



COMUN GENERAL DE FASCIA

Servizio Entrate



COMUNE DI VIGO DI FASSA

Provincia di Trento

REGOLAMENTO COMUNALE PER LA DISCIPLINA DELLA PUBBLICITÀ E DELLE AFFISSIONI E PER L'APPLICAZIONE DELL'IMPOSTA SULLA PUBBLICITA' E DEL DIRITTO SULLE PUBBLICHE AFFISSIONI

APPROVATO CON DELIBERAZIONE DEL CONSIGLIO COMUNALE N. 05 DD. 04.03.2015

IN VIGORE DAL 01.01.2015

INDICE SISTEMATICO

Titolo I DISCIPLINA DELLA PUBBLICITÀ E DELLE AFFISSIONI

CAPO I DISPOSIZIONI GENERALI

Art. 1 - Oggetto del regolamento	7
Art. 2 - Ambito territoriale di applicazione	7
Art. 3 - Gestione del servizio	7
Art. 4 - Funzionario responsabile	8
Art. 5 - Normative di riferimento	8

CAPO II DISCIPLINA DELLA PUBBLICITÀ

Art. 6 - Disciplina generale	8
Art. 7 - Divieti di installazione ed effettuazione di pubblicità	9
Art. 8 - Condizioni e limitazioni per la pubblicità lungo le strade	10
Art. 9 - Tipologia dei mezzi pubblicitari	11
Art. 10 - Materiale pubblicitario abusivo	12
Art. 11 - Pubblicità effettuata in difformità a leggi e regolamenti	13
Art. 12 - Caratteristiche e modalità di installazione e manutenzione	13
Art. 13 - Autorizzazioni	13
Art. 14 - Autorizzazioni per pubblicità effettuata con veicoli e varia	14
Art. 15 - Obblighi del titolare dell'autorizzazione	14

CAPO III IL PIANO GENERALE DEGLI IMPIANTI PUBBLICITARI

Art. 16 - Criteri generali	15
Art. 17 - La pubblicità esterna	16
Art. 18 - Gli impianti per le pubbliche affissioni	17

Titolo II DISCIPLINA DELL'IMPOSTA SULLA PUBBLICITÀ, DEL SERVIZIO E DEL DIRITTO SULLE PUBBLICHE AFFISSIONI

CAPO I

DISCIPLINA GENERALE

Art. 19 - Applicazione dell'imposta e del diritto	21
Art. 20 - Classificazione del Comune	21
Art. 21 - La deliberazione delle tariffe	21

CAPO II IMPOSTA SULLA PUBBLICITÀ - DISCIPLINA

Art. 22 - Presupposto dell'imposta	21
Art. 23 - Soggetto passivo	22
Art. 24 - Modalità di applicazione dell'imposta	22
Art. 25 - Dichiarazione	23
Art. 26 - Rettifica ed accertamento d'ufficio	24
Art. 27 - Pagamento dell'imposta e del diritto	24

CAPO III IMPOSTA SULLA PUBBLICITÀ – TARIFFE

Art. 28 - Tariffe	25
Art. 29 - Pubblicità ordinaria	25
Art. 30 - Pubblicità ordinaria con veicoli	26
Art. 31 - Pubblicità con veicoli dell'impresa	26
Art. 32 - Pubblicità con pannelli luminosi	27
Art. 33 - Pubblicità con proiezioni	27
Art. 34 - Pubblicità varia	27
Art. 35 - Imposta sulla pubblicità – Riduzione	28
Art. 36 - Imposta sulla pubblicità – Esenzione	29

CAPO IV IL SERVIZIO DELLE PUBBLICHE AFFISSIONI

Art. 37 - Finalità	30
Art. 38 - Affissioni – Prenotazioni – Protocollo	31
Art. 39 - Criteri e modalità per l'espletamento del servizio	31

CAPO V DIRITTO SULLE PUBBLICHE AFFISSIONI – TARIFFE

Art. 40 - Tariffe - Applicazioni e misura	32
Art. 41 - Tariffa - Riduzioni	32
Art. 42 - Diritto - Esenzioni	33

Titolo III
DISPOSIZIONI FINALI E TRANSITORIE

CAPO I
SANZIONI

Art. 43 - Sanzioni tributarie – Amministrative – Attribuzioni del personale	37
Art. 44 - Interessi	37

CAPO II
CONTENZIOSO

Art. 45 - Giurisdizione tributaria	38
Art. 46 - Procedimento	38
Art. 47 – Rinvio ad altre disposizioni	38
Art. 48 – Entrata in vigore- Effetti	38

TITOLO I

DISCIPLINA DELLA PUBBLICITA'

E DELLE AFFISSIONI

CAPO I

DISPOSIZIONI GENERALI

Art. 1

Oggetto del regolamento

1. Il presente regolamento disciplina l'effettuazione nel territorio di questo Comune della pubblicità esterna e delle pubbliche affissioni.

2. Stabilisce le modalità per l'applicazione dell'imposta comunale sulla pubblicità e del diritto comunale sulle pubbliche affissioni, in conformità a quanto stabilito dal Decreto Legislativo 15 novembre 1993, n. 507.

Art. 2

Ambito territoriale di applicazione

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

- a) dal Capo I del D.Lsg. 15 novembre 1993, n. 507
- b) dall'art. 23 del D.Lsg. 30 aprile 1992, n. 285, modificato dall'art.13 del D.Lsg. 10 settembre 1993, n. 360;
- c) dagli artt. da 47 a 59 del D.P.R. 16 dicembre 1992, n. 495;
- d) dell'art. 14 della legge 29 giugno 1939, n. 1497;
- e) dell'art. 22 della legge 1° giugno 1939, n. 1089;
- f) dalla legge 18 marzo 1959, n. 132 e dell'art. 10 della legge 5 dicembre 1986, n. 856;
- g) dalle altre norme che stabiliscono modalità, limitazioni e divieti per l'effettuazione, in determinati luoghi e su particolari immobili, di forme di pubblicità esterna.

Art. 3

Gestione del servizio

1. La gestione del servizio, in relazione alla sua dimensione organizzativa economica-impresoriale, è effettuata dal Comune in economia diretta, oppure in una delle forme di cui al successivo comma 2.

2. La scelta della forma per la gestione del servizio è di competenza del Consiglio comunale che, quando lo ritenga più conveniente sotto il profilo economico e funzionale, può affidare il servizio ad azienda speciale comunale o consortile di cui all'art. 60 del Testo Unico delle L.R. sull'ordinamento dei Comuni della Regione Trentino Alto Adige, approvato con D.P. Reg. 1 febbraio 2005, n. 3/L, ovvero in concessione a soggetti terzi iscritti nell'albo previsto dall'art. 32 del D. Lsg. 15 novembre 1993, n. 507.

3. La gestione del servizio, qualunque sia la forma prescelta, dovrà essere esercitata in conformità a quanto stabilito dal presente regolamento e dalle disposizioni del D.Lsg. 15 novembre 1993, n. 507.

Art. 4
Funzionario responsabile

1. Il Sindaco nomina un funzionario comunale responsabile della gestione diretta del servizio, al quale sono attribuiti le funzioni ed i poteri per l'esercizio di ogni attività organizzativa e gestione dell'imposta sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni. Il predetto funzionario sottoscrive anche le richieste, gli avvisi, i provvedimenti relativi e dispone i rimborsi.

2. Il funzionario è individuato nell'ambito del settore dei servizi tributari del Comune.

3. Il Comune provvede a comunicare al Ministero delle Finanze – Direzione Centrale per la Fiscalità Locale – entro sessanta giorni dal provvedimento di designazione o sostituzione, il nominativo del funzionario responsabile.

Art. 5
Normative di riferimento

1. La normativa statale richiamata nel presente disciplinare è applicabile subordinatamente alle disposizioni della L.P. n. 1/2008, ed in quanto compatibile con esse.

2. Laddove specifici richiami effettuati con riferimento alla normativa statale siano attinenti a materia disciplinata dalla L.P. n. 1/2008, detti richiami si intendono riferiti alle corrispondenti disposizioni provinciali.

CAPO II
DISCIPLINA DELLA PUBBLICITÀ

Art. 6
Disciplina generale.

1. Nell'installazione degli impianti e degli altri mezzi pubblicitari e nell'effettuazione delle altre forme di pubblicità e propaganda devono essere osservate le norme stabilite dalle leggi, dal presente regolamento e dalle prescrizioni previste nelle autorizzazioni concesse dalle autorità competenti.

2. In conformità a quanto dispone la legge 18 marzo 1959, n. 132 è riservato allo Stato il diritto di esercitare la pubblicità sui beni demaniali e patrimoniali affidati alle Ferrovie dello Stato, anche quando la pubblicità stessa sia visibile o percepibile da aree e strade comunali, provinciali o statali, nonché sui veicoli di proprietà privata circolanti sulle linee ferroviarie.

3. Gli impianti ed i mezzi pubblicitari non autorizzati preventivamente od installati violando le disposizioni di cui al primo comma devono essere rimossi in conformità a quanto previsto dall'art 43.

4. Le altre forme pubblicitarie non autorizzate preventivamente od effettuate in violazione delle norme di cui al primo comma devono cessare immediatamente dopo la diffida, verbale o scritta, degli agenti di Polizia Locale.

5. Si applicano per le violazioni suddette le sanzioni previste dall'art. 24 del D.Lgs. n. 507/1993, indicate nell'art. 43 del presente regolamento, a seconda della loro natura.

Art .7

Divieti di installazione ed effettuazione di pubblicità

1. Nell'ambito ed in prossimità dei luoghi sottoposti a vincoli di tutela di bellezze naturali, paesaggistiche ed ambientali non può essere autorizzato il collocamento di cartelli ed altri mezzi pubblicitari se non con il previo consenso di cui all'art. 14 della L. 29-06-1939, n. 1497.

