

Approvato con provvedimento commissariale n. 19 del 24/03/2002, aggiornato con le modifiche introdotte con delibera di C.C. n. 35 del 9/10/2006, modificato con delibera commissariale n. 10 del 19/03/2008, modificato con delibera di Consiglio Comunale n.11 del 02/03/2009

**REGOLAMENTO PER L'APPLICAZIONE DEL DECRETO
LEGISLATIVO 15 NOVEMBRE 1993 N. 507 RECANTE LA DISCIPLINA
DELL'IMPOSTA SULLA PUBBLICITA'E DEL SERVIZIO DELLE
PUBBLICHE AFFISSIONI
CAPITOLO I
DISPOSIZIONI GENERALI**

**ARTICOLO 1
AMBITO DI APPLICAZIONE**

1. La pubblicità esterna e le pubbliche affissioni sono soggette, rispettivamente, ad un'imposta e ad un diritto in beneficio del Comune, secondo le disposizioni degli articoli seguenti.
2. Per la pubblicità effettuata con mezzi propri su aree che siano di proprietà comunale o concesse in godimento al Comune è dovuta la tassa per l'occupazione di suolo pubblico, ove prevista, oltre l'imposta; si può altresì prevedere il pagamento di un eventuale canone di concessione.
3. Per la pubblicità effettuata su impianti di proprietà comunale —ricevuti in affitto — è dovuta l'imposta e, ove previsto, un eventuale corrispettivo di locazione.

**ARTICOLO 2
PUBBLICITA' EFFETTUATA SU SPAZI, AREE ED IMPIANTI COMUNALI**

1. Il Comune, ove si avvalga della facoltà di applicare canoni di concessione per la pubblicità effettuata con mezzi propri su spazi ed aree di proprietà comunale od in godimento al Comune, ne determina la misura. Il canone costituisce il corrispettivo dell'uso straordinario dell'area pubblica e dello spazio circostante occorrente per la visibilità e l'efficacia della pubblicità, nonché compensa tutti gli altri oneri che fanno carico al Comune in dipendenza dell'utilizzo dei beni per fine pubblicitario.
2. Il Comune, ove si avvalga della facoltà di applicare canoni di affitto sugli impianti di proprietà comunale, ne determina la misura; gli impianti stessi possono essere concessi singolarmente o per lotti.

**ARTICOLO 3
CLASSIFICAZIONE DEL COMUNE DI MESAGNE**

1. Ai sensi dell'art. 2 del decreto legislativo 15 novembre 1993, n. 507 il Comune di Mesagne appartiene alla IV classe.

**ARTICOLO 3 bis
CATEGORIE DELLE LOCALITA'**

1. Ai fini dell'applicazione dell'imposta sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni, limitatamente alle affissioni di carattere commerciale, le località del territorio del Comune di Mesagne sono suddivise in due categorie :
A CATEGORIA SPECIALE, che comprende le località elencate negli Allegati A e B al presente regolamento;

- B.. CATEGORIA NORMALE che comprende tutta la restante parte del territorio comunale.
2. Alla categoria speciale è applicata la maggiorazione del 100% della tariffa base dell'imposta sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni.
3 Non sono assoggettate alla maggiorazione di cui al comma che precede le insegne di esercizio.

CAPITOLO II IMPOSTA SULLA PUBBLICITA'

ARTICOLO 4 PRESUPPOSTO

1. La diffusione di messaggi pubblicitari attraverso forme di comunicazione acustiche o visive — diverse da quelle per le quali è corrisposto il diritto sulle pubbliche affissioni — è soggetta all'imposta, qualora la pubblicità sia effettuata in luoghi pubblici o aperti al pubblico ovvero sia da essi percepibile.
2. Sono rilevanti i messaggi diffusi nell'esercizio di un'attività economica, allo scopo di promuovere la domanda di beni o servizi, ovvero finalizzati a migliorare l'immagine del soggetto pubblicizzato.

ARTICOLO 5 SOGGETTI PASSIVI

1. Soggetto passivo dell'imposta sulla pubblicità, tenuto al pagamento in via principale, è colui che dispone — a qualsiasi titolo — del mezzo mediante il quale il messaggio è diffuso. Lo stesso soggetto è obbligato esclusivo alla tassa per l'occupazione del suolo pubblico.
2. Solidalmente obbligato al pagamento dell'imposta è colui che produce o vende la merce ovvero fornisce i servizi oggetto della pubblicità.

ARTICOLO 6 MODALITA' DI APPLICAZIONE

1. L'imposta sulla pubblicità è determinata in base alla superficie della minima figura piana geometrica in cui è circoscritto il mezzo pubblicitario, indipendentemente dal numero di messaggi in esso contenuti.
2. Per mezzo pubblicitario si intende ogni impianto, manufatto o cosa materiale mediante il quale la pubblicità è diffusa.
3. Sono esclusi dal calcolo della superficie soggetta a tassazione i sostegni (piedi, pali, grappe, supporti, cornici, ecc.), purché strutturali al mezzo e privi di finalità pubblicitaria.
4. Le superfici inferiori ad un metro quadrato si arrotondano — per eccesso — al metro quadrato e le frazioni di esso, oltre il primo, al mezzo metro quadrato superiore; sono esenti le superfici inferiori a trecento centimetri quadrati.
5. Per i mezzi pubblicitari bifacciali l'imposta è calcolata separatamente su ogni singola faccia.
6. Per il mezzo pubblicitario polifacciale, l'imposta è calcolata in base alla superficie complessiva adibita per la pubblicità.

7. Per il mezzo pubblicitario avente dimensioni volumetriche (ad esempio, il globo), l'imposta è calcolata in base alla superficie complessiva risultante dallo sviluppo del minimo solido geometrico nel quale può essere circoscritto il mezzo stesso.

8. I festoni di bandierine e simili, nonché i mezzi di identico contenuto ovvero riferibili al medesimo soggetto passivo — collocati in connessione tra di loro — si considerano, agli effetti del calcolo della superficie imponibile, come un unico mezzo pubblicitario.

9. L'iscrizione pubblicitaria costituita da singole lettere, anche se collocate a distanza tra di loro, è assoggettata ad imposizione in base alla superficie della figura geometrica entro la quale l'iscrizione è circoscritta per l'intero suo sviluppo.

10. Le maggiorazioni di imposta, a qualunque titolo previste, sono cumulabili e devono essere e devono essere applicate alla tariffa di base le riduzioni non sono cumulabili.

ARTICOLO 7 RIDUZIONI

1. La tariffa di base dell'imposta è ridotta alla metà:

a. per la pubblicità effettuata da comitati, associazioni, fondazioni e da ogni altro ente che non abbia scopo di lucro. La riduzione si applica anche all'operatore pubblicitario, il quale dispone del mezzo di diffusione del messaggio, dichiara di effettuare la pubblicità nell'interesse di uno dei suddetti soggetti giuridici ed allega alla dichiarazione di pubblicità una copia autentica dell'atto costitutivo o dello statuto per comprovare la mancanza di finalità di lucro nell'attività del pubblicizzato;

b. per la pubblicità relativa a manifestazioni politiche, sindacali e di categoria, culturali; sportive, filantropiche e religiose — da chiunque realizzate (anche da soggetti che perseguono fini di lucro) — con il patrocinio o la partecipazione degli enti pubblici territoriali;

c. per la pubblicità relativa a festeggiamenti patriottici, religiosi, a spettacoli viaggianti e di beneficenza.

