



COMUNE DI SORA
(PROVINCIA DI FROSINONE)

**REGOLAMENTO COMUNALE
DELLA PUBBLICITA' E DELLE
PUBBLICHE AFFISSIONI**
- PIANO GENERALE DEGLI IMPIANTI
- ABACO ESPLICATIVO

Approvato con Deliberazione del Consiglio Comunale n. 47 del 09/12/2014,
modificato con Deliberazione di C.C. n. 17 del 29/02/2016 e n. 9 del 29/03/2018.

INDICE

CAPITOLO I - DISPOSIZIONI GENERALI

Art. 1 Oggetto del regolamento	Pag. 4
Art. 2 Classificazione del comune	Pag. 5
Art. 3 Gestione del servizio	Pag. 5
Art. 4 Funzionario responsabile	Pag. 5
Art. 5 Disposizioni generali	Pag. 5
Art. 6 Quadro normativo di riferimento	Pag. 6
Art. 7 Articolazione del regolamento ed elaborati allegati	Pag. 6

CAPITOLO II - IMPIANTI PER LA PUBBLICITA' E LE PUBBLICHE AFFISSIONI

Art. 8 Definizioni	Pag. 7
Art. 9 Tipologia degli impianti pubblicitari e delle affissioni	Pag. 10
Art. 10 Piano generale degli impianti – Criteri	Pag. 10
Art. 11 Superficie degli impianti pubblicitari e di quelli per le Pubbliche affissioni	Pag. 11
Art. 12 Ripartizione della superficie degli impianti per le pubbliche affissioni	Pag. 11
Art. 13 Spazi o impianti per le affissioni dirette	Pag. 11
Art. 14 Pubblicità effettuata su beni di proprietà comunale	Pag. 11

CAPITOLO III - IMPOSTA COMUNALE SULLA PUBBLICITA'

Art. 15 Oggetto dell'imposta	Pag. 12
Art. 15 bis Norme tecniche per l'installazione delle croci verdi delle farmacie	Pag. 12
Art. 16 Soggetto passivo dell'imposta	Pag. 13
Art. 17 Soggetto attivo dell'imposta	Pag. 13
Art. 18 Documentazione per l'acquisizione del titolo autorizzativo	Pag. 13
Art. 19 Procedimenti per l'acquisizione del titolo autorizzativo	Pag. 15
Art. 20 Obblighi del titolare del titolo autorizzativo	Pag. 16
Art. 21 Durata del titolo autorizzativo	Pag. 16
Art. 22 Annullamento, revoca e decadenza del titolo autorizzativo	Pag. 17
Art. 23 Forme pubblicitarie non soggette ad autorizzazione	Pag. 17
Art. 24 Pubblicità effettuata a mezzo di veicoli	Pag. 18
Art. 25 Veicoli destinati ad uso speciale per la pubblicità	Pag. 19
Art. 26 Pubblicità fonica	Pag. 20
Art. 27 Pubblicità effettuata in difformità a leggi e regolamenti	Pag. 20

Art. 28 Materiale pubblicitario abusivo	Pag. 21
Art. 29 Rimozione o spostamento dei mezzi pubblicitari e ripristino dello stato dei luoghi	Pag. 21
Art. 30 Obbligo della dichiarazione	Pag. 21
Art. 31 Modalità di applicazione dell'imposta	Pag. 22
Art. 32 Determinazione e calcolo dell'imposta	Pag. 23
Art. 33 Categoria delle località	Pag. 24
Art. 34 Maggiorazioni di imposta	Pag. 24
Art. 35 Riduzioni dell'imposta	Pag. 25
Art. 36 Esenzioni dall'imposta	Pag. 25
Art. 37 Esclusioni dall'imposta	Pag. 27
Art. 38 Pagamento dell'imposta	Pag. 27
Art. 39 Rettifica ed accertamento d'ufficio	Pag. 28
Art. 40 Riscossione coattiva dell'imposta	Pag. 28
Art. 41 Rimborsi	Pag. 28
Art. 42 Tariffe	Pag. 28