2. Sugli edifici e nei luoghi di interesse storico ed artistico, su statue, monumenti, fontane monumentali, mura e porte della città, e sugli altri beni di cui all'art. 22 della legge 1° giugno 1939, n. 1089 sul muro di cinta e nella zona di rispetto dei cimiteri, sugli edifici adibiti a sede di ospedali e chiese, e nelle loro immediate adiacenze, è vietato collocare cartelli ed altri mezzi di pubblicità. Può essere autorizzata l'apposizione sugli edifici suddetti e sugli spazi adiacenti di targhe ed altri mezzi di indicazione, di materiale e stile compatibile con le caratteristiche architettoniche degli stessi e dell'ambiente nel quale sono inseriti.

3. Nelle località di cui al primo comma e sul percorso d'immediato accesso agli edifici di cui al secondo comma può essere autorizzata l'installazione, con idonee modalità d'inserimento ambientale, dei segnali di localizzazione, turistici e d'informazione di cui agli art. 131, 134, 135 e 136 del regolamento emanato con il D.P.R. 16 dicembre 1992, n. 495.

4. Lungo le strade, in vista di esse e sui veicoli si applicano i divieti previsti dall'art. 23 del codice della strada emanato con il D.Lgs. 30 aprile 1992, n° 285, modificato dall'art. 13 del D.Lgs. 10 settembre 1993, n. 360, secondo le norme di attuazione stabilite dal paragrafo 3, capo I, titolo II, del regolamento emanato con il D.Lgs. 16 dicembre 1992, n. 495.

5. All'interno del centro storico del capoluogo e delle frazioni che hanno particolare pregio non è autorizzata l'installazione di insegne, cartelli ed altri mezzi pubblicitari, a carattere permanente, che su parere della Commissione edilizia comunale, risultino in contrasto con i valori ambientali e tradizionali che caratterizzano le zone predette e gli edifici nelle stesse compresi. Per l'applicazione della presente norma si fa riferimento alle delimitazioni dei centri storici previste dai piani regolatori generali o dai programmi di fabbricazione. In mancanza di tali delimitazioni e ricorrendo le condizioni per la tutela dei valori di cui al presente comma, il Consiglio comunale, entro sei mesi dall'adozione del presente regolamento può approvare, per i fini suddetti, la relativa perimetrazione.

6. La pubblicità fonica è ammessa solo in forma itinerante con autorizzazione scritta da parte del Sindaco nella quale specificherà anche le fasce orarie concesse per la diffusione. Non è consentita in prossimità delle scuole, chiese, cimiteri e case di riposo.

7. L'effettuazione della pubblicità dovrà garantire il transito pedonale e veicolare, non essere contraria al pubblico decoro, ovvero essere in contrasto con esigenze di arredo urbano, paesaggistico ed ambientale.

8. È comunque vietata l'effettuazione della pubblicità nelle seguenti forme:

- sonora da posti fissi;
- mediante il lancio sulla pubblica via di volantini, manifestini o simili;
- mediante la posa di foglietti, opuscoli e simili sugli autoveicoli;
- mediante uso di cartelli portati sulla persona;
- mediante il volantaggio con distribuzione a mano.

Eventuali eccezioni dovranno essere autorizzate, di volta in volta, per iscritto, dal Sindaco.

9. È vietata ogni forma pubblicitaria ad un'altezza superiore a m.l. 6, ad eccezione per quella posta nelle vetrine, a ridosso di case, torri, costruzioni in genere, od in caso di fiere, mercati, mostre od esposizioni, gare, parchi di divertimento, feste patronali o simili.

10. È pure vietata ogni forma di pubblicità ed ogni mezzo pubblicitario nei parchi, giardini,

aiole di verde.

11. La pubblicità con palloni frenati e simili non deve essere effettuata al di sopra dei centri abitati, o delle fiere, delle mostre o del mercato o di esposizioni, o comunque sopra un assembramento di gente, ma ai bordi di essi ad una distanza, sulla perpendicolare, di almeno metri lineari 100.

12. Il pallone frenato deve essere ancorato solidamente al suolo ed il sistema di ancoraggio non deve essere nell'abitato, nella mostra, nella fiera o nel mercato od in luogo solitamente frequentato, ma ad una congrua distanza.

13. Le forme pubblicitarie effettuate mediante striscioni, cartelli o manifesti fuori dagli spazi riservati alle pubbliche affissioni su suolo pubblico o aperto al pubblico e la pubblicità acustica sono soggette ad apposita autorizzazione comunale con le seguenti limitazioni:

- non è consentita l'esposizione in corrispondenza di curve, dossi e ad una distanza inferiore a metri lineari 30 da incroci o innesti viari;

- per i cartelli o manifesti, non è ammesso l'appoggio alle piante, sui pali d'illuminazione pubblica, sui ponti, sui muri degli edifici né ad altri infissi permanenti esistenti sul suolo pubblico o aperto al pubblico. Si stabilisce che risponde in solido della violazione anche chi ricava un beneficio della pubblicità esposta e non autorizzata, cioè il soggetto che produce o vende la merce o il servizio pubblicizzato, nonché dovranno riparare e risarcire integralmente gli eventuali danni arrecati;

- per gli striscioni non è consentito fissare gli stessi a strutture di sostegno della rete elettrica o della segnaletica in genere e sui pali dell'illuminazione pubblica;

- l'aggancio di striscioni ad edifici, a piante o ad altro dovrà effettuarsi osservando la massima cautela e sicurezza, in modo da non arrecare danno a persone o cose, ed il soggetto autorizzato è pienamente responsabile agli effetti civili e penali;

Eventuali eccezioni dovranno essere autorizzate, in forma scritta, dal Sindaco.

Art. 8

Condizioni e limitazioni per la pubblicità lungo le strade

1. L'installazione di mezzi pubblicitari consentita lungo le strade od in vista di esse fuori centri abitati dell'art. 23 del D.Lgs. 30 aprile 1993, n. 360, è soggetta alle condizioni, limitazioni e prescrizioni previste da detta norma e dalle modalità di attuazione della stessa stabilite dal par. 3°, capo I, titolo II del regolamento emanato con il D.P.R. 16 dicembre 1992, n. 495 nonché dalle prescrizioni di cui ai successivi commi.

2. All'interno dei centri abitati del capoluogo e delle frazioni, individuati ai sensi del D.P.R. 16 dicembre 1992, n. 495, ogni forma pubblicitaria è subordinata alle seguenti norme:

a) E' vietata ogni forma pubblicitaria per mezzo di segnali indicatori ad eccezione delle frecce segnaletiche di dimensioni massime cm. 20 x cm 100 da collocarsi negli appositi spazi individuati e/o predisposti dall'Amministrazione Comunale così come previsto dal codice della strada approvato con D.P.R. 495/92. Restano comunque vietate le forme pubblicitarie per mezzo di segnali indicatori per gli esercizi e le attività svolte lungo le strade.

b) E' permessa la forma pubblicitaria per mezzo di tabelle/cavalletti mobili bifacciali con superficie di ingombro non superiore a mq. 1,00 per facciata, nel numero massimo di due per esercizio o attività e poste in prossimità dello stesso. Tale forma pubblicitaria può anche essere autorizzata su suolo pubblico o su suolo ad uso pubblico solo con il rilascio preventivo dell'autorizzazione per l'occupazione di spazi ed aree pubbliche.

c) È inoltre permesso la forma pubblicitaria temporanea tramite striscioni mobili in materiale plastico o tessuto, per pubblicizzare mostre o manifestazioni a carattere culturale, sportivo, turistico o similare.

d) Nei cantieri edili può essere installato, oltre alle insegne e le tabelle previste dal regolamento edilizio e dalle norme di sicurezza nei cantieri, un mezzo pubblicitario,

conforme al Codice della Strada, mediante l'esposizione di teli, cartelli, pannelli e adesivi, sulla recinzione o sul ponteggio, per le sole imprese impegnate nelle lavorazioni presso il cantiere per una dimensione massima di mq 3, per ognuna delle imprese. Tali mezzi, in deroga all'art. 13, sono autorizzati con il pagamento dell'imposta sulla pubblicità e devono essere rimosse a fine lavori o al massimo entro 3 anni dall'inizio dei lavori. La collocazione dovrà essere il più possibile concentrata.

- e) E' pure vietata ogni forma di pubblicità ed ogni mezzo pubblicitario nei parchi, giardini, aiuole di verde, eccezione fatta per gli spazi appositamente allestiti e/o autorizzati dell'Amministrazione comunale.
- f) E' vietata inoltre la pubblicità con striscioni che impediscono la visuale al traffico, che siano indecorosi, che nuociono all'estetica ambientale, che ostruiscono il panorama, o che siano di pericolo per l'incolumità pubblica:
 - *con fumogeni dannosi;*
 - *in forma ambulante, indecorosa, o quando può pregiudicare il traffico o creare ingombri od assembramenti comunque pericolosi;*
- g) Non è ammessa alcuna forma di pubblicità posta su piante, rocce e montagne. Sulle piante è consentita l'affissione di avvisi in modo da non nuocere all'albero riguardanti la pesca, la caccia, le prescrizioni d'ordine forestale, ed ogni ordinanza.
- h) Non è ammessa la pubblicità a mezzo di veicoli a ciò appositamente destinati qualora sostino sul territorio comunale in visibilità dalle strade.
- i) L'amministrazione Comunale, in concomitanza di manifestazioni organizzate o patrocinate dalla stessa, potrà utilizzare l'apposizione di mezzi pubblicitari in difformità dai precedenti commi per la sola durata delle stesse.
- j) Il patrocinio del Comune, deve risultare da apposita attestazione.
- k) Le sorgenti luminose, i cartelli e gli altri mezzi pubblicitari luminosi posti fuori e dentro centri abitati, lungo o in prossimità delle strade dove ne è consentita l'installazione devono essere dotati di un dispositivo di controllo della luminosità al fine di non superare la soglia delle 150 candele al mq, non possono avere luce intermittente e nel caso di messaggio variabile la variazione del messaggio pubblicitario dovrà avvenire in dissolvenza, con tempo di permanenza dei singoli messaggi non inferiore a 3 minuti primi.