2. Nelle ipotesi in cui i mezzi pubblicitari contengano, oltre ai messaggi relativi alle manifestazioni da pubblicizzare, anche l'indicazione di persone, ditte o società che hanno contribuito all'organizzazione delle stesse, si applica la riduzione se:

— il soggetto passivo in via principale e ricompreso nell'elenco degli enti, di cui alla lettera a) del comma 1;

— gli altri soggetti pubblicizzati siano enti pubblici territoriali che patrocinino o partecipino alla realizzazione della manifestazione, ai sensi della lettera h) del comma 1.

In caso contrario e qualora la manifestazione non rientri tra quelle elencate alla lettera c) del comma 1, l'agevolazione della riduzione non compete.

ARTICOLO 8 ESENZIONI

1. Sono esenti dall'imposta:

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

- b) gli avvisi al pubblico, esposti nelle vetrine o sulle porte d'ingresso dei locali o — in mancanza — nelle immediate adiacenze del punto di vendita e relativi all'attività svolta, nonché quelli riguardanti la localizzazione e l'utilizzazione dei servizi di pubblica utilità — che non superino la superficie di mezzo metro quadrato — e quelli riguardanti la locazione o la compravendita degli immobili sui quali sono affissi, di superficie non superiore ad un quarto di metro quadrato;
- c) la pubblicità comunque effettuata all'interno, sulle facciate esterne o sulle recinzioni dei locali di pubblico spettacolo, qualora si riferisca alle rappresentazioni in programmazione;
- d) la pubblicità, escluse le insegne, relativa ai giornali ed alle pubblicazioni periodiche, se esposta sulle facciate esterne delle edicole o nelle vetrine o sulle porte di ingresso dei negozi ove si effettua la vendita;
- e) la pubblicità inerente l'attività esercitata, esposta all'interno delle stazioni dei servizi di trasporto pubblico, nonché le tabelle esposte all'esterno delle stazioni stesse o lungo l'itinerario di viaggio, per le parti contenenti informazioni relative alle modalità di effettuazione del servizio;
- f) la pubblicità esposta all'interno delle vetture ferroviarie, degli aerei e delle navi, ad eccezione dei battelli di cui all'art. 8 - tabella 2 lettera a);
- g) la pubblicità comunque effettuata in via esclusiva dallo Stato e dagli enti pubblici territoriali;
- h) le insegne, le targhe e simili apposte per l'individuazione delle sedi dei comitati, delle associazioni, delle fondazioni e di ogni altro ente che non persegue scopo di lucro.
- i) le insegne, le targhe e simili, la cui esposizione sia obbligatorie per disposizione di legge o di regolamento, sempre che le dimensioni del mezzo usato — qualora non espressamente stabilite — non superino il mezzo metro quadrato di superficie.

ARTICOLO 9

TIPOLOGIA E QUANTITA' DEI MEZZI PUBBLICITARI RIPARTIZIONE DELLA SUPERFICIE DEGLI IMPIANTI

1. Il Comune è competente a definire o approvare le caratteristiche tecniche e strutturali degli impianti pubblicitari in relazione alla loro ubicazione, alle norme del Codice della strada nonché ad ogni altro vincolo di natura ambientale o per esigenze di pubblico interesse.
2. L'ubicazione di mezzi pubblicitari è definita con il piano generale degli impianti, previsto e disciplinato nell'articolo 12 e che nel prosieguo per brevità è denominato "piano"
3. Gli obiettivi generali del piano devono tendere:
- ad individuare i fabbisogni espositivi ottimali per le diverse tipologie dei mezzi secondo finalità di copertura omogenea del territorio e tra le diverse località del centro abitato distinguendo tra centro storico, località semi-centrali, periferiche e di nuovo sviluppo sotto il profilo abitativo, industriale, del terziario ecc.;
 - ad una distribuzione (dell'impiantistica secondo criteri di impatto decrescente dalle località più esterne verso il centro già gravato da insegne e limitato da vincoli urbanistici e di traffico;
 - a scelte tipologiche coerenti con il contesto urbanistico e viabilistico determinando

eventualmente limitazioni dimensionali degli impianti in funzione delle località di installazione;

— ad una collocazione dell'impiantistica istituzionale direttamente rapportata alla popolazione residente;

— alla suddivisione del centro abitato tra aree di maggiore o minore tutela per particolari esigenze di natura ambientale, architettonica o di altro tipo;

— alla eventuale individuazione degli spazi utilizzabili nelle diverse località per la collocazione di nuovi impianti pubblicitari e delle percentuali massime delle superfici normalmente utilizzabili rispetto alle superfici dei prospetti ovvero al fronte stradale.

4. Ai sensi dell'articolo 3, comma 3 del decreto legislativo n. 507/93 la superficie degli impianti affissivi pubblici prevista dal piano viene così ripartita:

- a) Affissioni di natura istituzionale, sociale o comunque prive di rilevanza economica in quanto funzione prioritaria del servizio delle pubbliche affissioni (articolo 18 comma 1 del decreto legislativo 507/93), 25 per cento;
- b) affissioni di natura commerciale svolta dal servizio delle pubbliche affissioni: 65 per cento circa;
- c) affissioni dirette, anche per conto terzi, effettuate da privati comunque diversi dal concessionario del pubblico servizio 10 per cento circa.

ARTICOLO 10 PIANO GENERALE DEGLI IMPIANTI: CRITERI

1 Il piano regola l'installazione dei mezzi pubblicitari sul territorio comunale

2. Per lo studio e l'elaborazione del piano è istituita una apposita Commissione.

3. Della Commissione fanno comunque parte i rappresentanti delle associazioni di categoria, espressione degli operatori pubblicitari e non, esercenti l'attività nel territorio comunale.

La Giunta Comunale, con atto deliberativo, forma in concreto la composizione della Commissione, stabilisce i tempi di completamento del progetto del piano e determina il trattamento economico dei componenti. Il progetto del piano è sottoposto all'esame ed all'approvazione del Consiglio Comunale.

4. Il piano deve comprendere:

- a) Elaborati grafici .
- b) le norme tecniche di attuazione;
- d) una dettagliata e motivata relazione illustrativa ed esplicativa del piano.

5. Il piano deve essere redatto secondo i criteri di:

- a) totale e puntuale rispetto delle previsioni e delle prescrizioni dei vigenti strumenti urbanistici, di tutti i divieti e vincoli di qualsiasi natura imposti da norme generali o da provvedimenti amministrativi e delle disposizioni cogenti ed interattive contenute nella codice della strada e nel regolamento attuativo;
- b) verifica e proposta a motivata sulle possibilità di deroga alla normativa posizionamento né il mezzi pubblicitari che rientrano nella previsione di piano.

6. In attuazione dell'articolo 23, comma 6 del nuovo codice della strada il comune si avvale della facoltà di concedere deroghe alle norme relative alle distanze minime di cui all'articolo 51, comma 4 del relativo regolamento di attuazione per il posizionamento dei cartelli e degli altri mezzi pubblicitari, nelle rispetto delle esigenze di sicurezza della circolazione stradale.

