

REGOLAMENTO

del Comune di

BAGNOLO PIEMONTE

per

l'applicazione della

**Imposta Comunale sulla
Pubblicità e Diritto sulle
Pubbliche Affissioni**

REGOLAMENTO

**IMPOSTA COMUNALE SULLA
PUBBLICITA'
E DIRITTO SULLE PUBBLICHE
AFFISSIONI**

(Decreto Legislativo 15 novembre 1993 n.507)

Capo I

DISPOSIZIONI GENERALI

Art. 1 – Regolamento e ambito di applicazione	pag.	7
Art. 2 – Classificazione del Comune	“	7
Art. 3 – Tarissee	“	7
Art. 4 – Categoria della Località	“	8
Art. 5 – Piano Generale Impianti – Finalità	“	8
Art. 6 – Forme di Gestione del Servizio	“	9

Capo II

**PUBBLICITA'
MODALITA' E TIPOLOGIA
PIANO GENERALE IMPIANTI – CRITERI**

Art. 7 – Tipologia, specifiche e quantità degli impianti pubblicitari.	Pag.	11
Art. 8 – Pubblicità ordinaria	“	12
Art. 9 – Configurazioni di Pubblicità varie	“	13
Art. 10 – Divieti e Limitazioni	“	14
Art. 11 – Modalità ed obblighi per la installazione di impianti pubblicitari.	“	15
Art. 12 – Piano Generale Impianti – Criteri per gli impianti Pubblicitari.	“	16

Capo III

IMPOSTA COMUNALE SULLA PUBBLICITA' – APPLICAZIONE TARIFFE – DENUNCIE, MODALITA' DI RISCOSSIONE, ACCERTAMENTO

Art. 13 – Presupposto dell'imposta	pag.	23
Art. 14 – Soggetto passivo	“	23
Art. 15 – Dichiarazione	“	23
Art. 16 – Efficacia della Dichiarazione per pubblicità annuale	“	24
Art. 17 – Pagamento dell'imposta	“	24
Art. 18 – Modalità di applicazione dell'imposta	“	25
Art. 19 – Rettifica ed accertamento d'ufficio	“	26
Art. 20 – Pubblicità ordinaria	“	27
Art. 21 – Maggiorazione per grandi formati	“	27
Art. 22 – Pubblicità effettuata con veicoli	“	27
Art. 23 – Pubblicità effettuata con pannelli luminosi e proiezioni	“	28
Art. 24 – Pubblicità varia	“	29
Art. 25 – Riduzioni dell'imposta	“	30
Art. 26 – Esenzioni dall'imposta	“	30

Capo IV

PUBBLICHE AFFISSIONI MODALITA' TIPOLOGIE PIANO GENERALE IMPIANTI – PUBBLICHE AFFISSIONI

Art. 27 – Istituzione del servizio delle pubbliche affissioni	pag.	33
--	------	----

Art. 28 – Impianti per le Pubbliche Affissioni (definizioni – tipologie -specifiche e quantità)	pag.	33
Art. 29 – Divieti e Limitazioni	“	34
Art. 30 – Pubbliche Affissioni - Modalità	“	35
Art. 31 – Piano Generale Impianti – criteri per le Pubbl.Aff		

Capo V

DIRITTO SULLE PUBBLICHE AFFISSIONI – APPLICAZIONE E TARIFFE - – COMMISSIONI, MODALITA' DI RISCOSSIONE

Art. 32 – Diritto sulle pubbliche affissioni	pag.	39
Art. 33 – Tariffe per le pubbliche affissioni	“	39
Art. 34 – Diritto sulle pubbliche affissioni Modalità di pagamento	“	39
Art. 35 – Riduzioni del diritto	“	40
Art. 36 – Esenzioni del diritto	“	41

Capo VI

SANZIONI ED INTERESSI

Art. 37 – Sanzioni tributarie ed interessi	pag.	43
Art. 38 – Sanzioni amministrative	“	43
Art. 39 – Rimborsi	“	45
Art.40 – Interessi	“	45

Capo VII

MODALITA' DI GESTIONE

Art. 41 – Gestione del servizio	pag.	48
Art. 42 – Funzionario responsabile	“	48
Art. 43 – Corrispettivo del servizio	“	48
Art. 44 – Durata della concessione	“	49
Art. 45 – Conferimento della concessione	“	49
Art. 46 – Incompatibilità	“	50
Art. 47 – Decadenza	“	51
Art. 48 – Disciplina del servizio in concessione	“	51
Art. 49 – Vigilanza del Comune sulla gestione	“	52
Art. 50 – Vigilanza del Ministero delle Finanze sulla gestione	“	52

Capo VIII

CONTENZIOSO, NORME TRANSITORIE E FINALI, ABROGAZIONI

Art. 51 – Contenzioso	pag.	54
Art. 52 – Norme transitorie	“	54
Art. 53 – Norme finali e abrogazioni	“	54

ALLEGATI

Allegato A – Piano Generale Impianti per la Pubblicità – pag. 55

Allegato B – Piano generale Impianti per le Pubbliche Affissioni
pag. 56

CAPO I

Disposizioni generali

Art. 1 – Regolamento e Ambito di applicazione

(art. 1-3-5-54 del D.L. 507/93)

1. Il presente Regolamento viene adottato ai sensi dell'art. 3 del Decreto Legislativo 15 novembre 1993 n. 507, nonché ai sensi degli art.li 5 e 54 della Legge 8 giugno 1990 n. 142;
2. Con il presente Regolamento il Comune disciplina le modalità di effettuazione della pubblicità e stabilisce limitazioni e divieti per particolari forme pubblicitarie in relazione ad esigenze di pubblico interesse.
3. Il presente Regolamento determina altresì la tipologia e la quantità degli impianti pubblicitari, le modalità per ottenere il provvedimento per l'installazione nonché i criteri per la realizzazione del piano generale degli impianti.

Stabilisce altresì, la ripartizione della superficie degli impianti pubblici da destinare alle affissioni di natura istituzionale, sociale o comunque prive di rilevanza economica e quella da destinare alle affissioni di natura commerciale, nonché la superficie degli impianti da attribuire a soggetti privati, comunque diversi dal Concessionario del pubblico servizio, per l'effettuazione di affissioni dirette, anche di natura commerciale.

Art. 2 – Classificazione del Comune

1. Ai sensi dell'art. 2, comma 1 del Decreto Legislativo 507/1993, il Comune di Bagnolo Piemonte, con una popolazione residente al 31/12/1992 di n. 5178 abitanti, si colloca nella V^a classe.

Art. 3 – Tariffe

1. La pubblicità esterna e le pubbliche affissioni, effettuate nel territorio del Comune, sono soggette, secondo le disposizioni previste nel Decreto Legislativo 15/11/1993 n. 507, rispettivamente ad una imposta ovvero un diritto a favore del Comune.
2. Le tariffe dell'imposta sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni **sono deliberate secondo i termini di legge.**
In caso di mancata adozione dell'atto deliberativo di variazione delle tariffe, ove non ricorrano i presupposti si applicano le tariffe di legge.

Art. 4 – Categoria della località

Aumento stagionale per flussi turistici

1. Vista la classe d'appartenenza del Comune, agli effetti dell'applicazione dell'imposta sulla pubblicità e del diritto delle pubbliche affissioni, limitatamente alle affissioni di carattere commerciale, il Comune **NON E' suddiviso in categorie.**

Art. 5 – Piano Generale Impianti – Finalità

1. Finalità del Piano Generale Impianti è di regolamentare il corretto utilizzo delle varie forme pubblicitarie salvaguardando l'unitarietà di arredo e le caratteristiche dei siti urbani coinvolti, le compatibilità di natura architettonica, archeologica, ed artistica, ambientali e paesaggistiche.

Il Piano Generale Impianti determina la tipologia, il numero, le distanze, le caratteristiche dei mezzi pubblicitari, siano essi apposti su proprietà pubbliche o private, nonché il numero degli impianti destinati alla Pubblicità a mezzo di Affissione Diretta.

Le forme di pubblicità previste dal Piano Generale Impianti non potranno essere in contrasto con le esigenze di viabilità, urbana ed extraurbana, di sicurezza, dello sviluppo delle zone di espansione residenziale, commerciale ed industriale.

Ai fini delle pubbliche Affissioni, scopo del Piano Generale Impianti – determinando caratteristiche, quantità e dislocazione degli impianti di pubbliche affissioni – è di garantire il precipuo interesse pubblico nella diffusione di manifesti di Istituti del Comune dello Stato, della Regione e degli altri Enti territoriali, nonché la salvaguardia del diritto fondamentale di ciascun cittadino alla libera espressione del pensiero attraverso l'affissione di manifesti comunque privi di rilevanza economica.

Inoltre il Piano Generale Impianti indica la parte di Impianti affissionali destinati ad accogliere messaggi di carattere commerciale, la cui affissione è richiesta al Servizio Pubblico.

Il Piano Generale Impianti prevede lo sviluppo programmatico degli Impianti Affissionali pubblici, la loro manutenzione ed ammodernamento utilizzando i fondi allo scopo destinati nonché quelli previsti al successivo Art. 38 (Sanzioni Amministrative).

2. Il Regolamento nel Capo II°, relativo alla pubblicità, e nel Capo IV°, relativo alle Pubbliche Affissioni, detta i criteri di elaborazione ed attuazione del Piano Generale Impianti, per ciascuna delle fattispecie in esame, separatamente trattate per chiara identificazione.
3. Il Piano Generale Impianti, potrà essere modificato, **secondo i termini di legge.**

4. Il Piano Generale Impianti, è redatto e modificato da una Commissione Tecnica costituita dal Segretario Comunale o suo delegato, che la presiede, il Responsabile dell'Ufficio Tecnico Comunale, Responsabile dell'Ufficio Tributi e Responsabile della Polizia Municipale.

La Commissione potrà essere integrata, ove l'Amministrazione lo ritenga utile, da membri senza diritto di voto, rappresentanti delle Associazioni di Categoria interessate.

La Commissione acquisisce i pareri tecnici necessari sul progetto di Piano Generale Impianti nei termini previsti dallo Statuto Comunale. In mancanza di osservazioni contrarie propone il Piano Generale Impianti all'approvazione della Amministrazione Comunale.

Art. 6 – Forme di Gestione del Servizio

1. La gestione del servizio di accertamento e riscossione dell'imposta sulla pubblicità e delle pubbliche affissioni è di norma effettuata in forma diretta dal Comune.
2. Il Comune, qualora lo ritenga più conveniente sotto il profilo economico e funzionale, può affidare in concessione il servizio **secondo le norme di legge al momento in vigore**
3. Le modalità di gestione sono disciplinate al Capo VII° del presente Regolamento.

CAPO II

Pubblicità

Modalità e tipologia

Piano Generale Impianti - Criteri

Art. 7 - Tipologia, specifiche e quantità degli impianti pubblicitari.