CAPITOLO IV - DIRITTO SULLE PUBBLICHE AFFISSIONI

Art. 43 Istituzione e finalità del servizio	Pag. 32
Art. 44 Soggetto passivo	Pag. 32
Art. 45 Modalità per le pubbliche affissioni	Pag. 32
Art. 46 Impianti destinati all'affissione di manifesti funebri	Pag. 34
Art. 47 Affissioni abusive	Pag. 35
Art. 48 Riduzioni del diritto	Pag. 35
Art. 49 Esenzioni dal diritto	Pag. 36
Art. 50 Pagamento del diritto - Recupero di somme	Pag. 36
Art. 51 Tariffe	Pag. 37

CAPITOLO V - SANZIONI ED INTERESSI

Art. 52 Sanzioni tributarie	Pag. 38
Art. 53 Interessi	Pag. 38
Art. 54 Sanzioni amministrative	Pag. 38

CAPITOLO VI - DISPOSIZIONI FINALI E TRANSITORIE

Art. 55 Entrata in vigore	Pag. 41
Art. 56 Disposizioni transitorie	Pag. 41

CAPITOLO I – DISPOSIZIONI GENERALI

Art. 1

Oggetto del regolamento

1. Il presente regolamento disciplina l'applicazione dell'imposta sulla pubblicità e la gestione del servizio delle pubbliche affissioni e del relativo diritto, ai sensi del Decreto Legislativo 15 novembre 1993 n. 507 e stabilisce le modalità di effettuazione della pubblicità, delle pubbliche affissioni e quant'altro richiesto dall'art. 3, del Decreto Legislativo sopra citato. Esso disciplina l'individuazione della tipologia degli impianti pubblicitari su suolo pubblico e privato e la loro distribuzione sul territorio Comunale, tenuto conto delle esigenze di carattere sociale, della concentrazione demografica ed economica, delle esigenze di tutela architettonica, ambientale e paesaggistica, nonché delle esigenze della circolazione, del traffico e dei propri principi contenuti nei vigenti strumenti urbanistici. L'insieme delle norme è stato concepito in modo da garantire che i mezzi pubblicitari non costituiscano in alcun modo pericolo o disturbo per la sicurezza stradale, sia per la circolazione veicolare che per quella pedonale. Una particolare attenzione è stata posta ai loro aspetti più propriamente visivi, oltreché ai criteri di tipo antinfortunistico ai quali la progettazione e l'ubicazione devono conformarsi. La presente disciplina per l'inserimento di mezzi pubblicitari ed arredo urbano, per i principi stessi a cui ci si è ispirati nella sua formulazione, garantisce che detti impianti non si pongano, sul territorio, come elementi di disturbo all'estetica architettonica e all'ambiente naturale, ma al contrario, ove possibile e specie nell'ambito del contesto cittadino, diventino, quali elementi di arredo, occasione di arricchimento del panorama urbano, ponendo particolare attenzione alle aree in prossimità degli edifici destinati al culto ed a quelli di uso pubblico. Grande attenzione è stata posta al tema della fruibilità del contesto urbano, al fine di garantire che i mezzi pubblicitari non costituiscano detrimento ad un funzionale uso del territorio andando invece, ove possibile, ad aumentarne la fruibilità disciplinando l'inserimento di elementi di arredo urbano quali transenne parapetonali, impianti unitari di segnaletica pubblicitaria e segnaletica urbana di direzione, targhe, panchine, pensiline, cestini getta rifiuti, paline fermata bus, orologi, etc.

2. Agli effetti del presente regolamento si intendono rispettivamente:

- per "imposta" l'imposta comunale sulla pubblicità,
- per "diritto" il diritto sulle pubbliche affissioni,
- per "decreto" il Decreto Legislativo 15 novembre 1993 n. 507,
- per "regolamento" il presente regolamento,
- per "piano" l'allegato piano generale degli impianti,
- per "abaco" l'allegato abaco esplicativo.