ARTICOLO 11

LIMITAZIONI E DIVIETI PER PARTICOLARI FORME DI PUBBLICITÀ

1. ai sensi dell'articolo 3, secondo comma del decreto legislativo n. 507/93 , oltre alle prescrizioni, i Limiti, divieti, tipologie dei mezzi pubblicitari indicati nel piano generale degli impianti, si applicano le ulteriori seguenti limitazioni e divieti nelle modalità di svolgimento della pubblicità attraverso particolari forme pubblicitarie:

pubblicità fonica:

non è consentito effettuare pubblicità fonica con autoveicoli, motoveicoli rimorsi e ciclomotori se non per la diffusione di messaggi di pubblico interesse, disposti dal sindaco o dall'autorità di pubblica sicurezza. Il divieto non si applica per la propaganda elettorale per il tempo della campagna elettorale (art. 59 D.P.R. 495/1192).

pubblicità sui veicoli:

sulle autovetture ad uso privato è consentita unicamente l'apposizione del marchio e della ragione sociale della ditta cui il veicolo appartiene (art. 57, - 2° comma D.P.R. 495/92). E' vietata qualunque forma di pubblicità luminosa all'interno dei veicoli (art. 57, 7° comma D.P.R. 495/92) La pubblicità luminosa - di cui all'art. 23 comma 2 del comma del nuovo codice della strada purchè non intermittente né realizzata mediante messaggi variabili è ammessa unicamente sui taxi circolanti entro i centri abitati (art. 57, comma 1 D.P.R. 495/92).

pubblicità ordinaria

non è consentita l'effettuazione della pubblicità sulle aree pubbliche già utilizzate a verde attrezzato ed a meno di metri tre di distanza dall'esterno del bordo, indipendentemente dalla loro destinazione urbanistica. Il divieto riguarda anche le aree per le quali sia prevista l'imminente realizzazione di opere di sistemazione a verde già appaltate. In deroga alle precedenti disposizioni possono essere conclusi e stipulati accordi e contratti su proposta di terzi per la sistemazione e conservazione gratuita di aree a verde pubblico con la facoltà di reclamizzare le relative sponsorizzazioni.

pubblicità con diapositive, proiezioni luminose o cinematografiche

(può essere limitata nei luoghi pubblici)

pubblicità con striscioni o altri mezzi pubblicitari simili

il periodo di esposizione non può essere superiore a quello prescritto dall'articolo 51, comma 1 del D.P.R. 495/92 (si può altresì vietare il posizionamento perpendicolare su determinate vie o piazze). Tale tipo di pubblicità può essere autorizzata come previsto dall' art. 51 comma 10 del D.P.R. 495/92 e la relativa installazione deve effettuarsi su posizioni prefissate e previamente autorizzate (con esclusione di alberi e...) e può prevedere il pagamento del canone di concessione annuale".

pubblicità da aeromobili o con palloni frenati

(può essere consentita solo in talune località e per particolari manifestazioni).

pubblicità mediante distribuzione di manifestini o altro materiale pubblicitario:

E' vietata la pubblicità mediante il lancio di manifestini

altre forme

2.i divieti elencati nel comma 1 debbono essere osservati nella elaborazione del piano generale degli impianti.

ARTICOLO 12

AFFITTO DI IMPIANTI DI PROPRIETÀ COMUNALE

ASSEGNAZIONE DI AREE PUBBLICHE PER LO SFRUTTAMENTO PUBBLICITARIO METODO E CRITERI

1.Per l'affitto degli impianti di proprietà comunale e per la concessione dello sfruttamento pubblicitario delle posizioni sul suolo pubblico risultanti dal piano, il Comune adotta il metodo

dell'assegnazione per lotti e con contratti ad evidenza pubblica. Il Comune fissa i criteri per la composizione dei lotti in base a criteri di funzionalità ed economicità.

2. Le aggiudicazioni degli impianti di proprietà comunale e degli spazi pubblici avvengono per scelta derivante dall'esito di una procedura concorsuale. Il procedimento di individuazione del contraente viene svolto sulla base della normativa vigente in materia.

3. Per evitare la negativa possibilità di concentrazioni degli affitti e delle concessioni, il Comune decide il limite massimo delle aggiudicazioni consentite ad un medesimo soggetto.

4. In relazione al divieto di contemporaneo svolgimento dell'attività di concessionario del servizio di accertamento e riscossione dell'imposta sulla pubblicità e delle pubbliche affissioni e di commercializzazione della pubblicità, il richiedente la installazione dei mezzi pubblicitari, per conto terzi, deve attestare l'inesistenza di tale condizione (ovvero transitoriamente l'impegno a cedere gli impianti pubblicitari detenuti entro il 31.12.1994)

5. Il bando di gara prescrive quali sono i requisiti soggettivi richiesti ai partecipanti sulla base delle vigenti normative nazionali e comunitarie in tema di pubblici appalti e forniture.

6. Dichiarata ed approvata l'aggiudicazione, e semprechè non sopravvenga nelle more la perdita dei requisiti, viene stipulato il contratto di affitto o di concessione, le cui spese sono a totale ed esclusivo carico dell'assegnatario.

A garanzia dell'esatto e puntuale adempimento dei propri obblighi, il contraente deve costituire — prima di poter sottoscrivere il contratto una congrua cauzione.

7. Il rapporto di affitto o di concessione ha la durata di cinque anni, fatti salvi termini diversi di volta in volta stabiliti dal Comune in sede di bando di gara. Per la sopravvenienza di una superiore esigenza di pubblico interesse, il Comune si riserva — in qualsiasi momento — il potere di ordinare la rimozione — procedendo alla disposizione di revoca — ovvero, laddove risulti possibile, lo spostamento degli impianti pubblicitari, senza che il contraente abbia diritto a pretese di alcun genere, ad eccezione del rispettivo diritto al rimborso del pagamento del periodo di mancato uso del mezzo ed all'eventuale conguaglio.

8. La vigenza del rapporto contrattuale è subordinata alla permanenza dei requisiti prescritti per la partecipazione alla gara ed a tutte le altre condizioni stabilite nel contratto. Costituiscono cause di decadenza di diritto del contratto la contestazione definitiva di almeno tre violazioni degli obblighi contrattuali.

9. Intervenuta la scadenza naturale od anticipata del contratto, il Comune decide e procede alla riassegnazione degli impianti di proprietà comunale e del lotto di spazi mediante un nuovo procedimento concorsuale.

ARTICOLO 13

AUTORIZZAZIONE PREVENTIVA

1. L'esecuzione delle seguenti forme di pubblicità e l'installazione dei relativi mezzi di diffusione, sono soggette alla preventiva autorizzazione del Comune.

a. agli striscioni ed ai mezzi simili l'autorizzazione è rilasciata, solo su posizioni prefissate, col consenso - ove necessario - del proprietario dell'immobile interessato;

b. la pubblicità effettuata mediante le insegne e le iscrizioni, le mostre, le tende, le targhe, le vetrine, le bandiere orizzontali o verticali e simili installate sulle mura di pertinenza dei locali di un pubblico esercizio, di industria, o di un commercio, di un'arte, di un'azienda o di servizi o di una professione e che espongano informazioni relative all'attività esercitata. e la pubblicità a tempo determinato, la quale non può avere una durata superiore a tre mesi, deve essere effettuata su impianti provvisori e rispettare le norme tecniche del piano. Tale pubblicità non rientra nella quantità stabilita nel comma 2 dell'art.11;