Art. 9

Tipologia dei mezzi pubblicitari

1. Le tipologie pubblicitarie oggetto del presente regolamento sono classificate, secondo il D.Lgs. 15 novembre 1993, n. 507, in:

- a) *pubblicità ordinaria;*
- b) *pubblicità effettuata con veicoli;*
- c) *pubblicità effettuata con pannelli luminosi e proiezioni;*
- d) *pubblicità varia*

2. La pubblicità ordinaria è effettuata mediante insegne, cartelli, locandine, targhe, stendardi e con qualsiasi altro mezzo non previsto dai successivi commi.

Per le definizioni relative alle insegne, targhe, cartelli, locandine, stendardi ed altri mezzi pubblicitari si fa riferimento a quelle effettuate dai commi 1, 3, 5, 6, 7 e 8 dell'art. 47 del regolamento emanato con D.P.R. 16 dicembre 1992, n. 495, intendendosi compresi negli altri mezzi pubblicitari, i segni orizzontali reclamistici ed esclusi gli striscioni, disciplinati dalle

norme del presente regolamento relative alla pubblicità varia.

È compresa nella “pubblicità ordinaria” la pubblicità mediante affissioni effettuate direttamente, anche per conto altrui, di manifesti e simili su apposite strutture adibite all’esposizione di tali mezzi.

3. La *pubblicità effettuata con veicoli* è distinta come appresso:

- a) pubblicità visiva effettuata per conto proprio od altrui all’interno ed all’esterno di veicoli in genere, di vetture autofilotranviarie, battelli, barche e simili, di uso pubblico o privato, di seguito definita “pubblicità ordinaria con veicoli”;
- b) pubblicità effettuata per conto proprio su veicoli di proprietà dell’impresa o adibiti ai trasporti per suo conto, compresi i veicoli circolanti con rimorchio, di seguito definita “pubblicità con veicoli dell’impresa”.

Per l’effettuazione di pubblicità con veicoli si osservano le disposizioni di cui agli art. 59 del regolamento emanato con D.P.R. 16 dicembre 1992, n. 495

4. La pubblicità con pannelli luminosi e effettuata con insegne, pannelli od altre analoghe strutture caratterizzate dall’impiego di diodi luminosi, lampadine e simili, mediante controllo elettronico, elettromeccanico o comunque programmato in modo da garantire la variabilità del messaggio o la sua visione in forma intermittente, lampeggiante o similare, si applica l’imposta indipendentemente dal numero dei messaggi, per metro quadrato di superficie e per anno solare. La pubblicità predetta può essere effettuata per conto altrui o per conto proprio dell’impresa, con la differenziazione tariffaria stabilita nel titolo II.

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

6. La *pubblicità varia* comprende:

- a) la pubblicità effettuata con striscioni, festoni di bandierine od altri mezzi similari, che attraversano strade o piazze di seguito definita “pubblicità con striscioni”;
- b) la pubblicità effettuata sul territorio del Comune da aeromobili mediante scritte, striscioni, disegni fumogeni, lancio di oggetti o manifestini, compresa quella eseguita su specchi d’acqua o fasce marittime limitrofi al territorio comunale, di seguito definita “pubblicità da aeromobili”;
- c) la pubblicità eseguita con palloni frenati o simili, definita “pubblicità con palloni frenati”;
- d) la pubblicità effettuata mediante distribuzione, anche con veicoli, di manifestini o di altro materiale pubblicitario, oppure mediante persone circolanti con cartelli od altri mezzi pubblicitari, definita di seguito “pubblicità in forma ambulante”;
- e) la pubblicità effettuata a mezzo di apparecchi amplificatori e simili, definita “pubblicità fonica”.

Art. 10

Materiale pubblicitario abusivo

1. Sono considerate abusive le varie forme di pubblicità esposte senza la prescritta autorizzazione preventiva, ovvero risultanti non conformi alle condizioni stabilite dalla

autorizzazione sia per forma, contenuto, dimensioni, sistemazione ed ubicazione, nonché le affissioni eseguite fuori dai luoghi a ciò destinati ed approvati dal Comune. Similmente è considerata abusiva ogni variazione non autorizzata, apportata alla pubblicità in opera.

2. Sono altresì considerate abusive le pubblicità e le affissioni per le quali siano state omesse le prescritte dichiarazioni ed i dovuti pagamenti relativi all'Imposta di Pubblicità o al Diritto sulle pubbliche affissioni.

3. La pubblicità e le affissioni abusive ai sensi del comma 1 sono rimosse o coperte ai sensi degli art. 24, 28 e 29 del Regolamento per la disciplina dei mezzi pubblicitari e/o del Codice della strada e del D.P.R. n. 495/1992.

5. Nel caso di esposizione del materiale pubblicitario abusivo di cui al presente articolo si applicano, oltre alle sanzioni amministrative, anche quelle tributarie. Ciò vale anche nel caso in cui alla regolare denuncia di cessazione non consegua l'effettiva rimozione del mezzo pubblicitario entro il termine prescritto.

Art. 11

Pubblicità effettuata in difformità a leggi e regolamenti

1. Il pagamento dell'imposta comunale sulla pubblicità è dovuto per il solo fatto che la pubblicità stessa venga comunque effettuata, anche se in difformità a leggi o regolamenti.

2. L'avvenuto pagamento della imposta non esime il soggetto interessato dall'obbligo di premunirsi di tutti i permessi, autorizzazioni o concessioni oppure dall'effettuare le dovute comunicazioni relativi alla effettuazione della pubblicità, qualunque sia la manifestazione pubblicitaria.

3. Il comune, nell'esercizio della facoltà di controllo, può disporre in qualsiasi momento la rimozione o la copertura del materiale abusivo con le modalità indicate nell'art. 10 del presente regolamento.

Art. 12

Caratteristiche e modalità di installazione e manutenzione

1. I cartelli e gli altri mezzi pubblicitari non luminosi devono avere le caratteristiche ed essere installati con le modalità e cautele prescritte dall'art. 49 del D.P.R. 16 dicembre 1992, n. 495 e con l'osservanza di quanto stabilito dall'art. 8 del presente regolamento.

2. Le sorgenti luminose, i cartelli e gli altri mezzi pubblicitari posti fuori dei centri abitati, lungo o in prossimità delle strade dove ne è consentita l'installazione, devono essere conformi a quanto prescrive l'art. 50 del D.P.R. 16 dicembre 1992, n. 495.

3. La installazione di pannelli e di altri mezzi pubblicitari luminosi aventi le caratteristiche di cui al quarto comma del precedente art. 9 all'interno dei centri abitati è soggetta ad autorizzazione del Comune che viene concessa tenuto conto dei divieti, limitazioni e cautele stabilite dal presente regolamento. Per la installazione di mezzi pubblicitari luminosi nei centri storici si osserva la procedura prevista dal quinto comma dell'art. 7.

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

Art. 13

Autorizzazioni

1. Il rilascio delle autorizzazioni al posizionamento ed alla installazione di cartelli ed altri mezzi pubblicitari fuori dai centri abitati, non visibili da strade provinciali, è effettuato dal Comune al quale deve essere presentata la domanda con la documentazione prevista dal successivo terzo comma.

2. Il rilascio delle autorizzazioni al posizionamento ed alla installazione di insegne, targhe, cartelli ed altri mezzi pubblicitari nei centri abitati è di competenza del Comune salvo il preventivo nulla-osta tecnico dell'ente proprietario se la strada è statale, regionale o provinciale, in conformità al quarto comma dell'art. 23 del D.Lgs. 30 aprile 1992, n. 285.

3. Il soggetto che intende esporre o installare impianti pubblicitari, sia temporanei che permanenti, deve rivolgere istanza in bollo al Comune, su modello apposito predisposto dal Comune stesso, specificando le caratteristiche, la durata e l'ubicazione individuata per l'effettuazione della pubblicità.

4. L'istanza va corredata da idonea documentazione tecnica (progetto, planimetria, eventuali fotografie), da eventuale atto di assenso del proprietario dell'immobile e del suolo interessato e quanto altro ritenuto utile per la sollecita istruttoria della stessa.

5. Il rilascio dell'autorizzazione per l'installazione di impianti pubblicitari, è subordinato al parere della Commissione Edilizia Comunale.

6. Qualora l'installazione di impianti pubblicitari avvenga su suolo pubblico, oltre all'autorizzazione il richiedente è tenuto a premunirsi della prevista concessione di occupazione suolo pubblico, ovvero del nulla osta dell'ente proprietario della strada, qualora sia diverso dal Comune.

7. Sono escluse dal rilascio dell'autorizzazione, ma necessitano comunque del nullaosta del Sindaco, le pubblicità temporanee quali: striscioni, gonfaloni, mezzi pubblicitari pittorici, palloni frenati, la cui installazione su suolo privato o su edifici, viene autorizzata con la presentazione di una comunicazione da parte del soggetto che intende esporre o installare l'impianto pubblicitario e con il rilascio del conseguente nullaosta.

Art 14

Autorizzazioni per pubblicità effettuata con veicoli e varia

1. Le forme pubblicitarie denominate "*pubblicità varia*" e "*pubblicità con veicoli*" sono soggette ed autorizzazione, previa presentazione, almeno 15 giorni dell'inizio della pubblicità, di documentata istanza del titolare del mezzo pubblicitario, indicante il tipo, la misura, il luogo, la durata della pubblicità che si intende effettuare e la documentazione e indirizzo del soggetto pubblicizzato.

2. L'autorizzazione è da considerare intervenuta ove non sia stato comunicato al richiedente, entro il terzo giorno antecedente quello iniziale indicato, specifico e motivato provvedimento negativo.