Art. 2

Classificazione del Comune

1. Ai fini della determinazione delle tariffe dell'imposta e del diritto, il Comune di Sora, ai sensi dell'art. 2 del decreto, appartiene alla IV classe.

Art. 3

Gestione del servizio

1. Il servizio per l'accertamento e la riscossione dell'imposta e del diritto è di esclusiva competenza comunale e potrà essere gestito, come previsto dall'art. 25 del decreto:

- in forma diretta;
- in concessione ad apposita azienda speciale;
- in concessione a ditta iscritta all'albo dei concessionari tenuto dalla Direzione Centrale per la fiscalità locale del Ministero delle Finanze, previsto dall'art. 32 del citato decreto.

Art. 4

Funzionario Responsabile

1. Nel caso di gestione diretta, il Comune designa un funzionario cui sono attribuiti la funzione ed i poteri per l'esercizio di ogni attività organizzativa e gestionale dell'imposta e del diritto. Il predetto funzionario sottoscrive anche le richieste, gli avvisi, i provvedimenti relativi e dispone i rimborsi.

2. Nel caso di gestione in concessione le attribuzioni di cui al comma 1. spettano al concessionario.

Art. 5

Disposizioni generali

1. Il regolamento prevede un'armonizzazione degli iter autorizzativi con quanto previsto dalle statuizioni del Codice della Strada.

2. In via generale si stabilisce che il Comune, in virtù delle linee principali del piano, si avvale della facoltà di cui al comma 6 dell'art. 23 del Codice della Strada, ossia della facoltà di concedere deroghe, nell'ambito del centro abitato, alle norme relative alle distanze minime per il posizionamento dei cartelli e degli altri mezzi pubblicitari, nel rispetto delle esigenze di sicurezza della circolazione stradale, nonché dei limiti di cui al D.Lgs. 30 aprile 1992 n. 285 e del D.P.R. 16 dicembre 1992 n.495.

3. Per le procedure afferenti l'acquisizione del titolo autorizzativo ci si avvarrà inoltre delle statuizioni di cui al comma 3 dell'art. 26 ed al comma 4 dell'art. 23 del D.Lgs. n. 285/92.

Art. 6

Quadro normativo di riferimento

1. Le norme contenute nel regolamento integrano la vigente normativa di Legge, con particolare riferimento al Codice della Strada ed al relativo Regolamento di attuazione, nonché, limitatamente all'oggetto dell'allegato piano, integrano e sostituiscono, ove incompatibili, le norme del vigente Regolamento Edilizio Comunale (REC).

Norme di rinvio:

D.Lgs. 30/04/1992 n. 285 (Codice della Strada);

D.P.R. 16/12/1992 n. 495 (Regolamento di Esecuzione e di attuazione del C.D.S.);

D.Lgs. 10/09/1993 n. 360 (Disposizioni correttive ed integrative del C.D.S.);

D.P.R. 16/09/1996 n. 610 (Disposizioni correttive ed integrative del C.D.S.);

D.Lgs. 15/11/1993 n. 507 e successive modifiche (Imposta comunale sulla pubblicità e tassa per occupazione di spazi ed aree pubbliche);

D.Lgs. 18/12/1997 n. 471 (Riforma delle sanzioni tributarie);

D.Lgs. 18/12/1997 n. 472 (Disposizioni generali in materia di sanzioni amministrative);

D.Lgs. 18/12/1997 n. 473 (Revisione delle sanzioni amministrative);

D.Lgs. 22/01/2004 n. 42 (ex legge 1089/39 – Tutela beni culturali);

D.Lgs. n. 42/2004;

P.T.P.R. della Regione Lazio;

Legge 09/01/82 n. 13 (Norme sull'abbattimento delle barriere architettoniche);

Legge 05/02/92 n. 104 (Norme sull'abbattimento delle barriere architettoniche);

D.M. 14/01/2008 - Nuove norme tecniche per le costruzioni;

Regolamento Regione Lazio n. 2/2012;

Legge Regionale 13/04/2000 n. 23 (Norme per l'inquinamento luminoso);

Regolamento Regionale 18/04/2005 n. 8 (Disciplina per l'inquinamento luminoso).