- d. la pubblicità di cui all'art. 8, tabella 3 e tabella 4 — lettere c), d), e);
- e. la pubblicità di cui all'articolo 8, tabella 2 lettera a), installata all'esterno di veicoli adibiti al servizio taxi;
- f. la pubblicità effettuata con mezzi di diffusione installati sulla proprietà privata o su aree comunali del patrimonio disponibile. L'istanza per l'autorizzazione, limitatamente ai mezzi su proprietà privata, deve contenere, a pena di improcedibilità:
- il consenso del privato all'installazione del mezzo pubblicitario sulla sua proprietà, espresso con sottoscrizione autentica;
 - l'impegno del proprietario, manifestato con dichiarazione a firma autentica, ad assicurare tempestivamente l'accesso nell'area agli addetti comunali alla vigilanza, dietro loro motivata richiesta.
2. La domanda per l'autorizzazione può essere compilata su un apposito modulo predisposto dal Comune e corredata dalla documentazione prescritta nel modello.
3. Qualora la domanda sia dichiarata improcedibile per omissioni o difetti, è assegnato al richiedente il termine perentorio di trenta giorni per poterla regolarizzare. La presentazione degli atti, necessari per la regolarizzazione della domanda, costituisce a tutti gli effetti il nuovo termine di decorrenza dell'istanza, non assumendo più alcun rilievo la data iniziale della richiesta. La mancata presentazione nel termine produce l'effetto della rinuncia irrevocabile alla domanda.
4. Il procedimento è concluso entro 60 giorni.
5. L'autorizzazione è notificata, allegando anche il bollettino di conto corrente postale — precompilato con i dati a disposizione del Comune e recante l'importo dovuto liquidato d'ufficio — ed il modello della dichiarazione di pubblicità.
6. La variazione della pubblicità, la quale determini la modificazione dell'ubicazione, obbliga l'intestatario dell'autorizzazione a richiedere preventivamente l'assenso del Comune. Al procedimento si applicano le medesime regole valide per il rilascio dell'iniziale autorizzazione.
7. Alle autorizzazioni si applicano, per quanto compatibili, le norme sui contratti di affitto o di concessione.
- All'istanza è allegato il consenso dell'impresa di costruzione o della proprietà, ove si sia riservata contrattualmente tale diritto, copia della concessione od autorizzazione edilizia, nonché il progetto di sistemazione degli impianti pubblicitari, il quale deve essere approvato per il rilascio dell'autorizzazione.
- Se le recinzioni hanno una durata inferiore ai dodici mesi, si applicano le disposizioni sulla pubblicità temporanea. Le superfici dei suddetti impianti non rientrano nella quantità stabilita con il comma 2 dell'art. 11.
8. Non è sottoposta alla preventiva autorizzazione comunale, anche se tenuta al pagamento della imposta — ove non esente —, la pubblicità effettuata e rivolta all'interno dei luoghi aperti al pubblico (a titolo esemplificativo e non esaustivo, sono citati gli stadi e gli impianti sportivi, le stazioni ferroviarie ed automobilistiche e di pubblici trasporti, i centri commerciali), quella eseguita con i veicoli per uso privato di cui all'articolo 8, tabella 2 lettera c). Le superfici dei suddetti impianti, nonché di quelli di cui al seguente punto 11, non rientrano nella quantità stabilita con il comma 2 dell'articolo 11.
9. I mezzi pubblicitari, che sono oggetto di concessioni in uso delle proprietà di Enti o di Aziende partecipate dal Comune (a titolo esemplificativo e non esaustivo si citano le autovetture del pubblico trasporto, gli indicatori di fermata e le pensiline per il ricovero passeggeri delle Aziende Municipalizzate), vengono disciplinati nei singoli atti di concessione, alla formazione dei quali il Comune prende parte per la preventiva autorizzazione sull'ubicazione, sulla tipologia

e sulle quantità degli impianti. Le eventuali variazioni dei mezzi pubblicitari necessitano della stessa preventiva autorizzazione.

ARTICOLO 14 DICHIARAZIONE DI PUBBLICITA'

1. Il soggetto passivo obbligato all'imposta in via principale, prima di iniziare la pubblicità, sia all'interno che all'esterno del centro abitato, è tenuto — oltre che a munirsi della preventiva autorizzazione comunale, se prescritta — a far pervenire al Comune un'apposita dichiarazione anche cumulativa, redatta esclusivamente su di un modello predisposto dal Comune medesimo e nella quale devono essere indicate le caratteristiche, la durata della pubblicità e l'ubicazione dei mezzi pubblicitari utilizzati. Alla dichiarazione deve essere tassativamente allegata l'attestazione del pagamento eseguito.

2. La dichiarazione deve essere rinnovata in caso di variazione della pubblicità, che comporti modificazione della superficie esposta o del tipo di pubblicità con conseguente nuova imposizione; in tale ipotesi, il Comune procede al conguaglio tra l'importo dovuto in seguito alla variazione dichiarata e quello già pagato per lo stesso periodo.

3. La dichiarazione della pubblicità annuale ha effetto anche per gli anni successivi, purchè non si verifichino modificazioni degli elementi dichiarati cui consegua un diverso ammontare dell'imposta dovuta; la pubblicità annuale si intende prorogata con il pagamento della relativa imposta entro il 31 Marzo dell'anno di riferimento, sempre che non venga presentata denuncia di cessazione entro lo stesso termine. In mancanza della denuncia di cessazione, l'obbligo tributario ed economico si rinnova ed, in caso di omesso o ritardato pagamento, si applica la sanzione del 20 per cento disposta con i commi 3 e 4 dell'articolo 27.

4. Qualora venga omessa la presentazione della dichiarazione, la pubblicità ordinaria e quella eseguita con veicoli e con pannelli luminosi si considera realizzata — in ogni caso e con presunzione assoluta — a decorrere dal primo gennaio dell'anno in cui è accertata; per le altre fattispecie, la presunzione assoluta risale ai primi giorni del mese in cui è effettuato l'accertamento.

ARTICOLO 15 COLLOCAZIONE DEI MEZZI PUBBLICITARI

1. La materiale installazione dei mezzi pubblicitari all'interno del centro abitato, aggiudicati con la gara pubblica, ovvero autorizzati sulla proprietà privata (insegne, bandiere orizzontali o verticali, impianti infissi nel terreno o collocati su pareti e muri), deve essere preceduta da un verbale tra il personale comunale e l'interessato del titolo o suo delegato, con atto scritto, fatte salve le diverse procedure previste dal D.P.R. 495/92 per la collocazione dei mezzi fuori dai centri abitati.

2. Prima dell'installazione deve essere esibita al personale comunale la copia del contratto o dell'autorizzazione, a pena di improcedibilità.

3. Il verbale, relativo agli impianti di proprietà comunale o agli altri spazi pubblici aggiudicati con gara, produce l'effetto della consegna del bene o dell'area. Pertanto, dalla data del verbale, il consegnatario si assume la responsabilità della detenzione.

4. Qualunque mezzo pubblicitario deve recare gli elementi di identificazione di colui che ne dispone. (Gli impianti, infissi sul terreno e sulle pareti e mura — escluse insegne e le altre forme di pubblicità non considerate nel computo della superficie complessiva del piano ai sensi dell'articolo 9, comma 4 — devono riportare un'apposita targhetta metallica facilmente leggibile ed accessibile. La targhetta deve contenere — con caratteri incisi — gli estremi del contratto, della concessione o dell'autorizzazione, del contraente o dell'intestatario dell'autorizzazione. La targhetta di identificazione è fissata e mantenuta a cura e spese del titolare del contratto o

dell'autorizzazione.

5. Gli impianti di proprietà comunale, dati in affitto, devono recare un numero progressivo cui corrisponde una scheda, tenuta dal Servizio Affissioni e Pubblicità, nella quale sono riportati gli estremi del contratto e del contraente, la decorrenza e la scadenza dell'affitto, l'ubicazione e le caratteristiche del mezzo pubblicitario.

6. Sono a totale ed esclusivo carico dell'intestatario del contratto, della concessione o dell'autorizzazione, la messa in opera — comprese le armature —, la manutenzione ordinaria e straordinaria, il ripristino delle pareti e loro tinteggiatura, gli spostamenti e le rimozioni, il risarcimento dei danni alle persone ed alle cose — direttamente o indirettamente provocati dai mezzi pubblicitari — ed il risarcimento del pregiudizio derivato a terzi dall'oggetto della pubblicità.