3. L'autorizzazione potrà essere negata per motivi di pubblico interesse, di natura estetica, panoramica e ambientale.

Art. 15

Obblighi del titolare dell'autorizzazione

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

- a) *verificare periodicamente il buono stato di conservazione dei cartelli e degli altri mezzi pubblicitari e delle loro strutture di sostegno;*
- b) *effettuare tutti gli interventi necessari al mantenimento delle condizioni di sicurezza;*
- e) *adempiere nei tempi prescritti a tutte le disposizioni impartite dal Comune, sia al momento*

del rilascio dell'autorizzazione, sia successivamente per intervenute e motivate esigenze;
d) *provvedere alla rimozione in caso di scadenza, decadenza o revoca dell'autorizzazione o del venir meno delle condizioni di sicurezza previste all'atto dell'installazione o di motivata richiesta del Comune.*

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

3. Le disposizioni del presente articolo si applicano anche nel caso in cui l'installazione o la posa del mezzo pubblicitario sia avvenuta a seguito del verificarsi del silenzio-assenso da parte del Comune.

CAPO III IL PIANO GENERALE DEGLI IMPIANTI PUBBLICITARI

Art. 16 Criteri generali

1. La pubblicità esterna e le pubbliche affissioni sono effettuate nel territorio di questo Comune in conformità al piano generale degli impianti pubblicitari da realizzarsi in attuazione delle modalità e dei criteri stabiliti dal D.Lgs. 15 novembre 1993, n. 507 e dal presente regolamento.

2. Il piano degli impianti pubblicitari è articolato in due parti. La prima parte determina gli ambiti del territorio comunale nei quali sono localizzati i mezzi di pubblicità esterna, compresi nelle tipologie di cui all'art 9, comma 2, 4 e 6 del presente regolamento. La seconda parte definisce la localizzazione nel territorio comunale degli impianti per le pubbliche affissioni di cui al successivo art. 18.

3. Il piano generale degli impianti pubblicitari è approvato con apposita deliberazione da adottarsi dalla Giunta comunale.

4. Alla formazione del piano provvede un gruppo di lavoro costituito dai funzionari comunali responsabili dei servizi pubblicità ed affissioni, urbanistici, della viabilità e della polizia municipale. Se il servizio è affidato in concessione fa parte del gruppo di lavoro il responsabile del servizio designato dal concessionario. Il progetto del piano è sottoposto al parere della Commissione Edilizia che è dalla stessa espresso entro 20 giorni dalla richiesta. Il gruppo di lavoro, esaminato il parere della Commissione o preso atto della scadenza del termine senza osservazioni, procede alla redazione del piano definitivo che è approvato secondo quanto previsto dal precedente comma.

5. Dall'entrata in vigore del presente regolamento e del piano generale degli impianti viene dato corso alle istanze per l'installazione di impianti pubblicitari per i quali i relativi provvedimenti erano già stati adottati alla data di entrata in vigore del D.Lgs. n. 507/1993. Dalla stessa data il Comune provvede a dar corso ai procedimenti relativi alle richieste di installazione di nuovi impianti.

6. Il piano generale degli impianti può essere adeguato o modificato entro il 31 ottobre di

ogni anno, con decorrenza dall'anno successivo, per effetto delle variazioni intervenute nella consistenza demografica del Comune, dell'espansione dei centri abitati, dello sviluppo della viabilità e di ogni altra causa rilevante che viene illustrata nella motivazione del provvedimento di modifica.

Art. 17 **La pubblicità esterna**

1. Il piano comprende i mezzi destinati alla pubblicità esterna ed indica le posizioni nelle quali è consentita la loro installazione nel territorio comunale.

2. Sono pertanto escluse dal piano le localizzazioni vietate dall'art. 7 del presente regolamento, salvo quanto previsto dal quinto comma dello stesso per l'installazione di mezzi pubblicitari all'interno dei centri storici. Per tali mezzi il piano definisce, in linea generale, le caratteristiche delle zone e degli edifici in cui l'installazione può essere consentita, con l'espletamento della procedura stabilita dalla norma suddetta.

3. Per l'installazione dei mezzi pubblicitari fuori dei centri abitati, lungo le strade comunali ed in vista di esse il piano, osservato quanto stabilito dal primo comma dell'art. 8, individua le località e le posizioni nelle quali, per motivate esigenze di pubblico interesse, determinate dalla natura e dalla situazione dei luoghi, il collocamento è soggetto a particolari condizioni od a limitazioni delle dimensioni dei mezzi.

4. Nell'interno dei centri abitati il piano prevede, per la installazione di mezzi pubblicitari lungo le strade comunali, provinciali, regionali, statali od in vista di esse, autorizzata dal Comune previo nulla-osta tecnico dell'ente proprietario:

- a) le caratteristiche delle zone nelle quali, su aree pubbliche o private, concesse dal soggetto proprietario può essere autorizzata l'installazione di mezzi pubblicitari e le dimensioni per gli stessi consentite nell'ambito di quelle massime stabilite dall' art. 8. Per quanto possibile individua le zone utilizzabili per le predette installazioni pubblicitarie;
- b) le caratteristiche degli edifici sui quali può essere autorizzata l'installazione di cartelli ed altri mezzi pubblicitari e le dimensioni per gli stessi consentite;
- c) le tipologie generali e le dimensioni massime delle insegne, targhe ed altri mezzi pubblicitari, compresi quelli luminosi, illuminati o costituiti da pannelli luminosi, correlate a quelle sia degli edifici sui quali devono essere installati, sia delle caratteristiche delle zone ove questi sono situati.

5. Il piano comprende:

- a) la definizione degli edifici, impianti, opere pubbliche, strutture ed aree attrezzate ed altri luoghi di proprietà o in disponibilità del Comune, pubblici od aperti al pubblico, nei quali può essere autorizzata l'installazione di mezzi per la diffusione di messaggi pubblicitari effettuata attraverso forme di comunicazione visiva od acustica percepibili nell'interno e dall'esterno;
- b) la definizione dei luoghi pubblici od aperti al pubblico, di proprietà o gestione privata, nei quali si effettuano le attività pubblicitarie di cui alla precedente lettera a);
- e) i criteri per la localizzazione e le modalità tecniche per la collocazione, in condizioni di sicurezza per i terzi, di striscioni, locandine, stendardi, festoni di bandierine e simili.

6. Per la pubblicità esterna effettuata mediante installazione di impianti e mezzi pubblicitari di qualsiasi natura e dei relativi sostegni su pertinenze stradali, aree, edifici, impianti, opere pubbliche ed altri beni demaniali e patrimoniali comunali o in uso, a qualsiasi

titolo, al Comune, l'applicazione dell'imposta sulla pubblicità non esclude quella della tassa per l'occupazione di spazi ed aree pubbliche nonché il pagamento al Comune stesso di canoni di concessione o locazione, nella misura da stabilirsi dalla Giunta comunale, secondo quanto previsto dal settimo comma dell'art. 9 del D.Lgs. 15 novembre 1993, n. 507.

Art. 18

Gli impianti per le pubbliche affissioni

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

2. In conformità a quanto dispone il terzo comma dell'art. 18 del D.Lgs. 15 novembre 1993, n. 507, tenuto conto che la popolazione del Comune al 31 dicembre 2013, penultimo anno precedente a quello in corso, era costituita da n.1257 abitanti, la superficie degli impianti da adibire alle pubbliche affissioni è stabilita in complessivi mq. 20 proporzionata al predetto numero di abitanti e comunque, non inferiore a mq. 20 per ogni mille abitanti.

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

a) = mq 4 pari al 20 % è destinata alle affissioni di natura istituzionale, sociale o comunque priva di rilevanza economica, effettuate dal servizio comunale;

b) = mq 10, pari al 50 % è destinata alle affissioni di natura commerciale, effettuate dal servizio comunale;

c) = mq 6, pari al 30 % è destinata alle affissioni di natura commerciale effettuata direttamente dai soggetti privati;

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

a) vetrine per l'esposizione di manifesti;

b) stendardi porta manifesti;

c) poster per l'affissione di manifesti;

d) tabelloni ed altre strutture mono, bifacciali o plurifacciali, realizzate in materiali idonei per affissione di manifesti;

e) superfici adeguatamente predisposte e delimitate, ricavate da muri di recinzione, di sostegno, da strutture appositamente predisposte per questo servizio;

f) da armature, steccati, ponteggi, schermature di carattere provvisorio prospicienti il suolo pubblico, per qualunque motivo costruiti;

g) da altri spazi ritenuti idonei dal Responsabile del servizio, tenuto conto dei divieti e limitazioni stabilite dal presente regolamento.

5. Tutti gli impianti hanno, di regola, dimensioni pari o multiple di cm. 70 x 100 e sono collocati in posizioni che consentono la libera e totale visione e percezione del messaggio pubblicitario da spazi pubblici per tutti i lati che vengono utilizzati per l'affissione. Ciascun impianto reca, in alto, o sul lato destro, una targhetta con l'indicazione "Comune di Vigo di Fassa Servizio Pubbliche Affissioni" ed il numero di individuazione dell'impianto.

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

7. L'installazione di impianti per le affissioni lungo le strade è soggetta alle disposizioni di cui all'art. 8 del presente regolamento e, in generale, alle disposizioni del D.Lgs. 30 aprile 1992, n. 285 e del D.P.R. 16 dicembre 1992, n. 495.

8. Il piano per gli impianti per le pubbliche affissioni indica, per ciascuno di essi:

a) la destinazione dell'impianto secondo quanto previsto dal comma 3;

b) l'ubicazione;

- c) la tipologia secondo quanto previsto dal comma 4;
- d) la dimensione ed il numero di fogli cm. 70 x 100 che l'impianto contiene;
- c) la numerazione dell'impianto ai fini della sua individuazione.

9. Il piano degli impianti per le pubbliche affissioni è corredato da un quadro di riepilogo comprendente l'elenco degli impianti con il numero distintivo, l'ubicazione, la destinazione e la superficie.