Art. 7

Articolazione del regolamento ed elaborati allegati

1. Il regolamento è articolato in Capitoli, recanti la disciplina per l'installazione e l'esercizio dei mezzi pubblicitari, al quale sono allegati, per farne parte integrante ed inscindibile:

- 1) la planimetria del centro abitato e delle zone di suddivisione del territorio;
- 2) il Piano Generale degli Impianti;
- 3) l'Abaco esplicativo.

CAPITOLO II - IMPIANTI PER LA PUBBLICITÀ E LE PUBBLICHE AFFISSIONI

Art. 8 Definizioni

1. Ai fini del presente regolamento si definisce quanto segue.

1) *Affissione pubblica e diretta.* Appartiene a questa categoria l'affissione compiuta mediante la sovrapposizione di manifesti su apposite strutture atte a contenerli, effettuata dal comune o dal concessionario del pubblico servizio, oltre che da soggetti privati diversi dal concessionario per l'effettuazione di affissioni dirette.

2) *Bacheca/Vetrina.* Manufatto supportato da idonea struttura di sostegno o applicato a muro, eventualmente chiuso, finalizzato all'esposizione, tramite applicazione per sovrapposizione all'interno della bacheca, di messaggi relativi all'attività sociale, istituzionale, di spettacoli, manifestazioni pubbliche e simili. Non può essere luminosa né per luce propria, né per luce indiretta.

3) *Cartello.* Manufatto bidimensionale supportato da un'idonea struttura di sostegno, con una sola o entrambe le facce finalizzate alla diffusione di messaggi pubblicitari o propagandistici, sia direttamente sia tramite sovrapposizione di altri elementi, quali manifesti, adesivi, ecc. Può essere luminoso sia per luce propria che per luce indiretta.

4) *Cavalletto.* Manufatto mono o bifacciale, supportato da idonea struttura di sostegno o di appoggio con una sola o entrambe le facce finalizzate alla diffusione di messaggi pubblicitari, sia direttamente sia tramite sovrapposizione di manifesti. Trattasi di mezzo pubblicitario temporaneo con superficie massima di mq. 1,50 per facciata e con durata espositiva non superiore a 15 giorni.

5) *Contenitore pubblicitario.* Manufatto supportato da idonea struttura, posato semplicemente al suolo, per la diffusione di volantini e pubblicazioni periodiche per la promozione di beni e servizi, esposto esclusivamente in prossimità e nelle pertinenze di edicole o dove si svolge l'attività pubblicizzata.

6) *Impianto a messaggio variabile o a led luminosi.* Manufatto bidimensionale supportato da un'idonea struttura di sostegno, con una sola o entrambe le facce finalizzate alla diffusione di messaggi pubblicitari o propagandistici, caratterizzati dall'impiego di diodi luminosi o lampadine e similari, che mediante controllo elettromeccanico o elettronico, comunque programmato, permettano la diffusione di messaggi pubblicitari, anche in forma intermittente o variabile.

7) *Impianto pubblicitario di servizio.* Qualunque manufatto avente quale scopo primario un servizio di pubblica utilità nell'ambito dell'arredo urbano e stradale (pensiline e paline di fermata bus, transenne para pedonali, cestini getta carta, orologi, ecc.) recanti uno spazio pubblicitario che può anche essere luminoso sia per luce diretta che per luce indiretta.