ARTICOLO 16 PAGAMENTI

1. Il pagamento dell'imposta sulla pubblici, del diritto sulle pubbliche affissioni e della tassa per l'occupazione del suolo pubblico, ove dovuta, eseguito — mediante apposito modello di versamento — sul conto corrente postale intestato ai Comune ovvero in caso di affidamento in concessione, al suo concessionario. il Comune può consentire altre forme di pagamento autorizzate dalla legge.

L'importo finale in euro da corrispondere al Comune è arrotondato secondo le norme contenute nel Regolamento CE n. 1103/97.

2. Per la pubblicità relativa a periodi inferiori all'anno solare, l'imposta deve essere corrisposta in unica soluzione; per la pubblicità annuale, l'imposta può essere corrisposta in rate mensili anticipate quando sia di importo superiore a €1.549,37.

3. L'attestazione dell'avvenuto pagamento deve essere allegata alla dichiarazione di pubblicità.

4. L'interessato deve conservare, ad esclusione della pubblicità sui mezzi di trasporto pubblici, il titolo di autorizzazione alla pubblicità e la ricevuta che comprova i pagamenti eseguiti, in modo che possa esibire tali documenti alla richiesta del personale di vigilanza del Comune

Se l'autorizzazione ed i pagamenti si riferiscono a pubblicità effettuata con veicoli privati o in forma ambulante, essi devono seguire il veicolo o la persona circolanti. In caso di più veicoli o persone, ciascuno deve essere munito di fotocopia dei documenti autenticata dal Comune.

5. La riscossione coattiva dell'imposta si effettua secondo le disposizioni del D.P.R. 28 gennaio 1988 n. 43 e successive modificazioni; il relativo ruolo deve essere formato e reso esecutivo entro il 31 dicembre del secondo anno successivo a quello in cui l'avviso di accertamento o di rettifica è notificato ovvero, in caso di sospensione della riscossione, entro il 31 dicembre dell'anno successivo a quello di scadenza del periodo di sospensione. Il credito dell'imposta sulla pubblicità, dei diritto sulle pubbliche affissioni e della tassa per l'occupazione del suolo pubblico, è assistito dai privilegio generale sui beni mobili del debitore, ai sensi del comma 4 dell'articolo 2752 del codice civile.

6. Entro due anni, decorrenti dal giorno in cui è stato effettuato il pagamento ovvero da quello in cui è stato definitivamente accertato il diritto al rimborso, il contribuente può richiedere — con apposita istanza su carta semplice — la restituzione delle somme non dovute ed indebitamente versate; il Comune provvede nel termine di novanta giorni.

ARTICOLO 17 RETTIFICA ED ACCERTAMENTO

1. Il Comune, entro due anni dalla data in cui in dichiarazione è stata o avrebbe dovuto essere

presentata, procede all'accertamento od alla rettifica d'ufficio, notificando al contribuente — anche a mezzo posta mediante raccomandata con avviso di ricevimento — un apposito avviso motivato.

2. Nell'avviso devono essere indicati il soggetto passivo, le caratteristiche e l'ubicazione del mezzo pubblicitario, l'importo dell'imposta o della maggiore imposta accertata, delle soprattasse dovute e dei relativi interessi, nonché il termine di sessanta giorni entro cui effettuare il pagamento.

3. Gli avvisi di accertamento o di rettifica sono sottoscritti dal funzionario responsabile dell'organizzazione e della gestione dell'imposta.

4. 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.456.

Fino all'insediamento delle Commissioni Tributarie Provinciali, il ricorso deve essere presentato alla Direzione Regionale delle Entrate entro trenta giorni dalla data di notificazione dell'atto.

ARTICOLO 18

FUNZIONARIO RESPONSABILE

1. È nominato funzionario, responsabile dell'organizzazione e della gestione dell'imposta sulla e del diritto sulle pubbliche affissioni, il Dirigente preposto al Servizio Affissioni e Pubblicità.

2. Il funzionario responsabile sottoscrive le richieste, gli avvisi, i provvedimenti relativi e dispone i rimborsi.

ARTICOLO 19

ADEGUAMENTO ALLO STATUTO DEI DIRITTI DEI CONTRIBUENTI

1. Gli articoli 19, 20, 21, 22, 23, 24, del presente regolamento disciplinano nel rispetto dei principi dettati dalla legge 27 luglio 2000, n. 212, ed in virtù del disposto di cui all'art. 1, comma 4, della medesima legge, i diritti dei contribuenti soggetti passivi di tributi locali.

2. Le norme contenute nel presente regolamento, in contrasto con quelle contenute negli articoli sopraindicati, si intendono abrogate.

ARTICOLO 20

INFORMAZIONE DEL CONTRIBUENTE

1. L'ufficio tributi deve assumere idonee iniziative volte a consentire la completa ed agevole conoscenza delle disposizioni regolamentari e tariffarie in materia tributaria ponendole a disposizione gratuita dei contribuenti.

2. L'ufficio tributi deve portare a conoscenza dei contribuenti tempestivamente e con mezzi idonei ogni atto che dispone sulla organizzazione, sulle funzioni e sui procedimenti di natura tributaria.

Articolo 21

CONOSCENZA DEGLI ATTI E SEMPLIFICAZIONE

1. L'ufficio tributi assicurerà l'effettiva conoscenza da parte del contribuente degli atti a lui destinati, nel luogo di residenza o dimora abituale desumibili dagli atti esistenti in ufficio opportunamente verificati anche attraverso gli organi di polizia locale. Gli atti saranno comunicati con modalità idonee a garantire che il loro contenuto non sia conosciuto da soggetti diversi dal destinatario.

2. L'ufficio tributi non potrà richiedere documenti ed informazioni già in possesso dell'ufficio stesso o di altre pubbliche amministrazioni indicate dal contribuente, tali documenti ed informazioni dovranno essere eseguite con le modalità previste dall'art. 18, commi 2 e 3, della legge 7 agosto 1990, n. 241.

3. L'ufficio tributi dovrà informare il contribuente di ogni fatto o circostanza a sua conoscenza dai quali possa derivare il mancato riconoscimento di un credito ovvero l'irrogazione di una sanzione, richiedendogli di integrare o correggere gli atti prodotti che impediscono il riconoscimento, seppure parziale, di un credito.

4. I modelli di comunicazione, le istruzioni ed ogni altra comunicazione saranno tempestivamente messi gratuitamente, a disposizione dei contribuenti.

5. Prima di procedere alla notifica degli avvisi di accertamento e/o delle iscrizioni a ruolo di partite derivanti dalle liquidazioni stesse, qualora sussistono incertezze su aspetti rilevanti della comunicazione o degli atti in possesso dell'ufficio, l'ufficio tributi avrà cura di richiedere al contribuente anche a mezzo del servizio postale, chiarimenti o a produrre i documenti mancanti entro il termine di giorni 30 dalla ricezione della richiesta. La stessa procedura sarà eseguita anche in presenza di un minore rimborso di imposta rispetto a quello richiesto.

Articolo 22

MOTIVAZIONE DEGLI ATTI – CONTENUTI

1. Gli atti emanati dall'ufficio tributi devono indicare i presupposti di fatto e le ragioni giuridiche che hanno determinato la decisione.

2. Gli atti devono comunque indicare:

- a) l'ufficio presso il quale è possibile ottenere informazioni complete in merito all'atto notificato o comunicato e il responsabile del procedimento;
- b) l'organo o l'autorità amministrativa presso i quali è possibile promuovere un riesame anche nel merito dell'atto in sede di autotutela;
- c) le modalità, il termine, l'organo giurisdizionale o l'autorità amministrativa cui è possibile ricorrere in caso di atti impugnabili.

3. Sui ruoli coattivi e sugli altri titoli esecutivi deve essere riportato il riferimento al precedente atto di accertamento o di liquidazione.