1. Mezzo pubblico pubblicitario - definizione e tipologie.

Ai fini del presente regolamento è definito mezzo pubblicitario qualsiasi mezzo tecnico teso alla diffusione di messaggi aventi per finalità il potenziamento economico di una azienda, teso a sviluppare un ritorno commerciale o di immagine, ovvero di propaganda di intenti sociali o di istituto, identificabile nelle casistiche di cui ai successivi artt. 8 e 9 del presente regolamento, con le caratteristiche specifiche contemplate e disciplinate da Piano Generale Impianti.

I mezzi pubblicitari possono essere acustici o visivi, con unicità o pluralità di messaggi e possono ricomprendersi in classificazioni a seconda delle loro caratteristiche, della localizzazione, temporalità o soggettività passiva ai fini tributari.

Sono **acustici** i messaggi che affidano la loro efficacia alla percezione sonora, sono **visivi** i messaggi, figurativi o meno, che utilizzano la percezione visiva.

Forme concrete distintive dei mezzi visivi derivano dall'impatto percettivo che il messaggio pubblicitario raggiunge.

Quindi si definisce **monofacciale**, il mezzo che contenga il messaggio pubblicitario su un'unica superficie piana, **bifacciale**, il mezzo che contenga su due distinte facce contrapposte messaggi pubblicitari – di eguali o differenti contenuti – la cui percezione non sia contemporanea, **polifacciale**, quando il messaggio sia distribuito su più di due facce allo scopo di aumentarne l'efficacia.

Inoltre il mezzo pubblicitario può essere **opaco**, privo cioè di illuminazione, ovvero **luminoso**, quando il congegno di illuminazione è incorporato nel mezzo stesso, **illuminato** quando un adatto dispositivo faccia convergere un fascio di luce sul mezzo pubblicitario.

Il mezzo può essere localizzato presso l'esercizio commerciale interessato, ovvero distante da esso, anche presso terzi, su proprietà pubblica o privata.

I mezzi contenenti il messaggio pubblicitario possono ancora essere classificati in relazione alla collocazione in modo stabile o temporaneo nel corso dell'anno.

Tali mezzi possono essere anche mobili qualora utilizzino persone fisiche in movimento, se posti su autoveicoli, aeromobili, aerostati, battelli, ecc.

2. Mezzi pubblicitari -specifiche.

Il Piano Generale Impianti, in attuazione dei criteri dettati del presente Regolamento, Art.li 12 e 31, determina le caratteristiche tecniche e di dislocazione degli impianti pubblicitari ed affissionali.

3. Impianti su Area Pubblica.

Il Piano Generale Impianti detta, con i criteri stabiliti nel presente Regolamento, le modalità per l'utilizzo di aree o proprietà pubbliche per l'esposizione di mezzi pubblicitari, fissi o mobili, permanenti o temporanei.

Stabilisce la quantità dei mezzi e determina il rapporto tra superficie pubblicitaria, per ciascuna area pubblica, e popolazione ivi residente, con particolare attenzione ad indici di densità di operatori commerciali e non commerciali.

4. Impianti su area od immobile privato.

Anche per questa fattispecie il Piano Generale Impianti, utilizzando i medesimi parametri di cui al comma precedente, con la salvaguardia della libertà di iniziativa economica, ma nel rispetto dell'arredo urbano, fissa gli indici di quantificazione metrica consentiti a ciascun operatore commerciale della medesima zona, desumendo la densità delle attività commerciali dai piani di commercio.

5. Impianti destinati alla Affissione diretta - definizione.

Gli impianti destinati alle affissioni dirette rappresentano una fattispecie peculiare di impianto pubblicitario, contraddistinto dalle caratteristiche del messaggio pubblicitario, che si realizza con l'affissione diretta di manifesti, dal continuo rinnovo del manifesto per una maggiore efficacia temporale dei messaggi stessi e dalle modalità di utilizzo del mezzo per questo tipo di pubblicità.

Art.8 - Pubblicità ordinaria

Le insegne, i cartelli, le locandine, le targhe, gli stendardi, le bandiere, gli impianti per affissioni diretta o qualsiasi altra fattispecie residuale non prevista al successivo Art.9, costituiscono la **pubblicità ordinaria**, hanno sempre carattere visivo e sono distinti in base alla classificazione di cui all'Art.7 del presente Regolamento.

Art.9 - Configurazioni di Pubblicità varie

1. Pubblicità effettuata con veicoli.

Il mezzo pubblicitario visivo installato su veicoli si distingue in:

- a) installato su veicoli in genere -autoveicoli, vetture autofilotranviarie, battelli, etc.- di uso pubblico o privato, recante messaggi pubblicitari per conto proprio o altrui;
- b) installato su veicoli di proprietà dell'impresa od adibiti a trasporti per suo conto, anche con rimorchio al seguito.

2. Pubblicità effettuata con pannelli a messaggi variabili.

E' classificata in questa fattispecie la pubblicità effettuata per conto proprio od altrui con insegne, pannelli od analoghe strutture luminose caratterizzate dall'utilizzo di controlli meccanici od elettronici tali da garantire la variabilità del messaggio o la sua visione intermittente, in modo da accrescerne l'efficacia di impatto pubblicitario.

3. Pubblicità effettuata mediante proiezione.

Si qualifica come realizzata mediante proiezione la pubblicità effettuata con diapositive, proiezioni luminose o cinematografiche, effettuate su schermi o pareti riflettenti.

4. Pubblicità effettuata mediante striscioni.

E' pubblicità effettuata mediante striscioni quella che effettuata con tali mezzi, festoni di bandierine o similari, attraversi strade o piazze, in maniera da accrescere l'efficacia del mezzo.

5. Pubblicità effettuata con aeromobili.

Si definiscono come pubblicità effettuate da aeromobile le scritte, il traino di striscioni, i disegni fumogeni, il lancio di oggetti paracadutati o manifestini, che avvenga a mezzo di aereo-veicoli - aerei, dirigibili, o simili- dotati di propulsione autonoma o meno - alianti, aquiloni non frenati - e che vengono effettuate anche su specchi d'acqua e fasce marittime limitrofe al territorio comunale.

6. Pubblicità effettuata con palloni frenati.

Si definisce in questa maniera la pubblicità effettuata da mezzi aerei non dotati di propulsione autonoma e, comunque, ancorati al suolo.

7. Pubblicità effettuata in forma ambulante.

E' così definita la pubblicità che si effettui con la distribuzione di manifestini o di altro materiale pubblicitario ovvero mediante persone circolanti con cartelli od altri mezzi pubblicitari, comunque in forma ambulante.

8. Pubblicità effettuata mediante messaggi sonori.

Si definisce in tal modo la diffusione, a mezzo di apparecchi amplificatori e simili, di messaggi pubblicitari commerciali o non commerciali a carattere sonoro, da postazione fissa o mobile.

Art.10 - Divieti e Limitazioni - Pubblicità, criteri -

1. Divieti.

Le forme pubblicitarie di cui agli Art.li 8 e 9, sono sottoposte a divieti e limitazioni in relazione alla localizzazione dell'impianto pubblicitario ed alle sue caratteristiche.

Resta comunque vietata l'esposizione di mezzi pubblicitari su edifici di interesse storico, su monumenti, statue, fontane artistiche e non, siti archeologici, vestigia murali storiche e comunque sui luoghi tutelati dalle Leggi n. 1089/39, 1497/39 e 431/85.

E' vietata l'installazione di mezzi pubblicitari di grande formato e sovrapposti l'uno all'altro, siano essi sostenuti da muri ovvero da sostegni autonomi.

E' altresì vietata l'installazione di mezzi pubblicitari a ridosso o nelle immediate vicinanze di ospedali, chiese, cimiteri e sulle loro mura di cinta.

E' vietata l'installazione di avancorpi, quale richiamo pubblicitario d'immagine, installati su ingressi e vetrine di esercizi commerciali che modifichino la struttura architettonica dell'edificio sia esso pubblico o privato e l'assetto dell'arredo urbano.

E' vietata l'effettuazione di pubblicità sonora nei pressi dei cimiteri, degli ospedali e case di cure, scuole, edifici pubblici nei parchi, nei giardini pubblici e comunque in prossimità di particolari strutture pubbliche o private a carattere culturale che possano ricevere disturbo dell'effettuazione di tale pubblicità, nonchè in tutto il territorio del Comune dalle ore 21 alle

ore 8 e dalle ore 13 alle ore 16.

E' comunque sempre vietata l'affissione di manifesti effettuata fuori dagli appositi impianti cioè destinati e comunque indiscriminatamente sui muri.

Ulteriori o particolari divieti sono disciplinati agli Art.li 12 e 31 del presente Regolamento.

2. Rinvii al Codice della Strada e Regolamento di esecuzione - divieti e limitazioni.

Operano i divieti e le limitazione dettati dal D.Lgs. 285/92 - Codice della Strada - e dal D.P.R. 495/92 - Regolamento di attuazione ad esecuzione - e dalle modifiche ed aggiornamento contenuti nel D.Lgs 360/93, in merito alla pubblicità sulle strade, in prossimità di esse ed alla pubblicità sui veicoli.

Dette norme sono recepite nel Piano Generale Impianti.

3.Limitazioni.

Alle attività aventi sede negli edifici di cui al comma 1) è consentita una limitata forma di pubblicità, come pure nelle zone sottoposte ai vincoli di tutela ambientale, naturalistica e paesaggistica, secondo quanto disposto nel Piano Generale Impianti, e comunque sottoposta all'ottenimento dei previsti nulla osta, secondo le norme di cui alle Leggi citate nei commi precedenti.

Altra limitazione è posta alla dimensione delle targhe od altri mezzi di indicazione dei luoghi di interesse storico, artistico e turistico e comunque nei limiti e con le caratteristiche di uniformità delineate nel Piano Generale Impianti, come altresì per le insegne e le targhe rese obbligatorie dalle Leggi. Ogni ulteriore limitazione di carattere particolare è disciplinata dal Piano Generale Impianti, con i criteri di cui agli Art.li 12 e 31 del presente Regolamento.

Art.11 - Modalità ed obblighi per la installazione di impianti pubblicitari

1.Autorizzazioni - provvedimenti.

L'installazione di impianti pubblicitari è soggetta ad autorizzazione da parte dell'Ente

competente.

Gli impianti visibili dalle strade di proprietà comunale devono essere autorizzate dall'Amministrazione Comunale.

Parimenti è di competenza del Comune il rilascio delle autorizzazioni che interessano impianti posti- visibili da proprietà di enti terzi (Nella fattispecie della Provincia di Cuneo) previo l'ottenimento del prescritto nulla osta dell'ente proprietario della strada.

Le istanze devono essere presentate al protocollo dell'Ente, secondo la modulistica predisposta e corredate da tutta la documentazione necessaria alla conclusione del procedimento.

Qualora i mezzi pubblicitari debbano essere collocati in zone nelle quali esistano vincoli a tutela delle cose di interesse artistico e storico e delle bellezze naturali dovrà essere acquisito preventivamente il consenso delle competenti autorità.

Le autorizzazioni che sono subordinate al rilascio del nulla osta dell'Ente proprietario della strada sono automaticamente sospese fino alla presentazione di tale documento al protocollo dell'Ente ed i termini di rilascio del provvedimento decorrono da tale data.

Le autorizzazioni sono rilasciate fatti salvi i diritti di terzi.

