubblicità e dei diritti sulle pubbliche affissioni nel territorio del Comune è gestito direttamente dal Comune stesso, in conformità e sotto l'osservanza delle normative vigenti di tempo in tempo, in materia di riscossione coattiva dei tributi
2. Il servizio predetto potrà anche essere affidato in concessione ad agio qualora il Consiglio Comunale ritenga che tale tipo di gestione sia più conveniente sotto il profilo economico ed organizzativo.
3. Il concessionario subentra al Comune in tutti i diritti e gli obblighi previsti dal presente regolamento e può avvalersi del procedimento esecutivo previsto dal R.D. 14/4/1910 n. 639, e successive integrazioni e modificazioni.



TITOLO V - VIGILANZA E SANZIONI

CAPO I - VIGILANZA E SANZIONI

Art. 50 – Espletamento

1. La vigilanza è effettuata dagli uffici dell'Amministrazione Comunale e dagli agenti di polizia municipale. Gli stessi organi provvedono, se del caso, a far rispettare gli obblighi riportati nel presente Regolamento e le norme di legge richiamate.
2. Per il controllo del servizio sulle pubbliche affissioni di cui al Titolo IV oltre che dagli organi e uffici preposti alla vigilanza opera l'eventuale concessionario del servizio, munito di tessera di riconoscimento rilasciata dall'Amministrazione Comunale.

Art. 51 - Abusi e repressione

1. Fatti salvi i casi descritti all'art. 2, sono abusivi i sistemi di pubblicità di cui al Titolo II, esposti senza la prescritta e preventiva autorizzazione, ovvero risultanti non conformi alle condizioni e caratteristiche stabilite dall'autorizzazione, sia per forma, contenuto, dimensioni, colori, sistemazione, e ubicazione.
2. Sono altresì considerati abusivi i sistemi pubblicitari per le quali siano stati omessi le prescritte dichiarazioni e i dovuti pagamenti. Parimenti abusive sono quegli impianti per cui sia intervenuta decadenza e revoca dell'autorizzazione e il titolare e/o responsabile non abbia provveduto alla rimozione completa e totale nei 10 giorni successivi.
3. In caso di revoca o decadenza dell'autorizzazione l'eventuale versamento dell'imposta non dà diritto al suo rimborso.
4. Ai sensi del quarto comma dell'art. 62 del D.Lgs. n. 446/1997, l'A.C con provvedimento dirigenziale procede alla rimozione dei mezzi pubblicitari privi di autorizzazione, o installati in difformità dalla stessa, o per i quali non sia stato effettuato il pagamento del relativo canone; il comune procede altresì all'immediata copertura della pubblicità abusiva con essi effettuata, mediante contestuale processo verbale di contestazione redatto da competente pubblico ufficiale. Il provvedimento dirigenziale di rimozione può disporre che l'impianto pubblicitario non conforme, sia rimosso a cura dei responsabili entro 7 giorni dalla data della sua notifica all'interessato. In caso di inadempienza, valutate le osservazioni eventualmente pervenute entro lo stesso termine (7 giorni), alla rimozione provvede l'Amministrazione Comunale con addebito delle spese sostenute al responsabile dell'abuso. Sono altresì fatte salve le disposizioni contenute nel nuovo C.d.S. e relativo Regolamento.

Art. 52 - Sanzioni tributarie

1. Per l'omessa presentazione della dichiarazione di cui all'art. 31 del presente regolamento si applica, nei confronti del soggetto obbligato, oltre al pagamento dell'imposta o del diritto dovuti, la sanzione amministrativa dal cento al duecento per cento dell'imposta o del diritto dovuti, con un minimo di euro 51,65.
2. Per la dichiarazione infedele si applica la sanzione amministrativa dal cinquanta al cento per cento della maggiore imposta o diritto dovuti.
3. Per l'omesso o tardivo pagamento dell'imposta, delle singole rate della stessa o del diritto è dovuta una soprattassa pari al 30 per cento dell'imposta o del diritto il cui pagamento è stato omesso o ritardato, ex art. 13 comma 2, del D.Lgs. 471/97.
4. Le sanzioni indicate nei commi 1 e 2 sono ridotte ad un quarto se, entro il termine per ricorrere alle commissioni tributarie, interviene adesione del contribuente con il pagamento



Regolamento per l'applicazione dell'imposta sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni e per l'effettuazione del servizio delle pubbliche affissioni

dell'imposta o del diritto, se dovuti, e della sanzione, ad eccezione della sanzione ex art. 13 comma 2 D.Lgs. 471/97.