8) *Insegna di esercizio.* Scritta in caratteri alfanumerici, completata eventualmente da simboli e da marchi, realizzata e supportata con materiali di

qualsiasi natura, installata nella sede dell'attività cui si riferisce o nelle contigue pertinenze accessorie alla stessa. Può essere luminosa sia per luce propria che per luce indiretta.

9) *Locandina*. Elemento bidimensionale, privo di rigidità, mancante di superficie di appoggio o comunque non aderente alla stessa, finalizzato alla promozione anche di messaggi pubblicitari, caratterizzato dalle limitate dimensioni.

10) *Manifesto*. Elemento bidimensionale, privo di rigidità, finalizzato alla diffusione di messaggi pubblicitari o propagandistici. Esso è posto in opera per sovrapposizione su idoneo impianto per affissioni. Non può essere luminoso né per luce propria né per luce indiretta.

11) *Messaggi commerciali*. Appartengono a questa categoria i messaggi pubblicitari destinati alla promozione a carattere privato di beni e/o servizi.

12) *Messaggi Istituzionali o Sociali e comunque privi di rilevanza economica*. Appartengono a questa categoria i messaggi di comunicazione, informazione e diffusione di iniziative di pubblico interesse, effettuati da Enti Pubblici o di diritto pubblico, associazioni, organizzazioni e circoli senza fine di lucro.

13) *Mezzi pubblicitari a carattere permanente*. Appartengono a questa categoria i mezzi pubblicitari la cui collocazione ha durata superiore a 90 giorni consecutivi dall'acquisizione del titolo autorizzativo.

14) *Mezzi pubblicitari a carattere temporaneo*. Appartengono a questa categoria i mezzi pubblicitari la cui esposizione è finalizzata a eventi di durata limitata, comunque non superiore a 90 giorni consecutivi dall'acquisizione del titolo autorizzativo, quali manifestazioni, spettacoli, mostre, fiere, offerte promozionali, ecc.. L'effettuazione di questa forma di pubblicità è ammessa solo ed unicamente per il periodo di svolgimento della manifestazione o dell'evento a cui si riferiscono, oltre che alla settimana precedente ed alle 24 ore successive all'evento stesso.

15) *Mezzi pubblicitari gonfiabili* – Sono assimilabili ai palloni frenati di cui al comma 3 dell'art. 15 del decreto, con conseguente applicazione delle modalità di tassazione ivi previste, i mezzi pubblicitari gonfiabili nel caso in cui questi, riempiti di gas leggero o simile, siano sospesi in aria. In tutti gli altri casi di utilizzazione di mezzi pubblicitari gonfiabili, questi sono assoggettati al tributo come stabilito per la pubblicità ordinaria di cui all'art. 12 del decreto.

16) *Mezzi pubblicitari soggetti a particolare regolamentazione*. Appartengono a questa categoria gli impianti di pubblicità e propaganda, sia di prodotti che di attività, non individuabili come mezzi pubblicitari a carattere permanente o temporaneo, la cui esposizione è variabile nel tempo.

17) *Mezzi pubblicitari sui cantieri edili*. Manufatti bidimensionali, monofacciali, finalizzati alla diffusione di messaggi pubblicitari o propagandistici, ancorati sulle strutture temporanee dei cantieri edili, quali ponteggi recinzioni o altre strutture di servizio alle costruzioni edili. Su tali manufatti è ammessa la riproduzione di messaggi pubblicitari diversi dalle affissioni dirette. La superficie del mezzo pubblicitario non può essere maggiore del 50% del ponteggio o della recinzione, tale limite non si applica nel caso in cui venga riprodotto il disegno della facciata oggetto

dei lavori.