Le autorizzazioni possono avere carattere permanente, nei limiti temporali previsti dal vigente codice della strada (3 anni) oppure temporanee, qualora il richiedente intenda collocare un messaggio pubblicitario per una durata minore ai predetti 3 anni.

L'autorizzazione rilasciata è valida per il luogo e per il messaggio pubblicitario autorizzato. Ogni variazione del bozzetto, luogo e titolarità è soggetta ad il rilascio di una nuova autorizzazione.

Limitatamente ai messaggi pubblicitari collocati sui cantieri in costruzione e qualora l'attività pubblicizzata sia presente all'interno del cantiere, l'autorizzazione non vincola al luogo di collocazione, qualora siano rispettate le prescrizioni e le procedure di comunicazione di variazione del cantiere indicate nell'autorizzazione ottenuta. Anche le autorizzazioni rilasciate sui cantieri possono essere temporanee o permanenti.

Qualora l'autorizzazione non venga ritirata e/o l'impianto pubblicitario non venga collocato entro 6 mesi dalla data di rilascio dell'autorizzazione, questa si dà per rinunciata ed il richiedente dovrà produrre una nuova istanza.

IL soggetto autorizzato ha l'obbligo di rispettare quanto prescritto nell'autorizzazione rilasciata e di conformarsi alle disposizioni del presente regolamento.

L'impianto scaduto e non rinnovato deve essere rimosso entro 30 gg dalla data di scadenza dell'autorizzazione.

In tutti i casi in cui la collocazione del manufatto comporti la manomissione del suolo pubblico o del marciapiede dovranno essere osservate le norme che regolano tale materia.

- Pubblicità non soggetta ad autorizzazione.

Non richiedono formale autorizzazione:

- le forme pubblicitarie effettuate all'interno di locali aperti al pubblico non visibili dall'esterno;**

- l'esposizione di locandine pubblicitarie che non comportano il pagamento di alcuna imposizione tariffaria;

Pubblicità soggetta a mera comunicazione

Sono soggette a mera comunicazione preventiva all'ufficio tributi la seguente pubblicità:

- l'esposizione di locandine pubblicitarie soggette al pagamento;
- la pubblicità effettuata mediante volantinaggio limitatamente alle attività soggette a tassazione.

Art. 12 – Piano Generale Impianti – Criteri per gli impianti Pubblicitari.

Il Piano Generale Impianti, conformemente ai criteri di cui al D.Lgs. 507/93, recepiti nel presente Regolamento, è redatto tenendo presente le esigenze di sviluppo economico del Comune e di regolamentazione ed armonizzazione urbanistica degli impianti pubblicitari.

Il Piano Generale Impianti viene redatto dalla "Commissione per il Piano Generale Impianti", così come descritta all'Art. 5, comma 4, del presente Regolamento.

La stessa Commissione redige le modifiche da apportare al Piano Generale Impianti per i necessari adeguamenti successivi alla adozione in prima applicazione.

Il Piano Generale Impianti è adottato dall'Amministrazione in conformità ai disposti di Legge e dello Statuto Comunale.

La Commissione attiva immediatamente il censimento generale degli Impianti pubblicitari ed affissionali esistenti per il loro necessario adeguamento alla nuova normativa. In caso di Gestione in Concessione possono essere utilizzati i dati reperiti in collaborazione con il Concessionario.

La Commissione propone l'adeguamento ed il recepimento, ove compatibile, della normativa Comunale preesistente, nel Piano Generale Impianti.

2)Suddivisione del Territorio Comunale.

- a) La Commissione provvede all'esame del contesto del territorio e suddivide lo stesso in zone omogenee, in considerazione degli aspetti urbanistici, architettonici e commerciali:
- a.1) Centro Storico, propriamente detto;
 - a.2) Zone limitrofe al Centro Storico;
 - a.3) Periferia dell'abitato urbano;
 - a.4) Area Artigianale;
 - a.5) Frazioni;
 - a.6) Resto del territorio.

b) Si individuano l'assetto viario e le competenze degli Enti Territoriali eventualmente interessati, al fine di determinare limiti e divieti "zonali", anche agli effetti disposti di cui al D.Lgs. 285/92 e DPR 495/92 -Codice della Strada.

Altra attività della Commissione è l'individuazione ed elencazione degli snodi stradali. Interni ed esterni al Centro abitato, in cui l'installazione di impianti ovvero di particolari forme di mezzi pubblicitari comportino situazioni di rischio per la sicurezza stradale.

c) Il Piano Generale Impianti individua, all'interno di ciascuna zona, come sopra elencate, i luoghi, le strade ed i siti soggetti a vincolo urbanistico ambientale, paesaggistico, etc.

3. Tipologie, dimensione e quantità degli impianti pubblicitari.

a) Tipologia, forme e specifiche -Art. 7 del Regolamento- sono dettagliatamente fissate nel Piano Generale Impianti, con riferimento alle seguenti fattispecie:

- impianto sporgente -a bandiera-
 - luminoso;
 - non luminosonon è consentita la fattispecie "illuminato" per evitare fenomeni di abbagliamento;
- impianto a muro -monofacciale- (targhe, cartelli, etc.)
 - luminoso
 - illuminato
 - non luminoso
- impianto a sostegni infissi al suolo
 - monofacciale (luminoso, illuminato, ordinario)
 - bifacciale (luminoso, illuminato, ordinario)
 - polifacciale (luminoso, illuminato, ordinario)
- altre forme di impianti:

Di questi tipi di impianto il Piano Generale Impianti fissa:

- le misure standard -definendone base, altezza e tolleranze-, in relazione alle zone e ai contesti di cui al comma 2 del presente articolo;
- determina la gamma di colori standard utilizzabili e quelli vietati in considerazione delle zone di rispetto;
- il livello di luminosità espresso in lumen, per gli impianti luminosi, ed in lux per gli impianti illuminati, in relazione alle zone di rispetto ed anche, e soprattutto, alla prevenzione di fenomeni di abbigliamento riferiti al traffico stradale.

Fissa altresì le suddette specifiche per gli impianti obbligatoriamente previsti dalle Leggi, quali quelle di Ospedali, Ambulatori, Farmacie, Notai, etc. , luminose e non, fissandone inoltre caratteristiche, dimensioni e minore luminosità, oltre che nelle zone di cui al precedente comma 2, lett. c), anche quelle con assoluto divieto di installazione di impianti, targhe ed insegne.

Fissa ancora, specifiche degli striscioni ed i livelli in decibel della pubblicità sonora, fatto salvo quanto disposto dall'Art. 10, comma 1 -divieti- del presente Regolamento.

b) Distanze ed altezze.

Il Piano Generale Impianti, in rapporto alle forme ed alle specifiche, di cui al precedente punto a), per ciascuna zona e tipologia di impianto, fissa:

- le altezze massime e minime del suolo;
- le distanze degli impianti tra loro, da incroci, snodi stradali e zone di rispetto di cui al precedente comma 2. c);
- la sporgenze minima e massima dagli edifici, muri perimetrali, etc. ;
- la distanza minima tra il punto di massima sporgenza ed il ciglio del marciapiede ovvero l'inizio della carreggiata.

Specifica attenzione nella redazione del Piano generale impianti viene posta per le distanze e le altezza per l'installazione dei mezzi pubblicitari, in presenza di casi particolari, quali quelli costituiti da portici, viali alberati, etc.

c) Localizzazione degli impianti e di altre configurazioni pubblicitarie.

Il Piano Generale Impianti definisce le localizzazioni possibili per ciascun tipo di impianto, nonché quei luoghi, di cui precedente comma 2), ove, determinati tipi di mezzi pubblicitari, non possono essere installati:

- per ciascun genere -suddiviso per tipologia e dimensioni di cui al punto 3.a)- sono redatti particolareggiati elenchi;

- è redatto, altresì, nel Piano Generale Impianti, un elenco per zone, di cui al punto 2.a), riepilogativo di tutti gli impianti pubblicitari installati.

Il Piano Generale Impianti, in prima applicazione, tiene conto dell'impiantistica esistente come risultante da rilevazione censitiva.

La conformazione degli impianti deve essere adeguata alle disposizioni del Regolamento e resa conforme al Piano Generale Impianti nel periodo di tre anni e comunque non oltre il 31 dicembre 1997; entro lo stesso periodo dovrà trovare attuazione quanto disposto al successivo comma 4.

La Commissione, incaricata della redazione e modifica del Piano Generale Impianti, appronterà le eventuali modifiche in relazione all'evoluzione del rapporto tra attività economiche e sviluppo residenziale del territorio, per l'ampliamento della impiantistica pubblicitaria, globalmente considerata.

In particolare vengono indicate nel Piano Generale Impianti le zone in cui non è consentita l'installazione di impianti pubblicitari di grande o di particolare formato -poster di varie dimensioni, impianti polifacciale, etc.

Vengono inoltre determinate, le zone in cui è vietato il posizionamento di tende, ombrelloni e simili di grande formato, recanti iscrizioni pubblicitarie, le zone di limitazione pubblicità sonora, fermo restando quanto disciplinato con l'Art.10, comma 1 – divieti.

Si determinano, nel Piano Generale Impianti, le strade o piazze, in numero limitato, ove possano essere installati striscioni pubblicitari, aventi comunque le caratteristiche di cui ai precedenti punti 3.a) e 3.b), fatte salve le disposizioni in ordine alla sicurezza stradale.

d) Impianti pubblicitari destinati alla Affissione Diretta.

Il Piano Generale Impianti fissa le specifiche, il colore e le caratteristiche, elencate nei precedenti commi, anche per questo genere di impianti pubblicitari, di cui all'Art. 7, comma 5

ed all'Art. 11, comma 5.

L'aspetto progettuale ed i formati saranno conformi a quello degli impianti per le Pubbliche Affissioni, di cui all'Art. 31, del presente Regolamento, ovvero in casi particolari -chiese, partiti, associazioni, pubblici spettacoli-, potrà avere anche la forma di vetrina o bacheca murale, ove sia consentita tale ultima forma di impianto.

In ogni caso avranno colore uniforme fra loro e diverso da quello previsto per gli impianti destinati alle Pubbliche Affissioni.

Saranno altresì identificati da una targhetta recante la dicitura "Impianto pubblicitario per Affissioni dirette", oltre alla prescritta targhetta identificativa di cui all'Art. 11, comma 4, che precede.

La quantità degli impianti pubblicitari – espressa per ciascuna zona di cui al comma 2 lett. a) – è fissata dalla Commissione di cui all'Art. 5 comma 4.

Il Comune, in relazione ai disposti del Piano Generale Impianti ed ad esigenze di pubblica necessità, sicurezza stradale, ovvero disposizioni di Leggi, può disporre la revoca motivata delle autorizzazioni per impianti pubblicitari ovunque allocati, fatto salvo quanto disposto ai successivi Art.li 17 e 39.

L'impiantistica esistente deve essere adeguata alle disposizioni nel presente Regolamento e del Piano Generale Impianti, entro il termine di tre anni, e comunque non oltre il 31 dicembre 1997.