10. La ripartizione degli spazi di cui al terzo comma può essere rideterminata ogni due anni, con deliberazione da adottarsi entro il 31 ottobre e che entra in vigore dal 10 gennaio dell'anno successivo, qualora nel periodo trascorso si siano verificate ricorrenti eccedenze od insufficienze di spazi in una o più categorie, rendendo necessario il riequilibrio delle superfici alle stesse assegnate in relazione alle effettive necessità accertate.

11. Il Comune ha facoltà di provvedere allo spostamento dell'ubicazione di impianti per le pubbliche affissioni in qualsiasi momento risulti necessario per esigenze di servizio, circolazione stradale, realizzazione di opere od altri motivi. Nel caso che lo spostamento riguardi impianti attribuiti a soggetti che effettuano affissioni dirette, convenzionate con il Comune per utilizzazioni ancora in corso al momento dello spostamento, gli stessi possono accettare di continuare l'utilizzazione dell'impianto nella nuova sede oppure rinunciare alla stessa, ottenendo dal Comune il rimborso del diritto già corrisposto per il periodo per il quale l'impianto non viene usufruito.

TITOLO II

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

CAPO I DISCIPLINA GENERALE

Art. 19 Applicazione dell'imposta e del diritto

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

Art. 20 Classificazione del Comune

1. In base alla popolazione residente al 31 dicembre dell'anno 2013, penultimo precedente a quello in corso al momento di adozione del presente regolamento, che dai dati pubblicati dall'I.S.T.A.T. risulta costituita da n. 1257 abitanti, il Comune è classificato, in conformità all'art. 2 del D.Lgs. 15 novembre 1993, a. 507, nella classe: **V**.

2. Verificandosi variazioni della consistenza della popolazione determinate con riferimento a quanto stabilito nel precedente comma, che comportino la modifica della classe di appartenenza del Comune, la Giunta comunale ne prende atto con deliberazione da adottarsi entro il 31 ottobre e, contestualmente, dispone l'adeguamento delle tariffe per l'anno successivo.

Art. 21 La deliberazione delle tariffe

1. Le tariffe dell'imposta sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni sono deliberate dalla Giunta comunale entro il 31 ottobre di ogni anno ed entrano in vigore il 1° gennaio dell'anno successivo; qualora non vengano modificate entro il termine predetto, s'intendono prorogate di anno in anno.

2. Nel caso di mancata adozione delle deliberazioni di cui ai precedenti commi nei termini dagli stessi stabiliti, si applicano le tariffe di cui al Capo I del D.Lgs. 15 novembre 1993, n. 507.

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

CAPO II IMPOSTA SULLA PUBBLICITÀ-DISCIPLINA

Art. 22 Presupposto dell'imposta

1. È soggetta all'imposta comunale sulla pubblicità la diffusione di ogni messaggio pubblicitario, effettuata con qualsiasi forma di comunicazione visiva od acustica diversa da

quelle assoggettate al diritto sulle pubbliche affissioni in luoghi pubblici ed aperti al pubblico o che sia percepibile da tali luoghi

2. 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.

3. Per luoghi aperti al pubblico si intendono i locali e le aree che siano destinati a spettacoli pubblici, a pubblici esercizi, ad attività commerciali o dei quali comunque chiunque può accedere soltanto in certi momenti o adempiendo a speciali condizioni poste da chi nel luogo medesimo eserciti un diritto od una potestà.

4. Si considerano rilevanti ai fini dell'imposizione:

- a) *i messaggi diffusi nell'esercizio di un'attività economica allo scopo di promuovere la domanda e la diffusione di beni e servizi di qualsiasi natura;*
- b) *i messaggi finalizzati a migliorare l'immagine del soggetto pubblicizzato;*
- c) *i mezzi e le forme atte ad indicare il luogo nel quale viene esercitata un'attività.*

Art. 23

Soggetto passivo

1. Il soggetto passivo tenuto al pagamento dell'imposta comunale sulla pubblicità, in via principale, è colui che dispone, a qualsiasi titolo, del mezzo attraverso il quale il messaggio pubblicitario è diffuso.

2. È obbligato solidalmente al pagamento dell'imposta colui che produce o vende i beni o fornisce i servizi oggetto della pubblicità.

3. Il titolare del mezzo pubblicitario di cui al precedente primo comma è pertanto tenuto all'obbligo della dichiarazione iniziale della pubblicità, delle variazioni della stessa ed al connesso pagamento dell'imposta. Allo stesso è notificato l'eventuale avviso di accertamento e di rettifica e nei suoi confronti sono effettuate le azioni per la riscossione coattiva dell'imposta, accessori e spese.

4. Nel caso in cui non sia possibile individuare il titolare del mezzo pubblicitario, installato senza autorizzazione, ovvero il procedimento di riscossione nei suoi confronti abbia esito negativo, l'ufficio comunale notifica avviso di accertamento, di rettifica od invito al pagamento al soggetto indicato al secondo comma del presente articolo, sperando nei suoi confronti le azioni per il recupero del credito d'imposta, accessori e spese.

5. Salva l'ipotesi di esclusione dall'applicazione dell'imposta in caso di omessa presentazione della dichiarazione e/o di omesso versamento del tributo saranno ritenuti responsabili in solido per il tributo, gli interessi e le sanzioni, anche il Direttore dei Lavori e il proprietario dell'area di cantiere.

Art. 24

Modalità di applicazione dell'imposta

1. L'imposta sulla pubblicità è determinata in base alla superficie della minima figura piana geometrica nella quale è circoscritto il mezzo pubblicitario, indipendentemente dal numero dei messaggi nello stesso contenuti.

2. L'imposta per i mezzi polifacciali è calcolata in base alla superficie complessiva adibita alla pubblicità.

3. Le iscrizioni pubblicitarie, espresse anche in forma simbolica, non collocate su struttura

propria, sono assoggettate all'imposta per la superficie corrispondente all'ideale figura piana minima in cui sono comprese.

4. L'imposta per i mezzi pubblicitari aventi dimensioni volumetriche è calcolata in base alla superficie complessiva determinata in base allo sviluppo del minimo solido geometrico nel quale può essere ricompreso il mezzo.

5. Le superfici inferiori ad un metro quadrato sono arrotondate. per eccesso, al metro quadrato e le frazioni di esso, oltre il primo, a mezzo metro quadrato.

6. L'imposta non si applica per superfici inferiori a trecento centimetri quadrati.

7. Agli effetti del calcolo della superficie imponibile i festoni di bandierine, i mezzi di identico contenuto pubblicitario e quelli riferibili al medesimo soggetto passivo, purché collocati in connessione fra loro, senza soluzione di continuità e funzionalmente finalizzati a diffondere nel loro insieme lo stesso messaggio o ad accrescerne l'efficacia, sono considerati come unico mezzo pubblicitario.

8. La pubblicità ordinaria effettuata mediante locandine da collocare a cura dell'utenza all'esterno od all'interno di locali pubblici od aperti al pubblico, è autorizzata dall'ufficio comunale, previo pagamento dell'imposta, mediante apposizione di timbro con la data di scadenza dell'esposizione. Quando il collocamento diretto di locandine ha carattere ricorrente il committente deve presentare, con la prescritta dichiarazione, l'elenco completo dei locali nei quali detti mezzi pubblicitari vengono collocati. Quando tale esposizione ha carattere occasionale si prescinde dall'obbligo di presentare l'elenco dei locali. Tutta la pubblicità di cui sopra è soggetta a timbratura anche quella che può essere esentata dal pagamento.

9. Per i manifesti e le locandine sotto forma di calendari e/o a pagine multiple, su istanza dell'interessato, previo pagamento dell'imposta qualora dovuta, viene autorizzata l'esposizione, i cui estremi del protocollo e della data di ricevimento dell'istanza del richiedente, dovranno essere prestampati su ogni singolo foglio del mezzo pubblicitario.

10. L'imposta sulla pubblicità relativa alle affissioni dirette sugli impianti alle stesse destinazioni, è commisurata alla superficie complessiva di ciascun impianto, calcolata con l'arrotondamento di cui al comma 5, applicato per ogni impianto.

11. Le maggiorazioni d'imposta a qualunque titolo sono sempre applicate alla tariffa base e sono cumulabili. Le riduzioni d'imposta non sono cumulabili.

12. L'imposta per le fattispecie pubblicitarie previste dagli art. 12, commi 1 e 3, 13, 14, del D.Lgs. 15 novembre 1993, n. 507 è dovuta per anno solare di riferimento a cui corrisponde un'autonoma obbligazione tributaria; per le altre fattispecie il periodo d'imposta è quello specificato nelle disposizioni alle stesse relative.

Art. 25 Dichiarazione

1. Ottenuta l'autorizzazione prevista dall'art. 11, il soggetto passivo dell'imposta, prima di iniziare la pubblicità, è tenuto a presentare all'ufficio comunale su apposito modulo presso lo stesso disponibile, la dichiarazione, anche cumulativa, delle caratteristiche, quantità ed ubicazione dei mezzi pubblicitari. La dichiarazione è esente da bollo (tabella B, art. 5, D.P.R. del 26.10.1972 n. 642 e successive modificazioni).

2. La dichiarazione deve essere presentata anche nel caso di variazione della pubblicità che comporti modifica dell'imposizione. Quando dalla stessa risulti dovuta l'integrazione dell'imposta pagata per lo stesso periodo, è allegata l'attestazione del pagamento eseguito. Nel caso che sia dovuto un rimborso da parte del Comune questo provvede, dopo le necessarie verifiche, entro 90 giorni, a mezzo bonifico bancario, senza spese per l'utente.

3. La dichiarazione della pubblicità annuale ha effetto anche per gli anni successivi, salvo che si verificano variazioni nei mezzi esposti che comportino la modifica dell'imposta entro il 31 gennaio dell'anno di riferimento, a meno che non venga presentata denuncia di cessazione

entro il predetto termine.