Articolo 23

TUTELA DELL'AFFIDAMENTO E DELLA BUONA FEDE – ERRORI DEI CONTRIBUENTI.

1. I rapporti tra contribuente e comune sono improntati al principio della collaborazione e della buona fede.

2. Non sono irrogate sanzioni né richiesti interessi moratori al contribuente, qualora egli si sia conformato a indicazioni contenute in atti del comune, ancorché successivamente modificate dall'amministrazione medesima, o qualora il suo comportamento risulti posto in essere a seguito di fatti direttamente conseguenti a ritardi, omissioni od errori del comune stesso.

3. 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.

Articolo 24

INTERPELLO DEL CONTRIBUENTE

1. Ciascun contribuente può inoltrare per iscritto al comune, che risponde entro trenta 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 del comune 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 di cui al comma 1, si intende che il comune 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 dal comune entro il termine di cui al comma 1.

CAPITOLO III
SERVIZIO DELLE PUBBLICHE AFFISSIONI
ARTICOLO 25
FINALITA' E TITOLARITA' DEL SERVIZIO

1. Il servizio delle pubbliche affissioni, istituito e disciplinato secondo le norme del presente capo, è inteso ad assicurare l'affissione — a cura del Comune —, con proprie strutture e sugli appositi impianti a ciò destinati, dei manifesti contenenti comunicazioni aventi finalità istituzionali, sociali o comunque privi di rilevanza economica ovvero di messaggi diffusi nell'esercizio di attività economiche. La superficie degli impianti da adibire alle pubbliche affissioni in misura proporzionale a i numero degli abitanti viene stabilita in circa 50 metri quadrati¹⁶ per ogni mille abitanti.

Tale superficie viene ripartita tra le affissioni di diversa natura ai sensi del precedente articolo 11, comma 6.

ARTICOLO 26
RIDUZIONI

Il diritto sulle pubbliche affissioni è ridotto alla metà:

- a. per i manifesti riguardanti in via esclusiva lo Stato e gli enti pubblici territoriali e non rientranti nei casi per i quali è prevista l'esenzione;
- b. per i manifesti di comitati, associazioni, fondazioni ed ogni altro ente che non abbia scopo di lucro;
- c. per i manifesti relativi ad attività politiche, sindacali e di categoria, culturali, sportive, filantropiche e religiose, da chiunque realizzate (anche da soggetti che perseguono fini di lucro, con il patrocinio o la partecipazione degli enti pubblici territoriali);
- d. per i manifesti relativi a festeggiamenti, patriottici, religiosi, e spettacoli viaggianti e di beneficenza;
- e. per gli annunci mortuari.

ARTICOLO 27
ESENZIONI

1. Sono esenti dal diritto sulle pubbliche affissioni

- a. i manifesti riguardanti le attività istituzionali del Comune da esso svolte in via esclusiva, esposti nell'ambito del proprio territorio;
- b. i manifesti delle autorità militari relativi alle iscrizioni nelle liste di leva, alla chiamata ed ai richiami alle armi;
- c. i manifesti dello Stato, delle regioni e delle provincie in materia di tributi;
- d. i manifesti delle autorità di polizia di pubblica sicurezza
- e. i manifesti relativi ad adempimenti di legge in materia di referendum, elezioni politiche, per il parlamento europeo, regionali, amministrative;
- f. ogni altro manifesto la cui affissione sia obbligatoria per legge.

g. i manifesti concernenti corsi scolastici e professionali gratuiti, regolarmente autorizzati.

MODALITA' PER LE PUBBLICHE AFFISSIONI ARTICOLO 28

1. Le pubbliche affissioni devono essere effettuate secondo l'ordine di precedenza risultante dal ricevimento della commissione, che deve essere annotata in apposito registro cronologico.
2. La durata dell'affissione decorre dal giorno in cui è stata eseguita al completo; nello stesso giorno, su richiesta del committente, il Comune deve mettere a sua disposizione l'elenco delle posizioni utilizzate con l'indicazione dei quantitativi affissi.
3. Il ritardo nell'effettuazione delle affissioni, causato dalle avverse condizioni atmosferiche, si considera caso di forza maggiore. Qualora il ritardo sia superiore a dieci giorni dalla data richiesta, il Comune deve darne tempestiva comunicazione per iscritto al committente.
4. La mancanza di spazi disponibili deve essere comunicata al committente per iscritto, entro dieci giorni dalla richiesta di affissione.
5. Nei casi di cui ai commi 3 e 4, il committente può recedere dalla commissione senza alcun onere a suo carico ed il Comune è tenuto al rimborso delle somme versate, entro novanta giorni.
6. Il committente ha facoltà di revocare la richiesta di affissione prima che venga eseguita, con l'obbligo di corrispondere in ogni caso la metà del diritto dovuto.
7. Il Comune ha l'obbligo di sostituire gratuitamente i manifesti strappati o comunque deteriorati e, qualora non disponga di altri esemplari dei manifesti da sostituire, deve darne tempestiva comunicazione al richiedente mantenendo, nel frattempo, a sua disposizione relativi spazi.
8. Per le affissioni richieste per il giorno in cui è stato consegnato il materiale da affiggere od entro i due giorni successivi, se trattasi di affissioni di contenuto commerciale, è dovuta la maggiorazione del 10 % del diritto, con un minimo di €25.82 per ciascuna commissione.
9. Non sussiste l'obbligo per il Servizio Affissioni di tenere aperti i propri uffici nei giorni festivi e nelle ore notturne.
10. Nell'Ufficio del Servizio delle pubbliche affissioni devono essere esposti, per la pubblica consultazione, le tariffe del servizio, l'elenco degli spazi destinati alle pubbliche affissioni — con l'indicazione delle categorie alle quali detti spazi appartengono — ed il registro cronologico delle commissioni.

CAPITOLO IV NORME COMUNI ALLA PUBBLICITA' ED ALLE PUBBLICHE AFFISSIONI ARTICOLO 29 GESTIONE DEL SERVIZIO

1. La gestione del servizio di accertamento e riscossione dell'imposta sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni è effettuata dal Comune in forma diretta, mediante il Servizio Affissioni e Pubblicità. Ove lo ritenga più conveniente sotto il profilo economico e finanziario, il Comune può gestire il servizio nelle altre forme previste dalla legge. La riscossione coattiva, a norma del D.P.R. 28 gennaio 1988 n. 43, è gestita con la forma della concessione a terzo.
2. Le variazioni alle tariffe dell'imposta sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni sono deliberate entro il 31 ottobre di ogni anno ed entrano in vigore il primo gennaio dell'anno successivo a quello in cui le relative deliberazioni divengono esecutive a norma di legge. Qualora non siano modificate entro il suddetto termine, si intendono tacitamente prorogate di

anno in anno.

ARTICOLO 30 SANZIONI TRIBUTARIE ED INTERESSI

1. Per l'omessa, tardiva o infedele presentazione della dichiarazione di pubblicità o di omessa richiesta di pubblica affissione, si applica — oltre al pagamento dell'imposta o del diritto dovuti — una soprattassa pari all'ammontare dell'imposta o del diritto evasi.

2. Non costituisce di per sé dichiarazione di pubblicità il pagamento eseguito con il versamento sul conto corrente postale, anche se nella causale posta a retro del bollettino sono riportati gli elementi costitutivi della fattispecie imponibile. Nell'ipotesi in cui non sia stata presentata la dichiarazione di pubblicità — nei tempi e con le modalità indicati nel comma 1 dell'articolo 16 — e, comunque, sia stato eseguito il pagamento — senza dar luogo ad evasione fiscale — si applica all'omissione la sanzione prevista nel comma 1.