Le norme che precedentemente disciplinavano la materia di cui al presente Articolo, anche se previste in funzione dell'arredo urbano, adottate con Atto dell'Amministrazione, se compatibili, sono recepite nel Piano Generale Impianti, diversamente, ove possibile, la Commissione ne predispone l'adeguamento alla normativa vigente.

In caso contrario sono abrogate a norma dell'Art. 53, comma 4 del presente regolamento.

CAPO III

Imposta Comunale sulla Pubblicità - Applicazione Tariffe -

**Denunce, modalità di
riscossione, Accertamento**

Art. 13 – Presupposto dell'imposta

1. La diffusione di messaggi pubblicitari effettuata attraverso forme di comunicazione visive o acustiche, diverse da quelle assoggettate al diritto sulle pubbliche affissioni, in luoghi pubblici o aperti al pubblico o che sia da tali luoghi percepibile è soggetta all'imposta sulla pubblicità prevista nel presente Regolamento.
2. Ai fini dell'imposizione si considerano rilevanti i messaggi diffusi nell'esercizio di una attività economica allo scopo di promuovere la domanda di beni o servizi, ovvero finalizzati a migliorare l'immagine del soggetto pubblicizzato.

Art. 14 – Soggetto passivo

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

Art. 15 – Dichiarazione

1. Il soggetto passivo di cui all'Art. 14 è tenuto, prima di iniziare la pubblicità, a presentare al Comune ovvero al Concessionario di cui al precedente Art. 6, apposita dichiarazione anche cumulativa dei mezzi pubblicitari utilizzati nel territorio comunale, con espresso riferimento alle caratteristiche, alla durata della pubblicità ed alla ubicazione dei mezzi pubblicitari stessi. Il relativo modello di dichiarazione è predisposto dal Comune o dal Concessionario e messo a disposizione degli interessati.
2. La dichiarazione deve essere presentata anche nei casi di variazione della pubblicità, che comportino la modificazione della superficie esposta o del tipo di pubblicità effettuata, con conseguente nuova imposizione; il Comune procede al conguaglio fra l'importo dovuto in seguito alla nuova dichiarazione e quello pagato per lo stesso

periodo.

3. Qualora venga omessa la presentazione della dichiarazione, la pubblicità di cui agli articoli 22, 23 e 20, i commi 1, 2 e 3 del Regolamento, si presume effettuata in ogni caso con decorrenza dal 1° gennaio dell'anno in cui è stata accertata; per le altre fattispecie la presunzione opera dal primo giorno del mese in cui è stato effettuato l'accertamento.

Art. 16 – Efficacia della Dichiarazione per Pubblicità annuale

1. 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; tale pubblicità si intende prorogata con il pagamento della relativa imposta effettuato entro il 31 gennaio dell'anno di riferimento, sempre che non venga presentata denuncia di cessazione entro il medesimo termine.
2. Nell'ipotesi in cui non venga prodotta detta denuncia di cessazione ed il pagamento avvenga in ritardo ovvero sia omesso, si applicherà la sanzione prevista dall'art. 37, comma 2, del presente Regolamento, essendo nota all'Ufficio la dichiarazione originaria posta a base della liquidazione dell'Imposta.
3. Qualora il Contribuente produca denuncia di cessazione, e quindi cessi il pagamento dell'Imposta per l'anno di riferimento, ma in realtà non rimuova l'esposizione pubblicitaria questa è abusiva a tutti gli effetti sanzionatori.

Art. 17 – Pagamento dell'imposta

1. L'imposta è dovuta per le fattispecie previste dagli articoli 20, commi 1 e 3, 22 e 23 del Regolamento, per anno solare di riferimento cui corrisponde una autonoma obbligazione tributaria; per le altre fattispecie il periodo di imposta e quello specificato nelle relative disposizioni.

Il pagamento dell'imposta per Pubblicità annuale deve effettuarsi dal 1° al 31 gennaio dell'anno di riferimento nell'ipotesi di cui al precedente Art. 16, nell'ipotesi, invece, di cui all'Art. 15, avverrà contestualmente alla dichiarazione e prima dell'effettuazione della pubblicità.

2. **Il pagamento dell'imposta deve essere effettuato mediante versamento come segue:**
 - a mezzo conto corrente postale n. 15708126 intestato **COMUNE DI BAGNOLO PIEMONTE – SERVIZIO TESORERIA;**
 - a mezzo bonifico bancario - presso la **Tesoreria Comunale al momento in carica;**
 - tramite POS – durante gli orari di sportello;
 - in contanti – per gli importi consentiti dalla Legge – presso la **Tesoreria Comunale al momento in carica,**
con arrotondamento all'euro per difetto se la frazione è inferiore a 0,50 o per eccesso se è pari o superiore.
3. Per la pubblicità relativa a periodi inferiori all'anno solare l'imposta deve essere corrisposta in unica soluzione.
4. La riscossione coattiva dell'imposta **si effettua secondo i termini di Legge.**
5. Il contribuente, qualora decida di non utilizzare più la pubblicità è obbligato a darne comunicazione agli uffici competenti provvedendo alla rimozione del manufatto, in caso contrario l'imposta sarà comunque dovuta senza possibilità di rimborso.
6. Qualora la pubblicità sia effettuata su impianti installati su beni appartenenti o dati in godimento al Comune, l'applicazione dell'imposta sulla pubblicità non esclude quella della tassa per l'occupazione di spazi ed aree pubbliche, nonché il pagamento di canoni di locazione o di concessione.

Art. 18 – Modalità di applicazione dell'imposta

1. L'imposta sulla pubblicità si determina in base alla superficie della minima figura piana geometrica in cui è circoscritto il mezzo pubblicitario indipendentemente dal numero dei messaggi in esso contenuti.
2. Le superfici inferiori ad un metro quadrato si arrotondano per eccesso al metro quadrato e le frazioni di esso, oltre il primo, sempre per eccesso, al mezzo metro quadro;

non si fa luogo ad applicazione di imposta per superfici inferiori a trecento centimetri quadrati.

3. Per i mezzi pubblicitari bifacciali le due superfici vanno considerate separatamente e l'imposta è calcolata in base alla superficie di ciascuna di esse, arrotondata come al comma 2. che precede.
4. Per i mezzi pubblicitari polifacciali -a tre o più facce- l'imposta è calcolata in base alla superficie complessiva adibita alla pubblicità, arrotondata con i criteri di cui al comma 2. che precede.
5. Per i mezzi pubblicitari aventi dimensioni volumetriche l'imposta è calcolata in base alla superficie complessiva risultante dallo sviluppo del minimo solido geometrico in cui può essere circoscritto il mezzo stesso, arrotondata come al comma 2. che precede.
6. I festoni di bandierine e simili nonchè i mezzi di identico contenuto, ovvero riferibili al medesimo soggetto passivo, purchè collocati in connessione tra loro -e quindi funzionalmente finalizzati a diffondere, nel loro insieme, lo stesso messaggio pubblicitario ed accrescerne l'efficacia- si considerano, agli effetti del calcolo della superficie imponibile, come un unico mezzo pubblicitario.
7. Le maggiorazioni di imposta a qualunque titolo previste sono cumulabili e devono essere applicate alla tariffa base; le riduzioni non sono cumulabili.
8. Qualora la pubblicità di cui agli articoli 20 e 22 del Regolamento venga effettuata in forma luminosa o illuminata si applica sulla relativa tariffa base una maggiorazione del 100 per cento.

Art. 19 – Rettifica ed accertamento d'ufficio

1. Il Comune od il Concessionario, entro due anni dalla data in cui la dichiarazione è stata o avrebbe dovuto esser presentata, procede a rettifica o ad accertamento d'ufficio, notificando al contribuente, anche a mezzo posta mediante raccomandata con avviso di ricevimento, o apposito avviso motivato.
2. Nell'avviso sono 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, il termine di sessanta giorni entro cui effettuare il relativo pagamento nonché l'organo amministrativo o giurisdizionale competente ed i termini per la presentazione di eventuali ricorsi.
3. Gli avvisi di accertamento sono sottoscritti dal funzionario designato dal Comune per l'organizzazione e la gestione dell'imposta, ovvero, nel caso di gestione in concessione da un rappresentante del Concessionario.

ART. 20 – Pubblicità ordinaria.

1. Per la pubblicità effettuata mediante insegne, cartelli, locandine, targhe, standardi o qualsiasi altro mezzo non previsto dai successivi articoli e di cui all'art. 8 del presente regolamento, la tariffa dell'imposta per ogni metro quadrato di superficie e per anno solare è quella prevista nell'atto deliberativo di cui art. 1 comma 4.
2. Per la fattispecie pubblicitarie di cui al comma 1 che abbiano durata non superiore a tre mesi si applica per ogni mese o frazione la tariffa pari al 10% di quella prevista al comma 1. come nell'atto deliberativo di cui all'Art. 1 comma 4.
3. L'affissione diretta di manifesti, effettuata anche per conto altrui su impianti a ciò destinati, di cui all'Art. 7, comma 5 che precede, è soggetta -indipendentemente dal periodo di effettiva esposizione- al pagamento dell'imposta di pubblicità annuale, in base alla superficie complessiva dell'impianto stesso e con le modalità previste dal comma 1.
4. Ove l'impianto destinato all'affissione diretta sia collocato per un periodo pari od inferiore a 3 mesi, l'esposizione è soggetta al pagamento dell'imposta sulla pubblicità in base alla superficie complessiva dell'impianto, ad una tariffa commisurata, per ogni mese o frazione, a quella prevista al comma 2. che precede.

Art. 21 – Maggiorazione per grandi formati

Per la pubblicità ordinaria, di cui al precedente Art. 20, che abbia superficie -come arrotondata ai sensi dell'art. 18 del presente Regolamento- compresa tra metri quadrati 5,5 ed 8,5 la tariffa dell'imposta base maggiorata del 50 per cento; per quella di superficie superiore a metri quadrati 8,5 la maggiorazione è del 100 per cento.

Art. 22 – Pubblicità effettuata con veicoli

1. Per la pubblicità visiva effettuata, ai sensi del precedente Art. 9, comma 1.a, per conto proprio o altrui all'interno e all'esterno di veicoli in genere, di vetture autofilotranviarie, battelli, barche e simili, di uso pubblico o privato, è dovuta l'imposta sulla pubblicità in base alla superficie complessiva dei mezzi pubblicitari installati su ciascun veicolo nella misura e con le modalità previste dall'art. 20, comma 1.

Per la pubblicità effettuata all'esterno dei veicoli suddetti sono dovute, ove ne ricorrano i presupposti, le maggiorazioni di cui all'art. 21.