4. Nei casi in cui sia omessa la presentazione della dichiarazione, la pubblicità ordinaria, effettuata con veicoli e con pannelli luminosi di cui all'art. 9, commi 2, 3 e 4 del presente regolamento (art. 12, 13 e 14 commi 1 e 3, D.Lgs. n. 507/1993), si presume effettuata, in ogni caso, con decorrenza dal 1 gennaio dell'anno in cui è stata accertata. Le altre forme di pubblicità di cui al predetto art. 9, commi 5 e 6 (art. 14 comma 3 e art. 15, D.Lgs. n. 507/1993), si presumono effettuate dal primo giorno del mese in cui è stato effettuato l'accertamento.

Art. 26

Rettifica ed accertamento d'ufficio

1. Entro due anni dalla data in cui è stata o avrebbe dovuto essere presentata la dichiarazione, il Comune procede a rettifica o ad accertamento d'ufficio mediante apposito avviso notificato al contribuente anche a mezzo di raccomandata postale con A.R.

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

3. Nell'avviso devono essere inoltre precisate:

- a) *l'ufficio comunale emittente, il suo indirizzo ed orario di servizio ed il numero telefonico;*
- b) *il responsabile del procedimento se diverso dal funzionario di cui al comma 4;*
- c) *il termine entro il quale può essere proposto ricorso, la commissione tributaria competente e la forma da osservare, in conformità agli art 18, 19, 20 e 21 del D.Lgs. 31 dicembre 1992, n.546;*

4. Gli avvisi di accertamento e rettifica sono sottoscritti dal funzionario comunale responsabile della gestione dell'imposta, con firma apposta sotto tale qualifica e l'indicazione, a stampa od altra forma idonea, del suo cognome e nome. Nel caso di gestione del servizio in concessione, gli avvisi sono sottoscritti da un rappresentante del concessionario.

Art. 27

Pagamento dell'imposta e del diritto

1. Ai sensi dell'art. 1 comma 168 della L. 296/2006 e avendo riguardo ai principi di cui all'art. 25 della L. 27 dicembre 2002 n. 289, si stabilisce che l'importo minimo fino a concorrenza del quale i versamenti non sono dovuti e/o non sono effettuati i rimborsi è, per l'Imposta di Pubblicità pari ad € 5,00 (euro cinque/00). per ogni singolo evento pubblicitario.

2. Il pagamento dell'imposta sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni aventi carattere commerciale deve essere effettuato a mezzo di conto corrente bancario. L'importo dovuto è arrotondato a € 1 se la frazione non è superiore a € 0,50 e per eccesso se è superiore. L'attestazione dell'avvenuto pagamento dell'imposta sulla pubblicità è allegata alle dichiarazioni di cui ai commi 1 e 2 dell'art. 25. Negli anni successivi a quello della dichiarazione, l'attestazione e la ricevuta sono conservate dal soggetto d'imposta per essere esibite per eventuali controlli. Per il pagamento è utilizzato modello conforme a quello autorizzato con decreto ministeriale.

3. L'imposta per la pubblicità relativa a periodi inferiori all'anno solare deve essere corrisposta in unica soluzione prima dell'effettuazione, al momento della dichiarazione.

4. L'imposta per la pubblicità annuale deve essere corrisposta in unica soluzione entro il 31 gennaio di ogni anno. Qualora l'importo annuale sia superiore a € 1.550,00 il pagamento può essere effettuato in rate trimestrali, entro il 31 gennaio, 30 aprile, 31 luglio e 31 ottobre.

5. Il pagamento del diritto relativo alle pubbliche affissioni non aventi carattere commerciale può essere effettuato solo a mezzo di conto corrente bancario, intestato al servizio di Tesoreria comunale.

6. Per la pubblicità temporanea, il pagamento può anche essere effettuato direttamente presso l'Ufficio Comunale competente che provvederà al rilascio immediato di apposita quietanza.

7. La riscossione coattiva dell'imposta e del diritto si effettua secondo le disposizioni del D.Lgs. 13-04-1999 n. 112 e successive modificazioni. Il ruolo deve essere formato e reso esecutivo entro il 31 dicembre del terzo anno successivo a quello in cui l'avviso di accertamento o di rettifica è stato notificato secondo le istruzioni di cui al decreto del Ministero delle Finanze 28 dicembre 1989 e successive modificazioni. Nel caso di sospensione della riscossione il ruolo è formato e reso esecutivo entro il 31 dicembre del terzo anno successivo a quello di scadenza del periodo di sospensione.

8. I crediti del Comune relativi all'imposta sulla pubblicità ed ai diritti sulle pubbliche affissioni hanno privilegio generale sui mobili del creditore, subordinatamente a quello dello Stato, ai sensi dell'art. 2752, comma quarto, del Codice Civile.

9. Entro il termine di cinque anni decorrente dal giorno nel quale è stato effettuato il pagamento dell'imposta sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni, oppure da quello in cui è stato definitivamente accertato il diritto al rimborso, il contribuente può chiedere la restituzione di somme versate e non dovute mediante istanza in carta libera (tabella B, art. 5 D.P.R. n. 642/1972) indirizzata al Comune, Ufficio Pubblicità ed Affissioni. Il comune provvede al rimborso nel termine di 90 giorni dalla richiesta.

CAPO III

IMPOSTA SULLA PUBBLICITÀ -TARIFFE

Art. 28 **Tariffe**

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

- a) *con l'art. 9 per la tipologia dei mezzi pubblicitari;*
- b) *con l'art. 17 per la classe demografica alla quale appartiene il Comune;*
- c) *con l'art. 18 per le modalità, i termini e la procedura dell'anno deliberativo;*
- d) *dalle norme di cui al presente capo.*
- e) *In caso di mancata adozione della deliberazione di cui al precedente comma, le tariffe dell'imposta sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni si intendono prorogate di anno in anno.*

Art. 29 **Pubblicità ordinaria**

1. L'imposta per la pubblicità ordinaria, effettuata con i mezzi di cui all'art. 9, comma 2, del regolamento, si applica, secondo la tariffa stabilita, per la classe del Comune, con l'art. 12 del D.Lgs. n. 507/1993, per anno solare e per metro quadrato di superficie determinato con le modalità di cui al precedente art. 24.

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

3. Per la pubblicità effettuata mediante affissioni dirette, anche per conto altrui, di manifesti e simili sulle apposite strutture riservate all'esposizione diretta di tali mezzi, si

applica l'imposta ordinaria in base alla superficie di ciascun impianto determinata in conformità all'art. 24, nella misura stabilita per anno solare, indipendentemente dall'effettiva durata dell'utilizzazione.

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

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

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

6. Le maggiorazioni d'imposta si applicano con le modalità previste dal comma 11 dell'art. 24.

Art. 30

Pubblicità ordinaria con veicoli

1. L'imposta per la pubblicità ordinaria effettuata con veicoli ed altri mezzi compresi nelle tipologie previste dall'art. 9, comma terzo, lettera a) del regolamento, si applica secondo la tariffa stabilita, per la classe del Comune, dal 1° comma dell'art. 13 del D.Lgs. n. 507/1993, per anno solare e per metro quadrato di superficie determinata con le modalità di cui al precedente art. 24.

2. Per la pubblicità effettuata all'esterno dei veicoli sono dovute le maggiorazioni stabilite dal quarto comma dell'art. 29, quando le dimensioni della stessa sono comprese nelle superfici da tale norma previste.

3. Qualora la pubblicità è effettuata in forma luminosa od illuminata la relativa tariffa è maggiorata del 100 per cento.

4. Per i veicoli adibiti ad uso pubblico l'imposta è dovuta al Comune che ha rilasciato la licenza di esercizio.

5. Per i veicoli adibiti a servizio di linea interurbana l'imposta è dovuta per metà a ciascuno dei comuni in cui ha inizio e fine la corsa.

6. Per i veicoli adibiti ad uso privato l'imposta è dovuta al Comune in cui il proprietario del veicolo ha la residenza anagrafica o la sede.

Art. 31

Pubblicità con veicoli dell'impresa

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

- *al Comune ove ha sede l'impresa o qualsiasi sua dipendenza;*
- *ovvero al Comune dove sono domiciliati i suoi agenti mandatari che alla data del 1 gennaio di ciascun anno, o a quella successiva di immatricolazione, hanno in dotazione i veicoli suddetti;*
- *secondo la tariffa deliberata dalla Giunta comunale in conformità all'art. 13, comma terzo, del D.Lgs. n. 507/1993.*

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

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

4. L'imposta di pubblicità non è dovuta per l'indicazione, sui veicoli utilizzati per il trasporto, sia per conto proprio che per conto di terzi, del marchio identificativo dell'impresa,

della ragione sociale, del recapito (inclusi sito web, indirizzo di posta elettronica, telefono e fax) relativi all'impresa che effettua come attività meramente strumentale, il trasporto della merce prodotta, limitatamente alla sola superficie utile occupata da tali indicazioni.

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

Art. 32

Pubblicità con pannelli luminosi

1. L'imposta per la pubblicità effettuata per conto altrui con pannelli luminosi ed altri mezzi compresi nelle tipologie previste dall'art. 9, comma quarto, del regolamento si applica, indipendentemente dal numero dei messaggi, secondo la tariffa stabilita, per la classe di appartenenza del Comune, dal primo comma dell'art 14 del D.Lgs n. 507/1993, per anno solare e per metro quadrato di superficie determinata con le modalità di cui all'art. 24.