3. Per l'omesso o tardivo pagamento dell'imposta o delle singole rate di essa o del diritto è dovuta, indipendentemente da quella di cui al comma 1 una soprattassa pari al 20 % dell'imposta o del diritto di cui il pagamento è stato omesso o ritardato.

4. Le soprattasse sono ridotte:

a) ad un quarto, se la dichiarazione è prodotta o il pagamento viene eseguito non oltre trenta giorni dalla data in cui avrebbero dovuto essere effettuati;

b) alla metà, se il pagamento viene eseguito entro sessanta giorni dalla notifica dell'avviso di accertamento o di rettifica;

c) alla metà, se il pagamento viene eseguito ad iniziativa del contribuente dopo la scadenza del termine indicato nella lettera a) e prima della notifica dell'atto di accertamento o di rettifica.

5. Sulle somme dovute per l'imposta sulla pubblicità per il diritto sulle pubbliche affissioni e per le relative soprattasse si applicano interessi di mora nella misura del 7 per cento per ogni semestre compiuto, a decorrere dal giorno in cui detti importi sono divenuti esigibili; gli interessi — nella stessa misura — spettano al contribuente per le somme ad esso dovute — per un qualsiasi titolo — e decorrere dalla data pagamento

ARTICOLO 31 SANZIONI AMMINISTRATIVE

1. Il Comune vigila sulla corretta osservanza delle disposizioni legislative e regolamentari riguardanti l'effettuazione della pubblicità mediante funzionari muniti di specifica legittimazione, i quali sono preposti ad eseguire tutti i rilievi e gli accertamenti occorrenti ed utili per l'applicazione delle sanzioni amministrative e tributarie.

2. L'installazione abusiva di qualsiasi mezzo pubblicitario, l'affissione abusiva di manifesti, le violazioni dei titoli di autorizzazione e di ogni norma del presente regolamento, sono sottoposte all'applicazione della sanzione amministrativa da €103 a €1.032 con l'osservanza delle disposizioni contenute nelle sezioni I e II del capo I della legge 24 novembre 1981 n. 689 e nell'articolo 24 del decreto legislativo 15 novembre 1993 n. 507.

In caso di successive infrazioni, si applicano distinte pene pecuniarie integrando le stesse una pluralità di illeciti amministrativi.

Ogni tre mesi, il Comune pubblica e diffonde — anche e mezzo degli organi di stampa — l'elenco dei pubblicitari e dei pubblicizzati contravvenzionati.

3. Il Comune procede d'ufficio alla rimozione dell'impianto pubblicitario abusivo, qualora non vi provveda direttamente il trasgressore entro il termine di giorni tre — per gli striscioni o altri

mezzi simili — e di giorni sette — per gli altri mezzi pubblicitari — dalla ricezione della diffida che il Servizio Affissioni e Pubblicità notifica — anche a mezzo di raccomandata con avviso di ricevimento — ai responsabili e dell'impianto nei cui confronti viene comminata la sanzione amministrativa. Dell'ordine perentorio di rimozione dell'impianto pubblicitario abusivo viene fatta menzione nello stesso verbale di accertamento della violazione, che è notificato entro centocinquanta giorni dall'accertamento e riporta gli estremi della violazione. Nelle ipotesi in cui il mezzo pubblicitario abusivo rechi un grave pregiudizio od un imminente pericolo di danno a persone o cose, ovvero sia di ostacolo alla normale e regolare circolazione dei veicoli e dei pedoni, il Comune può disporre la rimozione d'autorità senza necessità della preventiva notifica al trasgressore della contestazione commessa. Il mezzo pubblicitario rimosso d'autorità è depositato in appositi locali dell'Amministrazione. Le spese, sostenute dal Comune per la rimozione d'ufficio e per il deposito, sono addebitate ai responsabili della violazione. Le spese di deposito sono determinate in ragione di €0,26 giornaliero per ogni metro quadrato di impianto pubblicitario, le frazioni inferiori al mezzo metro quadrato si arrotondano per difetto, mentre quelle pari o superiori per eccesso.

4. Indipendentemente dalla procedura di rimozione e dall'applicazione della sanzione amministrativa pecuniaria, il Comune effettua l'immediata copertura della pubblicità abusiva, in modo che sia privata di efficacia pubblicitaria, ovvero la defissione dei manifesti abusivi, procedendo successivamente alla notifica di apposito avviso per il recupero di tutte le somme dovute dai responsabili della violazione. La violazione dei manifesti di copertura della pubblicità abusiva integra gli estremi della fattispecie di reato punita con l'articolo 664 del codice penale, fatto salvo il più grave illecito per lesione del regolare funzionamento dell'attività amministrativa e del prestigio degli organi pubblici. Gli addetti alla vigilanza hanno il dovere di denuncia del fatto all'autorità giudiziaria, essendo inerente al loro ufficio.

5. I mezzi pubblicitari esposti abusivamente, rimossi d'autorità e depositati in appositi locali, sono confiscati — ai sensi dell'articolo 20 della legge 24 novembre 1981 n. 689 — in qualità di cose costituenti il prodotto di attività illecite e, con il medesimo provvedimento, sono sequestrati — ai sensi dell'articolo 24 del decreto legislativo 15 novembre 1993 n. 507 — a garanzia del pagamento dell'imposta sulla pubblicità, della tassa per l'occupazione del suolo pubblico, delle soprattasse, del canone di concessione, delle spese di rimozione e di custodia, degli interessi e di tutte le somme accessorie. Entro e non oltre il termine di novanta giorni dalla notifica del provvedimento sanzionatorio e cautelare, il responsabile del mezzo pubblicitario può ottenerne la restituzione, a condizione che prima esegua l'intero debito garantito. Trascorso inutilmente il suddetto termine, il Comune — a scelta insindacabile — può distruggere od alienare il mezzo pubblicitario. Le spese sostenute per la distruzione sono a totale ed esclusivo carico del responsabile dell'impianto. In caso di vendita, il ricavato è destinato all'estinzione dei debiti con precedenza per quelli meno garantiti. L'eventuale attivo, risultante in esito alla liquidazione di tutte le passività, è posto a disposizione del responsabile dell'impianto. Qualora il ricavato sia insufficiente, il debito residuo che permanga insoddisfatto viene sottoposto al procedimento della riscossione coattiva, secondo le norme del D.P.R. 28 gennaio 1988 n. 43 e con addebito delle maggiori spese. Alla medesima procedura della riscossione coattiva è iscritto il debito conseguente alla distruzione del mezzo pubblicitario, ove il responsabile dell'impianto non adempia nei termini indicati dal Comune con la richiesta di pagamento del rimborso.

6. I proventi delle sanzioni amministrative sono devoluti al Comune e destinati al potenziamento ed al miglioramento del servizio e dell'impiantistica comunale, nonché alla redazione ed all'aggiornamento del piano generale degli impianti pubblicitari.

7. Il Comune, in caso di persistente e rilevante morosità nel pagamento dell'imposta di pubblicità per impianti pubblicitari che hanno formato oggetto di autorizzazione o concessione amministrativa protrattasi oltre l'anno dalle naturali scadenze, può disporre la revoca della predetta autorizzazione o concessione, ove non sussistano formali contestazioni in ordine alla entità e debbenza del pagamento di cui trattasi. Il provvedimento di revoca non preclude l'applicazione delle previste sanzioni tributarie per il mancato o tardivo pagamento e l'attivazione dei procedimenti esecutivi per il recupero del credito.