2. Per i veicoli adibiti ad uso pubblico la cui licenza di esercizio sia stata rilasciata dal Comune, l'imposta è totalmente dovuta a questo Comune.
3. Per i veicoli adibiti a servizi di linea interurbana che abbiano uno dei capolinea nel Comune, l'imposta è dovuta nella misura della metà della tariffa di cui all'art. 20, comma 1.
4. Per i veicoli adibiti ad uso privato l'imposta è dovuta al Comune se il proprietario del veicolo vi ha la residenza anagrafica o la sede.
5. Per la pubblicità effettuata per conto proprio su veicoli di proprietà dell'impresa o adibiti ai trasporti per suo conto, come previsto al precedente Art. 9, comma 1.b, l'imposta è dovuta per anno solare al Comune se vi ha sede l'impresa stessa o qualsiasi altra sua dipendenza, ovvero se vi siano domiciliati ai suoi agenti o mandatari che -alla data del primo gennaio di ciascun anno ovvero a quella successiva di immatricolazione- hanno in dotazione detti veicoli, secondo la tariffa di cui all'atto deliberativo di cui all'art. 1 comma 4.
6. Per i veicoli di cui al comma 5, l'imposta non è dovuta per le sole indicazioni del marchio, ragione sociale ed indirizzo dell'impresa, purchè tali iscrizioni non siano apposte più di due volte e ciascuna iscrizione non sia di superficie superiore a mezzo metro quadrato.
7. E' fatto obbligo di conservare l'attestazione dell'avvenuto pagamento dell'imposta e di esibirla a richiesta degli agenti autorizzati.

Art. 23 – Pubblicità effettuata con pannelli luminosi e proiezioni

1. Per la pubblicità effettuata per conto altrui con insegne, pannelli o altre analoghe strutture caratterizzate dall'impiego di diodi luminosi, lampadine e simili mediante controllo elettronico o comunque programmato in modo da garantire la variabilità del messaggio o la sua visione in forma intermittente, lampeggiante o simile. Si applica l'imposta indipendentemente dal numero di messaggi, per metro quadrato di superficie o per anno solare in base alla tariffa riportata nell'atto deliberativo di cui all'art. 1 comma 4.
2. Per la pubblicità di cui al comma 1 di durata non superiore a tre mesi si applica, per ogni mese o frazione, la tariffa pari ad 1/10 di quella prevista dal comma 1, come nell'atto deliberativo di cui all'art. 1 comma 4.
3. Per la pubblicità prevista dal comma 1. (annuale) e dal comma 2. (temporanea), effettuata dall'impresa per conto proprio, si applica l'imposta in misura pari alla metà delle rispettive tariffe.
4. Per la pubblicità realizzata in luoghi pubblici o aperti al pubblico attraverso

diapositive, proiezioni luminose o cinematografiche effettuate su schermi o pareti riflettenti, si applica l'imposta per ogni giorno, indipendentemente dal numero dei messaggi e della superficie adibita alla proiezione, in base alla tariffa di cui all'atto deliberativo di cui all'art.1 comma4.

5. Qualora la pubblicità di cui al comma 4 abbia durata superiore a trenta giorni, per ogni giorno successivo al trentesimo si applica una tariffa giornaliera pari alla metà di quella ivi prevista, nell'atto deliberativo di cui all'art. 1 comma 4.

Art. 24 – Pubblicità varia

1. Per la pubblicità effettuata con striscioni o altri mezzi simili, che attraversano strade o piazze la tariffa delle imposte, per ciascun metro quadrato e per ogni periodo di esposizione di quindici giorni o frazione, è pari a quella prevista dall'art. 20, comma 1. del presente Regolamento, e così per ogni successivo periodo di quindici giorni o frazione, come nell'atto deliberativo di cui all'art. 1 comma 4. A tale forma di pubblicità non si applicano maggiorazioni per grandi formati di cui all'art. 21 del presente Regolamento.
2. Per la pubblicità effettuata da aeromobili mediante scritte, striscioni, disegni fumogeni, lancio di oggetti o manifestini, ivi compresa quella eseguita su specchi d'acqua e fasce marittime limitrofi al territorio comunale, per ogni giorno o frazione, indipendentemente dai soggetti pubblicizzati, è dovuta l'imposta nella misura di cui all'atto deliberativo di cui all'art. 1 comma 4.
3. Per la pubblicità eseguita con palloni frenati e simili, si applica la tariffa di imposta di cui al comma 2, che precede, ridotta del 50%, come prevista nell'atto deliberativo di cui all'art.1 comma 4.
4. Per la pubblicità effettuata mediante distribuzione a mano, anche da veicoli, escluso in ogni caso il lancio, di manifestini o di altro materiale pubblicitario, oppure mediante persone circolanti con cartelli o altri mezzi pubblicitari, è dovuta l'imposta per ciascuna persona impiegata nella distribuzione od effettuazione e per ogni giorno o frazione, indipendentemente dalla misura dei mezzi pubblicitari o dalla quantità di materiale distribuito, in base alla tariffa di cui all'atto deliberativo all'art. 1 comma 4.
5. Per la pubblicità effettuata a mezzo di apparecchi amplificatori e simili, da posto fisso o mobile ed indipendentemente dai soggetti pubblicizzati , la tariffa dell'imposta dovuta per ciascun punto di pubblicità e per ciascun giorno o frazione è quella riportata nell'atto deliberativo di cui all'art. 1 comma 4.

Art. 25 – Riduzioni dell'imposta

La tariffa dell'imposta è ridotta la metà:

- a) per la pubblicità effettuata da comitati, associazioni, fondazioni ed ogni altro ente che non abbia scopo di lucro;
- b) per la pubblicità da chiunque effettuata -con o senza scopo di lucro- purchè con il patrocinio o la partecipazione degli Enti Pubblici territoriali così come risultante da idoneo atto di volontà dei predetti Enti ed esclusivamente relativa a manifestazioni politiche, sindacali e di categoria, culturali, sportive, filantropiche e religiose.
- c) per la pubblicità relativa a festeggiamenti patriottici, religiosi, a spettacoli viaggianti e di beneficenza.

Art. 26 – Esenzioni dall'imposta

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, nonchè i mezzi pubblicitari, ad eccezione delle insegne, esposti nelle vetrine e sulle porte di ingresso dei locali medesimi purchè siano attinenti all'attività in essi esercitata e non superino, nel loro insieme, la superficie complessiva di mezzo metro quadrato per ciascuna vetrine o ingresso;
- b) gli avvisi al pubblico esposti nelle vetrine o sulle porte di ingresso dei locali o, in mancanza di queste, nelle immediate adiacenze del punto di vendita, relativi all'attività svolta, nonchè quelli riguardanti la localizzazione e l'utilizzazione dei servizi di pubblica utilità, che non superino la superficie di mezzo metro quadrato;
- c) gli avvisi riguardanti la locazione o la compravendita degli immobili sui quali sono affissi, purchè di superficie non superiore ad un quarto di metro quadrato;
- d) la pubblicità comunque effettuata all'interno, sulle facciate esterne o sulle recinzioni dei locali di pubblico spettacolo qualora si riferisca alle rappresentazioni in programmazione.
- e) la pubblicità, escluse le insegne, relativa ai giornali ed alle pubblicazioni periodiche, se esposta sulle sole facciate esterne delle edicole o nelle vetrine o sulle porte d'ingresso dei negozi ove si effettua la vendita, esclusa qualsiasi altra limitrofa collocazione;
- f) la pubblicità esposta all'interno delle stazioni dei servizi di trasporto pubblico di ogni genere inerente l'attività esercitata dall'impresa di trasporto, nonchè le tabelle esposte all'esterno delle stazioni stesse o lungo l'itinerario di viaggio, per la sola parte in cui contengano informazioni relative alle modalità di effettuazione del servizio;
- g) la pubblicità esposta all'interno delle vetture ferroviarie, degli aerei e delle navi, ad

eccezione dei battelli di cui all'art. 22 del presente Regolamento;

h) la pubblicità comunque effettuata in via esclusiva dallo Stato e dagli Enti Pubblici territoriali;

i) le insegne, le targhe e simili apposte per l'individuazione delle sedi comitati, associazioni, fondazioni ed ogni altro ente che non persegua scopo di lucro;

l) le insegne, le targhe e simili la cui esposizione sia obbligatoria per disposizione di Legge o di Regolamento sempre che le dimensioni del mezzo usato, qualora non espressamente stabilite dalle medesime norme, non superino il mezzo metro quadrato di superficie.

CAPO IV

Pubbliche Affissioni

Modalità Tipologie

Piano Generale Impianti Pubbliche Affissioni

Art. 27 – Istituzione del servizio delle Pubbliche Affissioni

1. Il Comune, avendo popolazione pari a n. 5178 abitanti, ha istituito il Servizio delle pubbliche affissioni.
2. Il Comune, con l'istituzione del Servizio delle pubbliche affissioni, garantisce l'affissione a sua cura, in appositi impianti a ciò destinati, di manifesti, di qualunque materiale costituiti, contenenti comunicazioni aventi finalità istituzionali, sociali o comunque prive di rilevanza economica, come configuranti agli Articoli 20 e 21 del D.Lgs. 507/93.

Inoltre, nei limiti stabiliti dai successivi Articoli e recepiti nel Piano Generale Impianti – Pubbliche Affissioni -, effettua il Servizio pubblico anche per messaggi diffusi nell'esercizio di attività economiche.

Art. 28 – Impianti per le Pubbliche Affissioni – Definizioni, tipologie, specifiche e quantità –

1. Impianto per le Pubbliche Affissioni – definizione

Si definisce impianto affissionale il mezzo che, per struttura e destinazione, accoglie quel particolare tipo di messaggi costituito da manifesti, di qualunque idoneo materiale costituito.

Si definisce impianto per le Pubbliche Affissioni quello destinato all'esclusivo utilizzo da parte del Pubblico Servizio, e che è distinto da quelli utilizzati per la pubblicità a mezzo Affissione diretta, di cui all'Art. 7, comma 5 e Art. 11, comma 5 del presente Regolamento.

2. Tipologie

Gli impianti affissionali possono identificarsi in base ai formati dei manifesti ivi affissi ed alle caratteristiche del mezzo.

2. a – Impianti ordinari, sono quelli destinati alla affissione di manifesti costituiti di più fogli 70x100, senza alcuna connessione di messaggio fra loro.

2. b – Impianti particolari, sono quelli destinati alla affissione di manifesti costituiti di più fogli 70x100, aventi unicità di messaggio e quindi con vincolo di formato,

necessitanti cioè di impianti con caratteristiche dimensionali particolari - 100x140, 140x200, 200x140, ovvero i cosiddetti Poster 3x2 e 6x3, ed altre misure.

Si possono inoltre suddividere gli impianti in ordine alle facce destinate all'affissione, monofacciale ove sia una sola, bifacciale ove siano visibili ed utilizzabili entrambi i lati contrapposti per l'affissione, di altre forme, polifacciali od altro.

3. Ripartizione, quantità, specifiche

In ordine ai manifesti da affiggere a cura del Servizio Pubblico, gli impianti sono suddivisi in:

3. a – impianti per messaggi di Istituto, destinati cioè alle comunicazioni ai cittadini da parte della Pubblica Amministrazione in senso lato, e specificamente del Comune;

3. b – impianti per messaggi di contenuti sociali, comunque non economici, destinati cioè alle comunicazioni di Enti, Associazioni, etc. non aventi fini di lucro;

3. c – impianti per annunci funebri, destinati cioè esclusivamente alle comunicazioni di carattere funerario, normalmente costituite da manifesti di formato ridotto;

La consistenza degli Impianti di cui ai punti 3. a e 3. b dovrà essere tale da assicurare l'idonea diffusione nel territorio comunale, e comunque non inferiore nel numero stabilito dalla Legge;

3. d – impianti per messaggi a carattere commerciale la cui affissione è affidata dai privati, esercenti attività di impresa ed economiche, al Servizio delle Pubbliche Affissioni.