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

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

Art. 33

Pubblicità con proiezioni

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

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

Art. 34

Pubblicità varia

La tariffa dell'imposta per la pubblicità effettuata:

1. con striscioni od altri mezzi simili che attraversano strade o piazze si applica, per ciascun metro quadrato e per ogni periodo di esposizione di 15 giorni o frazione, nella misura stabilita, per la classe del comune, dal primo comma dell'art. 15 del decreto. La superficie soggetta ad imposta è determinata con le modalità di cui all'art. 24, commi secondo e settimo, del regolamento. Non si applicano maggiorazioni riferite alla dimensione del mezzo pubblico;

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

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

4. in forma ambulante, mediante distribuzione, a mezzo persone o veicoli, di manifestini od altro materiale pubblicitario oppure mediante persone circolanti con cartelli ed altri mezzi pubblicitari è dovuta, per ciascuna persona impiegata nella distribuzione od effettuazione e per ogni giorno o frazione, indipendentemente dalla dimensione dei mezzi pubblicitari o dalla

quantità di materiale distribuito, nella misura stabilita, per la classe del Comune, dal quarto comma dell'art. 15 del decreto;

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

6. E' invece soggetta al tributo, come previsto dall'art. 8 comma 2 lettera d), la pubblicità apposta sui beni strumentali delle ditte che operano nei cantieri (es: gru, escavatori, carrelli elevatori, silos, ecc.), che pubblicizza la ditta che li produce o li noleggia, o il prodotto e/o il servizio stesso.

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

Art. 35

Imposta sulla pubblicità - Riduzioni

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

a) per la pubblicità - avente le caratteristiche e finalità di cui alle lettere b) e c) del quarto comma dell'art. 22 del presente regolamento - effettuata da Comuni, Associazioni, Fondazioni e da ogni altro ente che non abbia scopo di lucro;

b) per la pubblicità, relativa, a manifestazioni politiche, sindacali e di categoria, culturali, sportive, filantropiche e religiose, da chiunque realizzate, con il patrocinio o la partecipazione di enti pubblici, (il patrocinio deve risultare da apposita attestazione dell'organo competente);

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

2. La presenza, all'interno delle sopraindicate tipologie di manifesti e locandine, di sponsor commerciali, persone, ditte e società che hanno contribuito all'organizzazione delle manifestazioni stesse, mantiene comunque la riduzione prevista, a condizione che la superficie globalmente utilizzata a tale scopo sia inferiore a 300 centimetri quadrati o un 1/25° della superficie. Nei casi in cui tali indicazioni siano associate a messaggi aventi le caratteristiche e le finalità di cui all'art. 22, comma 4°, lettera a), si applica la tariffa dell'imposta senza alcuna riduzione.

3. I requisiti soggettivi previsti dalla lettera a) del primo comma sono autocertificati dal soggetto passivo nella dichiarazione di cui all'art. 25, con formula predisposta dall'ufficio sottoscrizione dell'interessato autenticata dal Funzionario responsabile. Quando sussistono motivi per verificare l'effettivo possesso dei requisiti autocertificati, il Funzionario responsabile invita il soggetto passivo a presentare all'Ufficio comunale, che ne acquisisce copia, la documentazione ritenuta necessaria per comprovarli, fissando un congruo termine per adempiere. L'autocertificazione e la documentazione sono acquisite per la prima dichiarazione e non devono essere ripetute dallo stesso soggetto in occasione di successive esposizioni di mezzi pubblicitari.

4. I requisiti oggettivi di cui alle lettere b) e c) del primo comma sono, per quanto possibile, verificati direttamente dall'ufficio comunale attraverso l'esame dei mezzi pubblicitari o dei loro facsimili. Quando ciò non sia possibile o sussistano incertezze in merito alle finalità del messaggio pubblicitario il soggetto passivo autocertifica, nella dichiarazione e con le modalità di cui al precedente comma, la corrispondenza delle finalità delle manifestazioni, festeggiamenti e spettacoli a quelle previste dalle norme sopracitate, che danno diritto alla riduzione dell'imposta.

Art. 36
Imposta sulla pubblicità - Esenzioni

1. Sono esenti dall'imposta sulla pubblicità:

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

b) gli avvisi al pubblico:

b₁) esposti nelle vetrine o sulle porte d'ingresso dei locali o, ove queste manchino, nelle immediate adiacenze del punto di vendita, relativi all'attività svolta;

b₂) riguardanti la locazione e la compravendita degli immobili sui quali sono affissi, di superficie non superiore ad un quarto di mq;

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

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

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

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

g) la pubblicità comunque effettuata in via esclusiva dallo Stato e dagli enti pubblici territoriali;

h) le insegne, le targhe e simili apposte per l'individuazione delle sedi di comitati, associazioni, fondazioni e di ogni altro ente che non persegue scopi di lucro;

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

l) Le insegne di esercizio di attività commerciali e di produzione di beni o servizi che contraddistinguono la sede ove si svolge l'attività cui si riferiscono, di superficie complessiva fino a 5 metri quadrati ai sensi dell'art. 10 lett. c della L. 28/12/01, n. 448.

Rientrano pertanto nell'agevolazione in esame esclusivamente le insegne che sono comunque finalizzate a contraddistinguere il luogo ove si svolge l'attività a cui si riferiscono; ciò si realizza attraverso:

a) *la generica indicazione della tipologia dell'esercizio commerciale (ad esempio con la semplice scritta "Bar" o "Alimentari");*

b) *la precisa individuazione dell'esercizio commerciale (ad esempio "Bar Bianchi" o "Alimentari Rossi");*

c) *la generica individuazione dell'esercizio commerciale realizzata con l'indicazione del nominativo del titolare (ad esempio "da Giovanni");*

d) *L'indicazione, precisa o generica della tipologia dell'esercizio commerciale accompagnata nel contesto dello stesso mezzo pubblicitario, da simboli o marchi relativa a prodotti in vendita (ad esempio "Bar Alfa-Caffè Beta");*

e) *L'indicazione del solo marchio o dei prodotti in vendita (ad esempio "Caffè Gamma") laddove nella stessa unità locale non sia installata una o più insegne di esercizio;*

f) *Le insegne di esercizi commerciali in franchising;*

g) *I mezzi pubblicitari esposti dai professionisti;*

h) *Le insegne recanti il logo delle società petrolifere che contraddistinguono le stazioni di servizio dei distributori di carburante.*

2. Ai fini dell'esenzione dall'imposta di cui al precedente comma l'attività esercitata è quella risultante dalle autorizzazioni comunali, di pubblica sicurezza, di altre autorità od accertata dal registro delle imprese presso la Camera di Commercio.

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

4. Sono esentati dal pagamento dell'imposta i mezzi pubblicitari riguardanti le manifestazioni pubbliche promosse direttamente dai Comuni o dai propri Comitati Manifestazioni, ancorché sponsorizzate da terzi o realizzate in collaborazione con altri soggetti, purché il messaggio pubblicitario risulti di dimensioni ridotte rispetto alla superficie complessiva del mezzo pubblicitario.

5. Le organizzazioni non lucrative di utilità sociale – ONLUS- di cui all'art. 10 del decreto legislativo 4 dicembre 1997, n. 460, sono esonerate dal pagamento dell'imposta comunale sulla pubblicità e dai connessi adempimenti.

6. Non sono soggette all'applicazione dell'imposta le superfici fino a trecento centimetri quadrati in quanto non preordinate, per le loro dimensioni, alla diffusione di messaggi pubblicitari.

7. Gli enti senza scopo di lucro sono esentati dal pagamento dell'imposta sulla pubblicità su locandine, in ogni caso soggette a timbratura, per manifestazioni ed eventi da loro organizzati in forma gratuita, privi di sponsor o pubblicità per conto terzi sul manifesto stesso.

8. Le mappe, cartine topografiche esposte in forma aperta/spiegata, sono esenti solo se prive di sponsor e/o del marchio di chi le produce e senza aggiunta di ulteriori diciture. (tipo: in vendita qui - € ...)

9. La pubblicità per qualsiasi ragione, cancellata o coperta, deve risultare completamente oscurata senza possibilità di distinguere ancora, per nessun motivo, marchi o scritte della pubblicità stessa. In questo caso la pubblicità rimane soggetta al pagamento del tributo.

10. Sono esenti dal pagamento dell'imposta comunale sulla pubblicità, ma non dal richiedere l'autorizzazione, i cartelli esposti all'esterno del cantiere, dall'impresedi, titolari dell'appalto principale dei lavori, se recanti la sola indicazione della ditta che esegue i lavori e aventi dimensioni complessive non superiori a 5 mq.

11. Non sono soggetti ad imposta i marchi di fabbrica (art. 2569 del Codice Civile) o la denominazione del costruttore e il tipo di merce.

CAPO IV

IL SERVIZIO DELLE PUBBLICHE AFFISSIONI

Art. 37

Finalità

Il servizio delle pubbliche affissioni è istituito, ai sensi dell'art. 13, comma 2, del Decreto Legislativo n. 507 del 1993.

1. Il Comune, a mezzo del servizio delle pubbliche affissioni assicura l'affissione negli appositi impianti a ciò destinati, di manifesti costituiti da qualunque materiale idoneo, contenenti comunicazioni aventi finalità istituzionali, sociali o comunque prive di rilevanza

economica e, nella misura prevista dall'art. 18, di messaggi diffusi nell'esercizio di attività commerciali.

2. I manifesti aventi finalità istituzionali, sociali o comunque privi di finalità economiche sono quelli pubblicati dal Comune e, di norma, quelli per i quali l'affissione è richiesta dai soggetti e per le finalità di cui all'art 20 e 21 del D.Lgs. 15 novembre 1993, n. 507, richiamati nei successivi articoli 41 e 42 del presente regolamento.

3. La collocazione degli impianti destinati alle affissioni di cui al precedente comma deve essere particolarmente idonea per assicurare ai cittadini la conoscenza di tutte le informazioni relative all'attività del Comune, per realizzare la loro partecipazione consapevole all'amministrazione dell'ente e per provvedere tempestivamente all'esercizio dei loro diritti.

4. I manifesti che diffondono messaggi relativi all'esercizio di un'attività economica sono quelli che hanno per scopo di promuovere la domanda di beni o servizi o che risultano finalizzati a migliorare l'immagine del soggetto pubblicizzato.

5. I manifesti di natura commerciale la cui affissione viene richiesta direttamente al Comune sono dallo stesso collocati negli spazi di cui all'art. 18, comma 3, lettera b), nei limiti della capienza degli stessi.