5. Non sono irrogate sanzioni al contribuente, qualora egli si sia conformato a indicazioni contenute in atti del Comune o, in caso di gestione in Concessione, del concessionario del servizio, o qualora il suo comportamento risulti posto in essere a seguito di fatti direttamente conseguenti a ritardi, omissioni od errore del comune o del concessionario del servizio.
6. Le sanzioni non sono comunque irrogate quando la violazione dipende da obiettive condizioni di incertezza sulla portata e sull'ambito di applicazione della norma tributaria o quando si traduce in una mera violazione formale senza alcun debito di imposta.
7. Si applicano comunque, per quanto compatibili, le disposizioni di cui ai Decreti Legislativi 471, 472 e 473/1997.

Art. 53 - Interessi

1. Sulle somme dovute e non corrisposte nei termini ordinari prescritti per l'imposta sulla pubblicità e per il diritto sulle pubbliche affissioni e per le relative soprattasse si applicano interessi di mora nella misura del tasso di interesse legale, a decorrere dal giorno nel quale dette somme sono divenute esigibili e fino a quello dell'effettuato pagamento. Gli interessi di mora sono calcolati con maturazione giorno per giorno.
2. Per le somme dovute a qualsiasi titolo al contribuente sono dovuti allo stesso, a decorrere dalla data del pagamento dallo stesso eseguito e del quale il Comune è tenuto al rimborso, gli interessi nella misura e con le modalità di cui al precedente comma.
3. Non sono richiesti interessi al contribuente, qualora egli si sia conformato a indicazioni contenute in atti del Comune o, in caso di gestione in concessione, al Concessionario del servizio, o qualora il suo comportamento risulti posto in essere a seguito di fatti direttamente conseguenti a ritardi, omissioni od errore del comune o del Concessionario del servizio.

Art. 54 – Sanzioni amministrative

1. Il Comune è tenuto a vigilare, a mezzo del corpo di Polizia Municipale, 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 di 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. 507/93 nonché di quelle contenute nei provvedimenti relativi all'installazione degli impianti, si applica la sanzione da Euro 206,58 a Euro 1.549,37 con notificazione agli interessati, entro 150 giorni dall'accertamento, degli estremi delle violazioni riportati in apposito verbale.
4. Per le violazioni relative alla pubblicità sulle strade e sui veicoli si applicano le sanzioni previste dall'art. 23 del Codice della Strada D.Lgs. 285/1992.
5. Il Comune dispone altresì la rimozione degli impianti pubblicitari abusivi facendone menzione nel suddetto verbale; in caso di inottemperanza all'ordine di rimozione entro il termine stabilito, 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



Regolamento per l'applicazione dell'imposta sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni e per l'effettuazione del servizio delle pubbliche affissioni

- postale intestato al Comune entro il termine prestabilito, si procede al recupero coattivo del credito con ogni spesa di riscossione a carico dell'interessato.
6. Indipendentemente dalla procedura di rimozione degli impianti e dell'applicazione della sanzione di cui al terzo comma il Comune, o il concessionario del servizio, se non è stato assolto il tributo, può effettuare l'immediata copertura della pubblicità, 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, disponendo il recupero delle stesse e l'applicazione delle soprattasse e, se dovuti, degli interessi, di cui ai precedenti articoli 52 e 53.
 7. 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.
 8. 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.
 9. Gli oneri derivanti dalla rimozione dei manifesti affissi in violazione delle disposizioni vigenti sono a carico dei soggetti per conto dei quali gli stessi sono stati affissi, salvo prova contraria.
 10. Tutte le procedure e le facoltà previste dal presente articolo possono essere, previa convenzione, affidate al concessionario del servizio.

Art. 55 - Procedimento sanzionatorio

1. Il Responsabile del Procedimento, appositamente individuato dal Responsabile del Servizio Finanziario, in caso di abuso provvede a:
 - completare le informazioni ivi contenute soprattutto in merito alla documentazione tecnica ed anagrafica, anche con la richiesta di ulteriori sopralluoghi all'ufficio che ha accertato la violazione;
 - accertare l'esatta violazione dell'impianto alle norme del presente Regolamento;
 - accertare l'eventuale pendenza di domande di autorizzazione ovvero richieste di sanatorie relative all'oggetto dell'abuso;
 - proporre, ravvisandone la necessità, al dirigente l'eventuale immediata copertura dell'impianto abusivo;
 - completare il verbale con apposita e dettagliata relazione al fine della redazione di apposita determinazione-ingiunzione per la rimozione degli impianti pubblicitari abusivi e/o la loro copertura; tale provvedimento conterrà copia del verbale di cui al primo comma ed espressa menzione circa le conseguenze in caso d'inottemperanza entro il termine stabilito che non può essere superiore a 10 giorni dalla data di notifica di cui al successivo comma.
2. Entro 30 giorni dalla data di comunicazione del verbale di cui al primo comma, il Responsabile del procedimento, una volta terminata l'istruttoria ai sensi del secondo comma, provvede alla notifica ai responsabili dell'abuso della determinazione-ingiunzione anche mediante invio per posta con raccomandata con A.R.
3. L'accertamento dell'esecuzione dell'ingiunzione è effettuato dal Responsabile del procedimento o da questi demandato all'ufficio che ha accertato la violazione. In caso di accertata inottemperanza, viene redatto apposito verbale.