Le quantità, le specifiche delle caratteristiche, la localizzazione territoriale degli impianti destinati all'utilizzo da parte del Servizio delle Pubbliche Affissioni, con la ripartizione sopra espressa, sono indicate nel successivo Art. 31 -Criteri per il Piano Generale Impianti, per la parte relativa alle Pubbliche Affissioni- e recepite nel Piano stesso.

4. Gli impianti destinati alle Pubblicità mediante Affissione diretta, come definiti all'Art. 7 comma 5 del presente Regolamento, sono opportunamente disciplinati al precedente Art. 12 -Criteri per il Piano Generale Impianti, per la parte relativa alla Pubblicità-.

Art. 29 - Divieti e Limitazioni

1. Gli impianti per le Pubbliche Affissioni non possono essere installati nei luoghi in cui è previsto esplicito divieto come disciplinato all'Art. 10, comma 1 del presente Regolamento.
2. Le limitazioni riguardano la tipologia ed i formati degli impianti affissionali, in relazione ai contesti di arredo urbano, architettonici, etc. , sono fissate zone nel Piano

Generale Impianti.

3. Per gli impianti affissionali valgono i limiti ed i divieti previsti nel "Codice della Strada" di cui al D.Lgs. 285/92, successive integrazioni e modificazioni e nel D.P.R. 495/92, così come recepiti, in attuazione, nel Piano Generale Impianti.
4. Nessuna affissione, da chiunque commissionata o disposta potrà avvenire ad opera del Servizio Pubbliche Affissioni in maniera difforme a quanto previsto al successivo Art. 31, comma 5 ed in violazione di quanto disposto all'Art. 10 del presente Regolamento.

Art. 30 - Pubbliche affissioni

Modalità

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 od il Concessionario di cui all'art. 25, comma 2, del D.Lgs. 507/93, deve mettere a sua disposizione l'elenco delle posizioni utilizzate con l'indicazione dei quantitativi affissi.
3. Il ritardo dell'effettuazione delle affissioni causato dalle avverse condizioni atmosferiche si considera caso di forza maggiore. In tal caso, qualora il ritardo sia superiore a dieci giorni dalla data richiesta, il Comune od il Concessionario 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 affissione.
5. Nei casi di cui ai commi 3 e 4 il committente può annullare la commissione senza alcun onere a suo carico ed il Comune od il Concessionario è tenuto al rimborso delle somme versate entro novanta giorni dal momento della richiesta di rimborso.
6. Il committente ha facoltà di annullare la richiesta di affissione prima che venga eseguita, con l'obbligo di corrispondere in ogni caso la metà del diritto dovuto, a titolo di penale per aver sottratto alle disponibilità degli utenti gli spazi prenotati e non utilizzati.
7. **Il Comune od il Concessionario ha l'obbligo di comunicare al richiedente l'eventualità di manifesti strappati o comunque deteriorati ovvero coperti da affissione abusiva e, qualora non disponga di altri esemplari dei manifesti da sostituire, deve darne tempestivamente comunicazione al medesimo richiedente mantenendo, per la durata del periodo commissionato, a sua disposizione i relativi spazi. Il servizio di nuova affissione dovrà comunque essere remunerato.**

8. 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 alle commissioni.
9. Per le affissioni richieste per il giorno in cui è stato consegnato il materiale da affiggere od entro i due giorni successivi, compatibilmente con la disponibilità di spazi, se trattassi di affissioni di contenuto commerciale, ovvero per le ore notturne dalle 20 alle 7 o nei giorni festivi, è dovuta la maggiorazione del Diritto, di cui all'Art. 33, comma 5.

Art. 31 - Piano Generale Impianti - Criteri per le Pubbliche Affissioni

1. Il Piano Generale Impianti, conformemente ai criteri di cui al D.Lgs. 507/93, recepiti nel presente Regolamento, è di redatto, per ciò che riguarda gli impianti destinati alle Pubbliche Affissioni, conformemente alle esigenze di diffusione dei messaggi di Istituto e Socialmente utili.

La "Commissione per il Piano Generale Impianti" redige le modifiche da apportare al Piano Generale Impianti per i necessari adeguamenti successivi alla adozione in prima applicazione.

La Commissione attiva immediatamente il censimento generale degli Impianti destinati alle Pubbliche Affissioni esistenti per il loro necessario adeguamento alle esigenze espresse agli Art.li 27 e 28 del presente Regolamento. In caso di Gestione in Concessione possono essere utilizzati i dati reperiti in collaborazione con il Concessionario.

La Commissione propone anche l'adeguamento ed il recepimento, ove compatibile, della normativa Comunale riguardante le Affissioni che sia preesistente, nel Piano Generale Impianti.

Nella redazione del Piano la Commissione tiene conto della necessità di contenere il calo gettito conseguente alla ridefinizione degli impianti affissionali, ed alla destinazione di elezione di questi alle affissioni di Istituto e non commerciali.

2. La Commissione, suddiviso il territorio comunale con le modalità di cui all'Art. 12, comma 2, definisce le caratteristiche degli impianti.
3. Utilizzando i criteri di cui al precedente Art. 28, fermi restando i formati dei manifesti, costituenti standard nazionali, fissa le dimensioni e le distanze, nel senso disciplinato al precedente Art. 12, comma 3, lett. b), nonchè le forme ed il colore da utilizzarsi

esclusivamente per questo genere di impianti.

4. Nella redazione del Piano Generale Impianti vengono fissate le zone in cui non possono essere installati alcuni tipi di impianti, come già disposto per gli Impianti pubblicitari all'Art. 12, comma 3, lett. c).
5. Le quantità degli impianti, per ciascuna zona di cui al comma 2), suddivisi in Impianti per Affissioni Istituzionali e non commerciali e quelli destinati alle Pubbliche Affissioni di carattere commerciale, vengono fissate dalla Commissione di cui all'art. 5 comma 4.

L'impiantistica esistente deve essere adeguata alle disposizioni del presente Regolamento e del Piano Generale Impianti, entro il termine di tre anni, e comunque non oltre il 31 dicembre 1997, a questo fine si utilizzano i proventi derivanti dalla applicazione delle Sanzioni Amministrative di cui all'Art. 38 del presente Regolamento ed altre disponibilità a ciò destinate.

Ogni modifica, per qualsiasi motivo resasi necessaria, alle quantità e collocazione degli Impianti destinati alle Pubbliche Affissioni, sarà effettuata nel rispetto delle disposizioni del Piano Generale Impianti, ed ivi conseguentemente riportata.

CAPO V

Diritto sulle Pubbliche Affissioni

Applicazione Tariffe

Commissioni, Modalità di Riscossione

Art. 32 – Diritto sulle Pubbliche Affissioni

1. Per l'effettuazione delle pubbliche affissioni è dovuto al Comune, ovvero al Concessionario, da parte di chi richiede il servizio e da colui nell'interesse del quale il servizio stesso è richiesto, in solido tra loro, un diritto, comprensivo dell'imposta sulla pubblicità.
2. Tutte le maggiorazioni si applicano sulla tariffa base e sono cumulabili.

Art. 33 – Tariffe per le Pubbliche Affissioni

1. La misura del diritto sulle pubbliche affissioni per ciascun foglio di dimensione fino a cm 70x100 è **deliberata ogni anno dall'Amministrazione Comunale**.
2. Commissioni inferiori a cinquanta fogli.
Per ogni commissione inferiore a cinquanta fogli, riguardante messaggi di qualsiasi contenuto, il diritto di cui al comma 1 è maggiorato del 50 per cento.
3. Maggiorazione per grandi formati.
Il diritto di cui al comma 1, è maggiorato, per i manifesti costituiti
da otto fino a dodici fogli del 50 per cento;
da più di dodici fogli del 100 per cento.
4. Affissioni di Urgenza, Notturne e Festive.
Per le affissioni Urgenti, notturne e festive, di cui all'Art. 30, comma 9, è dovuta la maggiorazione del 10 per cento del diritto, con un minimo di L. 25,82 per ciascuna commissione.

Alle affissioni previste dal presente comma si applicano le previsioni disciplinate dai commi che precedono.

Art. 34 – Diritto su pubbliche affissioni - Modalità di pagamento

1. Le disposizioni previste per l'imposta sulla pubblicità si applicano, per quanto compatibili, anche al diritto sulle pubbliche affissioni.

2. Per il pagamento del diritto sulle pubbliche affissioni deve essere effettuato contestualmente alla richiesta del servizio, secondo le modalità di cui all'Art. 17, comma 2. del presente Regolamento; per il recupero di somme comunque dovute a tale titolo e non corrisposte si osservano le disposizioni dello stesso articolo.
3. La prova dell'avvenuto assolvimento del diritto, al fine del perfezionamento della commissione, è costituito esclusivamente dalla consegna al competente ufficio del Servizio affissioni **dell'attestazione di versamento**.
4. La consegna dell'attestazione di pagamento deve, di norma, essere effettuata direttamente all'ufficio affissioni competente; eventuali diverse modalità di trasmissione delle predette attestazioni avvengono a totale rischio del soggetto passivo del tributo.

Art. 35 – Riduzioni del diritto

1. La tariffa per il servizio delle pubbliche affissioni è ridotta a 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 ai sensi del successivo art. 36;
 - 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, con o senza scopo di lucro, purchè con il patrocinio o la partecipazione degli Enti Pubblici territoriali, come risultante da idoneo atto di volontà dei predetti Enti;
 - d) per i manifesti relativi a festeggiamenti patriottici, religiosi, a spettacoli viaggianti e di beneficenza;
 - e) per gli annunci mortuari.

Art. 36 – Esenzioni del diritto

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 province in materia di tributi;
 - d) i manifesti delle 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, amministrative;
 - f) ogni altro manifesto la cui affissione sia obbligatoria per Legge;
 - g) i manifesti concernenti corsi scolastici e professionali gratuiti regolarmente autorizzati.

CAPO VI

Sanzioni ed Interessi

Art. 37 – Sanzioni tributarie ed interessi

1. Per l'omessa presentazione della dichiarazione annuale (o di variazione) si applica la sanzione amministrativa dal cento al duecento per cento dell'imposta o del diritto dovuti, con un minimo di euro 51,65.
2. Per la dichiarazione infedele si applica la sanzione amministrativa dal cinquanta al cento per cento della maggiore imposta o diritto dovuti. Se l'errore o l'omissione attengono ad elementi non incidenti sulla determinazione di questi, si applica la sanzione da euro 51,65 ad euro 258,23.
3. Per l'omesso o tardivo pagamento dell'imposta o del diritto è dovuta, indipendentemente da quella di cui al comma 1, una soprattassa pari al 20 per cento dell'imposta o del diritto il cui pagamento è stato omesso o ritardato.
4. L'omesso pagamento dei tributi dovuti comporta la rimozione della pubblicità a decorrere da 30 gg. Se il debito permane a seguito di diffida all'adempimento, con addebito delle relative spese.
5. Le sanzioni indicate nei commi 1 e 2 sono ridotte nella misura stabilita dagli artt. 16 e 17 del decreto legislativo 472/1997 se, entro il termine per ricorrere alle commissioni tributarie, interviene adesione del contribuente con il pagamento dell'imposta o del diritto, se dovuti, e della sanzione.