6. I manifesti di natura commerciale da affiggere negli spazi da attribuire a soggetti privati per l'effettuazione di affissioni dirette nei limiti di cui all'art. 18, comma 3, lettera b) del regolamento sono classificati, ai fini tributari, come pubblicità ordinaria in conformità a quanto dispone il terzo comma dell'art. 12 del D.Lgs. 15 novembre 1993, n. 507, con applicazione della imposta in base alla superficie di ciascun impianto, nella misura e con le modalità di cui al comma terzo del precedente art. 29.

7. Verificandosi perduranti eccedenze di manifesti da affiggere in una classe degli impianti e, contemporaneamente, disponibilità ricorrente di spazi non utilizzati nelle altre classi la Giunta, su proposta del Funzionario responsabile, può disporre la temporanea deroga, per non più di 3 mesi, dai limiti stabiliti per ciascuna classe dall'art. 18. Alla scadenza del periodo di deroga il servizio viene effettuato con le modalità di cui all'art. 18. Qualora nel prosieguo del tempo siano confermate le eccedenze e disponibilità che hanno motivato la deroga, il Funzionario responsabile propone la definitiva modifica della ripartizione degli spazi.

Art. 38

Affissioni - Prenotazioni - Protocollo

1. Il committente deve prima contattare l'ufficio preposto per verificare la disponibilità degli spazi d'affissione nel periodo in cui intende esporre i manifesti nel territorio comunale.

2. Se c'è la disponibilità degli spazi richiesti, l'istanza viene protocollata, e dopo la quantificazione dell'importo dovuto per i Diritti di Affissione, il committente deve provvedere ad effettuare il versamento dei diritti sul conto corrente bancario del Comune.

In questo modo viene confermata e accettata la prenotazione del periodo d'affissione.

Art. 39

Criteri e modalità per l'espletamento del servizio

1. I manifesti devono essere fatti pervenire all'ufficio comunale, nell'orario di apertura, a cura del committente, almeno due giorni prima di quello dal quale l'affissione deve avere inizio.

2. Le affissioni devono essere effettuate secondo l'ordine di precedenza relativo al ricevimento della commissione, risultante dal protocollo di cui all'art. 38.

3. Su ogni manifesto affisso viene impresso il timbro dell'ufficio comunale, con la data di scadenza prestabilita.

4. Il ritardo nell'effettuazione delle affissioni causato da avverse condizioni atmosferiche è

considerato causa di forza maggiore. In ogni caso quando il ritardo è superiore a dieci giorni dalla data che era stata richiesta, l'ufficio comunale provvede a darne comunicazione, al committente.

5. Il Comune ha l'obbligo di sostituire gratuitamente i manifesti strappati o comunque deteriorati.

6. I manifesti pervenuti per l'affissione senza la relativa commissione formale e l'attestazione dell'avvenuto pagamento del diritto, se non ritirati dal committente entro 30 giorni da quando sono pervenuti, saranno inviati al macero senz'altro avviso.

7. Le disposizioni previste dal D.Lgs. 15 novembre 1993, n.507 e dal presente regolamento per l'imposta sulla pubblicità si applicano per quanto compatibile e non previsto in questo capo, anche al diritto sulle pubbliche affissioni.

CAPO V

DIRITTO SULLE PUBBLICHE AFFISSIONI

Art. 40

Tariffe applicazione e misura

1. Il diritto sulle pubbliche affissioni è dovuto al Comune che provvede alla loro effettuazione, in solido da chi richiede il servizio e da colui nell'interesse del quale esso viene effettuato.

2. Il diritto è comprensivo dell'imposta sulla pubblicità relativa ai manifesti ed agli altri mezzi affissi e per i quali il diritto viene corrisposto.

3. Il diritto sulle pubbliche affissioni è dovuto, per ciascun foglio di dimensioni fino a cm 70x100, nella misura stabilita per la classe del Comune dal secondo comma dell'art. 20 del D.Lgs. n. 507/1993, distintamente per i primi 10 giorni e per ogni periodo successivo di 5 giorni o frazione.

4. Per le commissioni inferiori a 50 fogli il diritto di cui al precedente comma è maggiorato del 50 per cento.

5. Per i manifesti costituiti da 8 fino a 12 fogli il diritto è maggiorato del 50%; per quelli costituiti da più di 12 fogli è maggiorato del 100%.

6. Le maggiorazioni del diritto, a qualunque titolo previsto, sono cumulabili tra loro e si applicano sulla tariffa base.

7. Le eventuali aggiunte ai manifesti già affissi sono soggette al pagamento del diritto corrispondente alla tariffa prevista per i primi 10 giorni.

Art. 41

Tariffa - Riduzioni

1. La tariffa del diritto per il servizio delle pubbliche affissioni è ridotta alla metà:

- a) per i manifesti riguardanti in via esclusiva lo Stato e gli enti pubblici territoriali e che non rientrano nei casi per i quali è prevista l'esenzione dall'art. 42;
- b) per i manifesti di comitati, associazioni, fondazioni e di ogni altro ente che non abbia scopo di lucro;
- c) per i manifesti relativi ad attività politiche, sindacali e di categoria, culturali, sportive, filantropiche e religiose, da chiunque realizzate, con il patrocinio e la partecipazione degli enti pubblici territoriali;
- d) per i manifesti relativi ai festeggiamenti patriottici, religiosi, a spettacoli viaggianti e di

- beneficenza;
- e) per gli annunci mortuari.
2. I requisiti soggettivi previsti dalla lettera b) sono accertati con le modalità di cui al terzo comma dell'art. 35.
3. I requisiti oggettivi previsti dalle lettere c) e d) sono verificati attraverso l'esame di cui al quarto comma dell'art. 35.
4. Le riduzioni non sono cumulabili.

Art. 42

Diritto - Esenzioni

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

TITOLO III

DISPOSIZIONE FINALI

E TRANSITORIE

CAPO I SANZIONI

Art. 43

Sanzioni Tributarie – Amministrative - Attribuzioni del personale

1. Per tutte le violazioni relative all'imposta sulla pubblicità e al servizio delle pubbliche affissioni trovano applicazione le disposizioni di cui agli articoli 23 e 24 del decreto legislativo 15 novembre 1993, n. 507, dei decreti legislativi n. 471, 472 e 473 del 18 dicembre 1997.

2. Gli agenti di Polizia Locale, dell'ufficio Tecnico, il personale addetto alla gestione dell'Imposta sulla Pubblicità e del Servizio delle Pubbliche Affissioni, nonché il personale preposto al rilascio delle autorizzazioni, sono autorizzati, nei limiti del servizio cui sono destinati, ad eseguire controlli e verifiche della pubblicità effettuata e delle pubbliche affissioni.

3. Il personale di cui al precedente comma 2, in relazione alle proprie competenze (rilascio dell'autorizzazione o applicazione del tributo) provvede anche alla applicazione ed alla riscossione delle rispettive sanzioni tributarie e amministrative.

4. Le violazioni delle disposizioni di cui al primo comma comportano sanzioni amministrative per la cui applicazione si osservano le norme stabilite dal capo I, sezione I e II, della legge 24 dicembre 1981 n. 689, salvo quanto espressamente stabilito dai comma successivi.

5. Per le violazioni dell'art. 7 comma 8 e 13, si applica una sanzione amministrativa da € 50,00 a 300,00.

6. Per la violazione delle norme stabilite dal presente regolamento in esecuzione del D.Lgs. 15 novembre 1993, n. 507 e di quelle stabilite nelle autorizzazione alle installazioni degli impianti si applica la sanzione prevista dal medesimo Decreto legislativo. Il verbale con riportati gli estremi delle violazioni e l'ammontare della sanzione è notificato agli interessati entro 60 giorni dall'accertamento delle violazioni. Il Comune dispone la rimozione degli impianti pubblicitari abusivi, dandone avviso all'interessato a mezzo del verbale di cui al precedente comma, con diffida a provvedere alla rimozione ed al ripristino dell'immobile occupato entro il termine nell'avviso stesso stabilito. Nel caso di inottemperanza all'ordine di rimozione e di ripristino dei luoghi entro il termine stabilito, il Comune provvede d'ufficio, addebitando ai responsabili le spese sostenute e richiedendone agli stessi il rimborso con avviso notificato a mezzo raccomandata A.R. Se il rimborso non è effettuato mediante versamento a mezzo c/c bancario intestato al Comune entro il termine prestabilito, si procede al recupero coattivo del credito con le modalità di cui al D.Lgs. del 13-04-1999 n. 112 e con ogni spesa di riscossione a carico dell'interessato.

Art. 44

Interessi

1. La misura annua degli interessi, ove previsti, ai sensi dell'art. 1 comma 165, della legge 27-12-2006 n. 296, è stabilita in misura pari al tasso legale vigente al primo gennaio di ciascun anno d'imposta, sia per i provvedimenti di accertamento che di rimborso.

CAPO II CONTENZIOSO

Art. 45 Giurisdizione tributaria

1. La giurisdizione tributaria per l'imposta sulla pubblicità e per il diritto sulle pubbliche affissioni è esercitata dalla Commissione Tributaria provinciale e dalle commissioni tributarie regionali, secondo quanto dispone il D.Lgs. 31 dicembre 1992, n. 546.

Art. 46 Procedimento

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

2. Gli atti per i quali è proponibile il ricorso devono contenere l'indicazione del termine entro il quale il ricorso deve essere proposto, della Commissione Tributaria competenze nonché delle relative forme da osservare per la presentazione, ai sensi dell'art. 20 del decreto richiamato nel precedente comma.

Art. 47 Rinvio ad altre disposizioni

1. Per quanto non contemplato dal presente regolamento, valgono le disposizioni contenute nel decreto legislativo 15 novembre 1993, n. 507, nonché nei regolamenti comunali che hanno attinenza in materia.

Art. 48 Entrata in vigore - Effetti

1. Il presente regolamento entra in vigore il primo gennaio 2015.
2. Con effetto dalla data di entrata in vigore del presente regolamento, esso sostituisce le norme in precedenza approvate, nella materia, da questo Comune.