Regolamento per l'applicazione dell'imposta sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni e per l'effettuazione del servizio delle pubbliche affissioni

4. In caso d'inottemperanza all'ingiunzione entro il termine stabilito nella determinazione all'uopo predisposta, il Responsabile del procedimento provvede ad attivare i competenti uffici del 3° Settore Servizi per l'esecuzione che dovrà essere eseguita completamente a spese dei responsabili dell'abuso.
5. Il sistema pubblicitario rimosso, è custodito presso locali o spazi individuati allo scopo dal Responsabile del Servizio LL.PP. e Manutenzione del Patrimonio. Gli oneri della custodia sono parimenti e interamente a carico dei responsabili dell'abuso. Tali oneri sono determinati in 5 Euro per ogni giorno o frazione di durata della custodia.
6. La rimozione non esclude l'applicazione delle sanzioni previste dall'art. 49.
7. Ogni comunicazione o notizia agli interessati inerente il contenuto del presente articolo è effettuata ai sensi, nei modi e per gli effetti della legge n.241/1990 e successive modificazioni ed integrazioni.
8. Per il recupero di somme comunque dovute e non corrisposte ai sensi del precedente articolo si osserva il procedimento esecutivo previsto dal R.D. n. 639/1910.
9. Per la riscossione dell'imposta sulla pubblicità e dei diritti sulle pubbliche affissioni opera a favore del Comune il privilegio previsto dall'art. 2752, terzo comma, del Codice Civile.

Art. 56 - Definizione agevolata

1. Nei casi di cui al comma 1 dell'art. 51, nonché al fine dell'emersione volontaria dell'abusivismo, con riferimento all'art. 52, dai responsabili è dovuta:
 - a) per gli impianti e i mezzi pubblicitari conformi al presente regolamento, la sola sanzione di cui al comma 2 dell'art. 52 nella misura minima e la non corresponsione degli interessi sull'imposta di pubblicità già dovuta di cui al comma 2 dell'art. 53;
 - b) per gli impianti e i mezzi pubblicitari non conformi al presente regolamento, la sanzione di cui al comma 2 dell'art. 52 nella misura minima subordinatamente alla presentazione di un piano d'intervento di riqualificazione e recupero urbano.
2. Nel caso indicato alla lettera b) del comma 1, il piano d'intervento, una volta approvato, dovrà essere realizzato a completa cura e spese degli interessati.

CAPO II - DISPOSIZIONI FINALI

Art. 57 - Norme transitorie e deroghe

1. Le autorizzazioni rilasciate antecedentemente all'entrata in vigore del presente regolamento sono prorogate di validità.
2. Successivamente non sarà possibile rinnovare l'autorizzazione in caso di mancata dimostrazione di conformità dell'impianto pubblicitario alle norme del presente Regolamento.
3. In caso di occupazione di suolo pubblico, qualora l'impianto pubblicitario debba essere rimosso per impossibilità di adeguamento, al titolare dell'autorizzazione saranno rimborsate le somme anticipate riferite alla residua durata dell'autorizzazione non utilizzata.
4. Per tutto quanto non espressamente contemplato nel presente piano si applicano le disposizioni di cui al D.Lgs. n. 285/1992, D.Lgs. 495/1992, D.L. 507/1993, e successive modifiche ed integrazioni degli stessi, ovvero le norme sostitutive in vigore.
5. Nel centro abitato è consentita l'installazione di impianti pubblicitari con caratteristiche diverse e superfici superiori a quelle previste dall'art. 23 Codice della Strada e relativo regolamento di esecuzione, purchè non arrechino disturbo alla visibilità stradale e conseguente pericolo per la sicurezza della circolazione e sia salvaguardato l'ambiente naturale, storico e paesaggistico.



Art. 58 - Entrata in vigore

1. Il regolamento ha validità dalla data d'esecutività della delibera d'approvazione o di quella delle successive varianti, con la sola esclusione della tariffe sull'imposta di pubblicità e del canone di occupazione del suolo pubblico, che invece entrano in vigore dal 1° gennaio dell'anno successivo.
2. Dalla data dell'esecutività della delibera di approvazione il Regolamento sarà applicato per l'esame di ogni richiesta di nuova autorizzazione o modifica degli impianti pubblicitari esistenti.
3. Dalla data dell'esecutività della delibera di approvazione di cui comma 1, sono abrogate tutte le disposizioni contenute in altri regolamenti comunali che disciplinano tale materia, che risultino in contrasto o incompatibili.