Art. 38 – Sanzioni amministrative

1. Il Comune è tenuto a vigilare sulla corretta osservanza delle disposizioni legislative e Regolamentari riguardanti l'effettuazione della pubblicità. Alle violazioni di dette disposizioni conseguono sanzioni amministrative per la cui applicazione si osservano le norme contenute nelle sezioni I e II del capo I della Legge 24 novembre 1981, n. 689, salvo quanto previsto nei successivi commi.
2. Per le violazioni delle norme stabilite nel presente Regolamento nonché di quelle contenute nel piano generale degli impianti, si applica la sanzione in base alla vigente normativa con un minimo da euro 206,58 ad un massimo di euro 1.549,37
 - 2a) Per l'installazione abusiva di impianto pubblicitario privo di autorizzazione comunale;
 - 2b) Per affissione abusiva su impianto destinato ad affissioni pubbliche;

- 2c) Per imbrattamento di vie e piazze pubbliche mediante lancio di volantini
- 2d) Per affissioni abusive effettuate su spazi diversi da quelli destinati alle affissioni pubbliche o dirette;
- 2e) Per pubblicità sonora, comunque effettuata, senza prescritta autorizzazione, ovvero in difformità dalle modalità consentite;
- 2f) Per recidività nella violazione di cui ai punti 2a) , 2b) e 2c)
- 2g) Per recidività nella violazione di cui ai punti 2d) e 2e)
- 2h) Per le violazioni di cui ai punti 2a) e 2d) effettuate in zone vietate, non consentite del piano generale degli impianti ovvero sottoposte a vincoli paesaggistici, ambientali, artistici o monumentali;
- 2i) Per imbrattamento di muri con scritte indelebili o meno;
- 2l) Per pubblicità sonora effettuata in zona di rispetto ospedaliero e nei parchi pubblici.

Per tutte le violazioni non comprese nella elencazione su espressa si applica la sanzione amministrativa nella misura minima, raddoppiata per recidività ovvero espressa al massimo in presenza di più violazioni contemporanee.

Sono fatti salvi, in ogni caso, i diritti di rivalsa in ordine a danni e chiunque arrecati in violazione delle norme del presente Regolamento ferma restando l'eventuale azione penale qualora i fatti in violazione costituiscano reato perseguibile a norma di legge.

3. Il Comune, fatto salvo quanto disposto nei commi che precedono, dispone la rimozione degli impianti pubblicitari abusivi, facendone menzione nel verbale di cui al comma 2; in caso di inottemperanza all'ordine di rimozione entro il termine stabilito, il Comune provvede d'ufficio, addebitando ai responsabili le spese sostenute.
4. Il Comune, o il Concessionario del servizio, può effettuare, indipendentemente dalla procedura di rimozione degli impianti e dall'applicazione delle sanzioni di cui ai commi 2 e 3, la immediata copertura della pubblicità abusiva, in modo che sia privato di efficacia pubblicitaria, ovvero la rimozione delle affissioni abusive, dandone notizia al contravventore, con successiva notifica di apposito avviso secondo le modalità previste dall'art. 19 del presente Regolamento.
5. I mezzi pubblicitari esposti abusivamente possono, con ordinanza del sindaco, essere sequestrati dal Comune a garanzia del pagamento delle spese di rimozione ed custodia, nonché dall'imposta e dell'ammontare delle relative soprattasse ed interessi; nella medesima ordinanza deve essere stabilito un termine entro il quale gli interessati possano chiedere la restituzione del materiale sequestrato previo versamento di una congrua cauzione stabilita nell'ordinanza stessa.

Il Concessionario dà notizia all'Amministrazione dell'avvenuto rimborso ovvero delle

motivazioni del diniego, con l'osservanza delle disposizioni relative alla contabilità periodica, determinata dalla Legge ed al Regolamento, con le modalità contenute del Decreto Ministeriale del 26 aprile 1994, Art.2, lett. a).

Art. 39 – Rimborsi

1. Nelle ipotesi previste all'art. 30, comma 5 del presente Regolamento il Contribuente può presentare, entro il termine di due anni dall'avvenuto pagamento o dal definitivo accertamento del credito, apposita istanza al Comune per ottenere il rimborso dell'imposta o del Diritto versati e non dovuti.

Nell'istanza il contribuente deve indicare le proprie generalità, la motivazione della richiesta, l'importo richiesto, la modalità con cui il pagamento è stato effettuato, il mezzo pubblicitario imposta o di affissione, è comunque quant'altro utile alla identificazione del credito vantato e dalla cognizione del diritto al rimborso.

2. Il Comune, nella persona del funzionario responsabile, di cui al successivo articolo 42, dispone, entro novanta giorni, il predetto rimborso, ovvero, comunica al presentatore dell'istanza il diniego motivato.

Il Comune può, per il principio di autotutela disporre motivato rimborso – nei termini previsti dal D.Lgs. 507/93, capo I – di somme versate e successivamente accertate come non dovute.

3. Le attribuzioni di cui al presente articolo, nel caso di gestione in concessione, di cui all'Art. 6, commi 2 e 3, ed al successivo capo VII° del Regolamento, spettano al Concessionario, cui dovranno essere rivolte le istanze.

Il Concessionario dà notizia all'amministrazione dell'avvenuto rimborso ovvero delle motivazioni e del diniego, con l'osservanza delle disposizioni relative alla contabilità periodica, determinata dalla Legge e dal Regolamento, con le modalità contenute nel Decreto Ministeriale del 26 aprile 1994, Art. 2 let. a).

7.

Art. 40 - Interessi

1. 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 **stabilita per legge**, a decorrere dal giorno in cui detti importi sono divenuti esigibili.

2. Il contribuente ha diritto alla corresponsione degli interessi nella misura stabilita per legge, per le somme a lui dovute a qualsiasi titolo, a decorrere dalla data dell'eseguito pagamento.
3. Le imprese funebri hanno la facoltà di effettuare un unico versamento mensile entro il 30 di ogni mese per quanto riguarda le affissioni relative al mese successivo e le affissioni d'urgenza del mese in corso . Per le eventuali affissioni del mese successivo non comprese nel versamento effettuato entro il 30 del mese precedente, dovrà essere predisposto idoneo versamento singolo.

CAPO VII

Modalità di Gestione

Art. 41 – Gestione del servizio

Il presente Capo regola le attività connesse alla gestione del Servizio di Accertamento e Riscossione dell'imposta sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni, nelle forme previste dall'Art. 6 del presente Regolamento, in applicazione delle disposizioni previste dal D.Lgs. 507/93, Capo I°, successive integrazioni e modificazioni, dai Decreti Ministeriali, dalle Istituzioni e Circolari del Ministero delle Finanze, per quanto di rispettiva competenza del Comune e/o del Concessionario di Servizio.

1.

Art. 42 – Funzionario responsabile

1. Il Comune designa un funzionario cui sono attribuiti la funzione ed i poteri per l'esercizio di ogni attività organizzativa e gestionale dell'imposta sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni; il predetto funzionario sottoscrive anche le richieste, gli avvisi, i provvedimenti relativi e dispone i rimborsi.
2. Il Comune comunica alla direzione centrale per la fiscalità locale del Ministero delle Finanze il nominativo del funzionario responsabile entro sessanta giorni dalla sua nomina.
3. Nel caso di gestione in concessione, le attribuzioni di cui al comma 1 spettano al Concessionario, sotto il controllo dell'Amministrazione.
4. Nell'espletamento del servizio, il concessionario può agire per mezzo di un rappresentante come disciplinato nel successivo Art. 48, comma 1.

Art. 43 – Corrispettivo del servizio

1. Il corrispettivo spettante al Concessionario per l'effettuazione del servizio è disciplinato dall'art. 26, commi 1 e 2 del D.Lgs. 507/93, e determinato dalle previsioni di capitolato e contrattuali.
2. Le modalità contabili, i registri ed i bollettari da vidimarsi sono quelli disciplinati nel Decreto del Ministro delle Finanze del 26 aprile 1994 ed in ogni altro Decreto, Istruzioni e Circolari Ministeriali all'uopo emanati.
3. Il versamento alla tesoreria Comunale e le relative risultanze contabili hanno scadenza trimestrale posticipata, come disciplinato dall'art. 26, comma 3, e secondo quanto disposto con Decreto del Ministro delle Finanze del 26 aprile 1994, Art. 4, comma 1 e

dalle Istruzioni Ministeriali.

4. Per il ritardato versamento delle somme dovute dal Concessionario si applica una indennità di mora nei termini di Legge sugli importi non versati, che può essere riscossa dal Comune in caso di mancato adempimento, utilizzando il procedimento esecutivo previsto dal regio Decreto 14 aprile 1910, n. 639.
5. Nel caso di variazione di tariffe superiore al 10 per cento, deliberata dal Comune o stabilita per Legge nel corso della concessione, *l'aggio o il canone fisso ed il minimo garantito* convenuto devono essere ragguagliati in misura proporzionale al maggiore o minore ammontare delle riscossioni.

Art. 44 – Durata della concessione

1. La concessione del servizio di accertamento e riscossione dell'imposta sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni ha durata massima sei mesi.
2. Qualora la concessione sia di durata inferiore a sei anni, si può procedere al suo rinnovo fino al raggiungimento di tale limite, purchè le condizioni contrattuali proposte siano più favorevoli per il Comune; a tal fine il Concessionario deve presentare apposita istanza almeno sei mesi prima della data di scadenza della concessione indicando le condizioni per il rinnovo.
Il rinnovo viene disposto con deliberazione della Giunta Comunale.

Art. 45 – Conferimento della Concessione

1. La concessione del servizio può avvenire solo nei confronti degli iscritti all'Albo di cui all'art. 32 del D.Lgs. 507/93.
2. Il conferimento della concessione ai soggetti iscritti all'albo di cui all'art. 32 del D.Lgs. 507/93, viene effettuato in conformità all'art. 56 della Legge 8 giugno 1990, n. 142, e in previa adozione di apposito capitolato d'onere, mediante licitazione privata ai sensi dell'art. 89 del regio Decreto 23 maggio 1924, n. 827, integrato dalle disposizioni, ove compatibili, dalla legge 2 febbraio 1973, n. 14, e dall'art. 2-bis del Decreto-Legge 2 marzo 1989, n. 65 convertito, con modificazioni, dalla Legge 26 aprile 1989 n. 155.
3. La licitazione deve essere indetta tra non meno di tre soggetti iscritti all'albo di cui all'art. 32 del D.Lgs. 507/93, che abbiano capacità tecnica e finanziaria adeguata alla classe di appartenenza del Comune concedente secondo la suddivisione in categorie prevista dall'art. 33 del predetto D.Lgs. 507/93.
L'oggetto della licitazione è costituito dalla misura del corrispettivo economico, così come previsto dall'art. 28, comma 2 del D.Lgs. 507/93.
4. L'iscrizione nell'albo è comprovata esclusivamente mediante presentazione di

certificato rilasciato dalla direzione centrale per la fiscalità locale del Ministero delle Finanze in data non anteriore a novanta giorni da quella in cui si svolge la gara.