. ARTICOLO 32

VIGILANZA DEL MINISTERO DELLE FINANZE

1. La direzione centrale per la fiscalità locale del Ministero delle Finanze ha la funzione di vigilanza sulla gestione da parte del Comune dell'imposta sulla pubblicità e del servizio delle pubbliche affissioni.
2. Il Comune invia, entro trenta giorni dalla loro adozione, le deliberazioni di approvazione del regolamento e delle tariffe, ai fini dell'esercizio della suddetta funzione.
3. La direzione centrale di cui al primo comma, ove ritenga che le deliberazioni concernenti il regolamento e le tariffe siano contrarie a disposizioni di legge, ne chiede il riesame, ferma restando la loro esecutività.
4. Con decreto del Ministero delle Finanze sono emanate disposizioni in ordine alla gestione contabile dell'imposta sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni.
5. La direzione centrale di cui al primo comma può richiedere al Comune atti o documenti inerenti alla gestione del servizio.
6. La direzione centrale di cui al primo comma può disporre ispezioni sulla gestione da parte del Comune del servizio di accertamento e riscossione dell'imposta sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni, allo scopo di verificare l'osservanza delle disposizioni in materia; a tal fine, con decreto del Ministero delle Finanze, sono stabilite le modalità per la loro programmazione ed esecuzione, nonché per il coordinamento degli uffici preposti.

ARTICOLO 33

NORME FINALI E TRANSITORIE

In conseguenza dell'adozione della gara pubblica come esclusivo sistema di assegnazione degli spazi pubblici per lo sfruttamento pubblicitario, il Comune non dà più corso alle singole istanze già presentate per l'autorizzazione all'installazione di impianti su suolo pubblico — ove i relativi provvedimenti non siano stati adottati entro il 31 dicembre 1993 —, le quali sono dichiarate decadute per incompatibilità assoluta con le norme del presente regolamento. Le eventuali successive richieste sono dichiarate improcedibili.

Le istanze presentate per l'installazione di mezzi pubblicitari sulla proprietà privata sono esaminate secondo l'ordine cronologico dato dal ricevimento iniziale delle richieste - a partire dalla data di approvazione del regolamento; il procedimento è concluso entro tre mesi da tale data.

2. La concessione per l'installazione di mezzi pubblicitari sul suolo pubblico, rilasciata con provvedimento definitivo adottato entro il 31 dicembre 1993, è confermata e rinnovata per il periodo improrogabile di tre anni a decorrere dal 1 gennaio 1995, fatte salve eventuali concessioni pluriennali già perfezionate, aventi scadenze oltre il predetto termine, in presenza delle seguenti tassative condizioni:

— il titolo non risulti viziato da difetto insanabile. In caso contrario, il Comune procede all'immediata declaratoria del vizio riscontrato rendendo il titolo inefficace. La verifica

avviene in contraddittorio ed il relativo esito reso pubblico;

—l'intestatario del titolo dimostri di essere in regola con i pagamenti dell'imposta e dei canoni relativi ai periodi non ancora caduti in prescrizione ed, ove moroso, non proceda a sanare l'inadempienza —ovvero non ne assuma il formale impegno — secondo i tempi e le modalità stabiliti dall'Amministrazione. Al riguardo, non assumono rilevanza gli omessi pagamenti per i quali sia pendente — e non sia stato ancora concluso con un provvedimento definitivo — un contenzioso amministrativo o giurisdizionale.

L'istanza per il rinnovo temporaneo deve essere presentata al Comune, entro e non oltre il 30 settembre 1994, corredata dalla copia del titolo, della quietanze di pagamento della morosità e dell'atto di impegno alle sanatorie degli omessi versamenti. La mancata presentazione produce l'effetto della rinuncia irrevocabile al rinnovo. Il provvedimento sull'istanza viene adottato e notificato entro il 30 novembre 1994.

La concessione confermata decade di diritto, allorché sopravvenga la perdita dei requisiti, ovvero è ridotta degli impianti che dovessero risultare incompatibili con il piano generale approvato. In questo caso, laddove sia possibile, viene concessa una posizione alternativa; altrimenti, è unicamente rimborsato il periodo eventualmente già coperto dai pagamenti.

Alla scadenza del periodo triennale del rinnovo, la concessione rinnovata perde efficacia ed il Comune provvede ad aggiudicare lo sfruttamento pubblicitario dello spazio liberato attraverso una pubblica gara.

3. Il contratto di affitto degli impianti di proprietà comunale — concluso prima del 31 dicembre 1993 — è confermato e rinnovato per il periodo improrogabile di tre anni a decorrere dal 1 gennaio 1995, fatte salve eventuali concessioni pluriennali già perfezionate aventi scadenza oltre il predetto termine, alle tassative condizioni e con le modalità stabilite nel comma 3. Alla scadenza del termine triennale del rinnovo, il contratto confermato perde efficacia ed il Comune provvede ad aggiudicare l'affitto dell'impianto attraverso una pubblica gara. L'autorizzazione all'installazione di mezzi pubblicitari sulla proprietà privata — insegne escluse — rilasciata con provvedimento definitivo adottato entro il 31 dicembre 1993, è confermata e rinnovata per il periodo di tre anni a decorrere dal 1 gennaio 1995, alle condizioni e con le modalità stabilite nel comma 3. Ad integrazione dei requisiti prescritti al comma 3, l'intestatario del titolo deve documentare — al fine di rinnovare l'efficacia all'autorizzazione — la permanenza del consenso del proprietario del bene occupato dal mezzo pubblicitario.

L'autorizzazione rinnovata decade di diritto, allorché sopravvenga la perdita dei requisiti ovvero risulti incompatibile con il piano generale degli impianti. Alla scadenza del termine triennale del rinnovo, l'autorizzazione può essere riconfermata per un altro periodo, di pari o diversa durata, alla condizione che permangano i requisiti prescritti per il possesso del titolo e l'assenso del terzo proprietario del bene utilizzato per l'installazione del mezzo pubblicitario.

5. Gli accertamenti e le rettifiche, da effettuare a norma dell'articolo 23 del D.P.R. 26 ottobre 1972 n. 639, debbono essere notificati nel termine di decadenza secondo le disposizioni ivi previste.

6. Relativamente all'anno 1994, i termini per i pagamenti delle rate sulla pubblicità annuale sono dilazionati di tre mesi, in conseguenza del differimento al 31 marzo 1994 del versamento della prima rata.

7. La pubblicità annuale iniziata nel corso dell'anno 1993 e per la quale sia stato assolto l'obbligo tributario, è prorogata per l'anno 1994 con il versamento dell'imposta e senza la necessità della presentazione di una nuova dichiarazione di pubblicità.

8. Entro il 30 settembre 1994, il Comune predispone un modello di dichiarazione di pubblicità annuale, che i contribuenti — già muniti di titolo autorizzativo — compilano e fanno recapitare

al Servizio Affissioni e Pubblicità, non oltre il 30 novembre 1994. L'adempimento consente al Comune di inviare a domicilio i bollettini prestampati del versamento per l'anno di riferimento 1995 e non vincola nè pregiudica il diritto del contribuente a dichiarare la cessazione entro il 31 gennaio 1995 ai sensi dell'articolo 8 comma 3 del decreto legislativo 507/1993.

Articolo 34

ENTRATA IN VIGORE

Il presente regolamento, approvato con delibera consiliare n.6 del 5.2.94, non è stato modificato nella parte normativa disciplinante le imposte ma solo adeguato alla classe attuale del Comune, all'euro, nella parte in cui indica le somme in lire, ed ai principi dettati dallo statuto del contribuente; si applicano, pertanto, le disposizioni normative vigenti alla data di approvazione del nuovo regolamento, recante gli adeguamenti descritti nel presente articolo, le quali vanno a sostituire quelle attualmente non più in vigore.