5. I soggetti partecipanti alla licitazione debbono fornire apposita dichiarazione resa ai sensi degli articoli 4, 20 e 26 della Legge 4 gennaio 1968, n. 15, attestante che loro stessi ed i soci della società che rappresentano non detengono, a qualsiasi titolo, direttamente od indirettamente, interessi in altre società partecipanti alla licitazione stessa; la omissione della dichiarazione o la sua falsa attestazione comportano la nullità della concessione, ove non sia iniziata la gestione, o la decadenza dalla stessa norma dell'art. 30, comma 1, lettera d) del D.Lgs. 507/93.
6. Quando almeno due licitazioni risultino infruttuose la concessione può essere conferita mediante trattativa privata; in tal caso la durata della concessione non può essere superiore a tre anni, con esclusione della possibilità di rinnovo.
7. Nell'ipotesi di affidamento in concessione del servizio ad azienda speciale, il corrispettivo del servizio è determinato dal Comune con apposita convenzione.

Art. 46 - Incompatibilità

1. Non può essere conferita la concessione del servizio di accertamento e riscossione dell'imposta sulla pubblicità e diritto sulle pubbliche affissioni ai soggetti di cui all'art. 29 del D.Lgs. 507/93 ed in particolare:
 - a) ai consiglieri regionali, provinciali e comunali limitatamente all'ambito territoriale in cui esercitano il loro mandato;
 - b) ai membri degli organi di controllo sugli atti di questo Comune;
 - c) al coniuge, ai parenti ed agli affini fino al secondo grado, del sindaco, dei consiglieri e degli assessori di questo comune;
 - d) a coloro che, in dipendenza di precedenti gestioni, siano in lite con il Comune.

Art. 47 – Decadenza

Il Concessionario incorre nella decadenza dalla concessione per i seguenti motivi:

- a) per non aver prestato o adeguato la cauzione di cui al successivo art. 48, comma 4;
- b) per mancato versamento delle somme dovute alle prescritte scadenze;
- c) per continuate irregolarità o reiterati abusi commessi nella conduzione del servizio;
- d) per aver reso falsa attestazione in ordine a quanto richiesto dal comma 5 dell'art. 45 del presente Regolamento;
- e) per l'inosservanza del divieto di contemporaneo svolgimento dell'attività di Concessionario e di commercializzazione della pubblicità previsto dal comma 4 dell'art. 33 del D.Lgs. 507/93;
- f) per aver conferito il servizio in appalto a terzi;
- g) per la scoperta preesistenza o il verificarsi durante la concessione di una delle cause di incompatibilità previste dall'art. 29 del D.Lgs. 507/93.

- 2. La decadenza è richiesta dal Comune interessato o d'ufficio da parte della Direzione Centrale per la Fiscalità Locale del Ministero delle Finanze, ed è pronunciata, previa contestazione degli addebiti, con Decreto del Ministero delle Finanze, sentito, ove occorra, il Prefetto.
- 3. Il Concessionario decaduto cessa con effetto immediato dalla conduzione del servizio ed è privato di ogni potere in ordine alle procedure di accertamento e riscossione; allo scopo il sindaco diffida i contribuenti a non effettuare pagamenti al Concessionario decaduto e procede all'acquisizione della documentazione riguardante la gestione, redigendo apposito verbale il contraddittorio con il Concessionario stesso.

Art. 48 – Disciplina del servizio in concessione

- 1. Nell'espletamento del servizio, il Concessionario può agire per mezzo di un rappresentante munito di apposita procura che non si trovi nei casi di incompatibilità previsti nell'art. 29 del D.Lgs. 507/93; di ciò dovrà essere fornita dichiarazione a norma degli articoli 4, 20 e 26 della Legge 4 gennaio 1968, n. 15, al Comune interessato assieme al deposito dell'atto di conferimento della procura.
- 2. Il personale addetto al servizio deve essere munito di apposita tessera di riconoscimento rilasciata dal Comune.
- 3. E' vietata l'attribuzione in appalto del servizio da parte del Concessionario. E' nulla la

cessione del contratto a terzi.

4. A garanzia del versamento delle somme riscosse nonché degli obblighi patrimoniali derivanti dal conferimento della concessione, il Concessionario del servizio è tenuto a prestare, prima della stipulazione del contratto, una cauzione costituita a norma della Legge 10 giugno 1982, n. 348, il cui ammontare è determinato in conformità a quanto disposto dal comma 4 dell'art. 31 del D.Lgs. 507/93.
5. In caso di mancato versamento delle somme dovute dal Concessionario, il Comune può procedere ad esecuzione sulla cauzione utilizzando il procedimento previsto del Regio Decreto 14 aprile 1910, n. 639.

Art. 49 – Vigilanza del Comune sulla Gestione.

1. Per la gestione contabile dell'imposta sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni si rinvia alle disposizioni di cui al Decreto del Ministro delle Finanze previsto dall'art. 35, comma 4 del D.Lgs. 507/93.
2. Il Comune ha facoltà di richiedere al Concessionario atti e documenti inerenti alla gestione del servizio.
3. Il Concessionario del servizio è tenuto ad osservare tutte le disposizioni previste dal D.Lgs. 507/93 e dal presente Regolamento, al fine di assicurare la regolarità amministrativa della gestione.

Art. 50 – Vigilanza del Ministero delle Finanze sulla gestione.

1. Il Comune è tenuto ad inviare al Ministero delle Finanze, entro trenta giorni dalla loro adozione, le deliberazioni di approvazione del Regolamento e delle tariffe; nello stesso termine, il Concessionario deve inviare il capitolato d'onori ed il contratto relativo alla gestione affidata in concessione ai fini della vigilanza da parte del predetto Ministero, sulle gestioni dirette o in concessione.
2. La direzione centrale, ove ritenga che le deliberazioni concernenti il presente Regolamento e le tariffe, il capitolato d'onori e il contratto siano contrarie a disposizioni di Legge, ne chiede il riesame ferma restando la loro esecutività.
3. Il Ministero delle Finanze, con proprio Decreto, stabilisce le modalità e l'esecuzione delle ispezioni d'ufficio, previste dall'art. 35 del D.Lgs. 507/93.

CAPO VIII

Contenzioso, Norme transitorie e finali, Abrogazioni

Art. 51 - Contenzioso

1. A norma dell'Art. 2 del D.Lgs. 546/92, la cognizione delle controversie in materia di Tributi Locali è demandata in 1° grado alla Commissione Tributaria Provinciale ed in 2° grado a quella Regionale , nei termini previsti dalla Legge.
2. Contro le risultanze dei ruoli di riscossione coattiva di cui a D.P.R. 43/88, si può ricorrere alle Commissioni Tributarie.

ART. 52 – Norme transitorie

1. In deroga alle disposizioni dell'art. 31, comma 3 del D.Lgs. 507/93, è ammessa la cessione del contratto in corso alla data di entrata in vigore del predetto Decreto a soggetti iscritti nell'albo di cui all'art. 32 entro il termine di un anno dalla suddetta data, previo consenso del Comune e nulla osta della Direzione Centrale per la Fiscalità Locale del Ministero delle Finanze.
2. Entro il termine di cui al comma precedente, il Comune acquisisce, a condizione da convenirsi tra le parti, gli impianti pubblicitari detenuti dal Concessionario. Nello stesso termine, ove il Comune non eserciti il diritto di prelazione sugli stessi, al Concessionario è consentita la cessione degli impianti a terzi, previa comunicazione all'Ente.

Art. 53 – Norme finali e abrogazioni

1. Il presente Regolamento sostituisce ogni precedente norma regolamentare e tariffaria afferente l'imposta comunale sulla pubblicità e il diritto sulle pubbliche affissioni ove incompatibile con esso o con il D.Lgs. 507/93.
2. Per quanto non previsto nel presente Regolamento si rinvia al D.lgs. 507/93, Capo I°, Decreti, Istruzioni e Circolari Ministeriali.
3. Il presente Regolamento entra in vigore ed esplica la sua efficacia dal 1 gennaio 2016, così come disposto dalle normative di cui al D.Lgs. 507/93.

ALLEGATO A

PIANO GENERALE DEGLI IMPIANTI PER LA PUBBLICITA'

Attualmente le autorizzazioni vengono rilasciate in base alle norme contenute nel Codice della Strada, in attesa della definizione del Piano Generale degli Impianti per la Pubblicità del Comune di Bagnolo Piemonte.

ALLEGATO B

PIANO GENERALE DEGLI IMPIANTI PER LE PUBBLICHE AFFISSIONI

Le postazioni di seguito elencate hanno tabelloni di misura cm. 140 x 200.

ELENCO POSTAZIONI	Numero tabelloni per ANNUNCI FUNEBRI	Numero tabelloni per ANNUNCI COMMER- CIALI	Numero tabelloni per ANNUNCI SOCIALI
Corso Malingri – angolo Via Madonnina	2	0	0
Nuovo piazzale lungo Via Verdi – fronte negozio Puntomusica	1	1	0
Via De Gasperi – lato ingresso croce verde	1	1	0
Via Cesare Battisti – fronte esposizione Ferramenta Martina	3	3	0
Via Cesare Battisti - fronte monumento caduti	0	4	0
Via L. Einaudi – fronte ex peso	3	0	0
Via Cavalieri di Vittorio Veneto	0	10	0
Corso Malingri vicino ingresso oratorio	3	6	0
Via Don Poetto	2	0	0
Piazza Peso nuovo	0	2	0
Piazza Villaretto	2	2	0
Cappella Maddalena -Via Maddalena	1	0	0
Via Matteotti incrocio Via Roma	0	2	0
Villar – piazza 30 dicembre 1943 muro via Cave	2	4	0
Villar – Piazza Don Bianco	2	0	0
Via Cavour – mobilificio Regazzi - Bagnolo Gomme	1	1	0
Incrocio Via San Maurizio – Via Traversale Ripoirà	2	0	0
Chiesa San Bernardo – incrocio Via Toia – prov. Bagnolo Barge	2	2	0
Chiesetta Sant'Anna –	1	0	0
Chiesa San Grato – Via Cavour	2	2	0
Via Villaretto – poco oltre la Chiesa Parrocchiale	1	0	0
Olmetto - Piazza	2	1	0

Villar – piazza 30 dicembre 1943 muro via Cave	2	4	0
Via Cave – Zona San Rocco – incrocio Via Airetta	1	0	0
Piazza Friuland (bacheca in legno da non usare collanti ma solo puntine-punti o chiodini)	0	0	1
Piazza del Santuario (bacheca in legno da non usare collanti ma solo puntine-punti o chiodini)	1	0	1
Piazza Martiri della Liberazione (bacheca in legno da non usare collanti ma solo puntine-punti o chiodini)	0	1	1