18) *Preinsegna e segnaletica stradale pubblicitaria*. Scritta in caratteri alfanumerici, completata da frecce di orientamento ed eventualmente da simboli e da marchi, realizzata su manufatto bifacciale e bidimensionale di cm. 125x25, supportato da un'ideale struttura di sostegno, utilizzabile su una sola o su entrambe le facce, finalizzata alla pubblicizzazione direzionale della sede dove si esercita una determinata attività ed installata in modo da facilitarne l'individuazione, comunque nel raggio di 5 km. Non può essere luminosa, né per luce propria, né per luce indiretta.

19) *Pubblicità Fonica o Sonora*. Qualunque impianto tecnico idoneo ad effettuare la diffusione sonora di messaggi pubblicitari o propagandistici. Può essere effettuata in forma fissa o itinerante, con veicoli o senza. E' considerata pubblicità sonora anche quella effettuata a viva voce, quando può essere assimilata alle forme di cui sopra, in tal caso con l'unica eccezione relativa alla assenza di attrezzature di amplificazione della voce.

20) *Stendardo – Bandiera – Gonfalone*. Elemento bidimensionale realizzato in materiale di qualsiasi natura, privo di rigidità, mancante di superficie di appoggio o comunque non aderente alla stessa, esclusivamente finalizzato alla promozione di messaggi pubblicitari.

21) *Stendardo per Affissioni*. Manufatto bidimensionale supportato da un'ideale struttura di sostegno, mono facciale o bifacciale finalizzato esclusivamente alla sovrapposizione di manifesti, a stampa diretta o cartacea.

22) *Striscione*. Elemento bidimensionale realizzato in materiale di qualsiasi natura, privo di rigidità, mancante di superficie di appoggio o comunque non aderente alla stessa, esclusivamente finalizzato alla promozione di manifestazioni ed eventi socio-culturali. Esso è caratterizzato dalla particolare lunghezza atta a permetterne il posizionamento a scavalco della sede stradale. Deve essere ancorato sia sul lato superiore che su quello inferiore.

23) *Struttura per affissioni pubbliche e dirette*. Manufatto bidimensionale, finalizzato esclusivamente alla sovrapposizione di manifesti, eventualmente dotato di uno spazio destinato alla promozione degli aspetti socio-culturali della Città.

24) *Targa*. Scritta in caratteri alfa numerici, completata eventualmente da un simbolo o da un marchio, utilizzabile solo su una facciata, integrata su supporto rigido, posta in opera esclusivamente in aderenza alla struttura muraria dell'ingresso della sede dell'attività svolta, avente dimensioni massime di cm. 50 x 30. In caso di più attività presenti nella stessa struttura le targhe dovranno essere realizzate da elementi modulari del medesimo materiale e tipo di carattere. Può essere luminosa per luce indiretta.

25) *Vetrofania*. Consiste nella riproduzione, su superfici vetrate, con pellicole adesive, di scritte in caratteri alfanumerici, di simboli e di marchi, finalizzata alla diffusione di messaggi pubblicitari e/o propagandistici dell'attività svolta all'interno di un esercizio commerciale. Forma, decori, colori e caratteri delle riproduzioni grafiche sulle vetrine devono perseguire obiettivi di leggerezza, trasparenza e

proporzione che riducano l'invasività sulla facciata dell'edificio e sul resto del contesto urbano.

26) *Volantino*. Elemento bidimensionale, privo di rigidità, finalizzato alla diffusione di messaggi pubblicitari o propagandistici. Il volantinaggio consiste nell'effettuazione di attività pubblicitaria, promozionale e di diffusione di messaggi attraverso la distribuzione di volantini. Equivale all'attività di volantinaggio la circolazione di persone con cartelli o altri mezzi, esclusi i mezzi sonori, comunque idonei alla diffusione di messaggi.

27) *Pavimentazione stradale*. Parte della strada destinata alla circolazione dei veicoli, esclusa quella destinata alla circolazione dei pedoni.

28) *Aggetto*. Proiezione a terra della sagoma del mezzo pubblicitario dal punto di appoggio o ancoraggio alla parete del fabbricato, al palo di sostegno o alla struttura di mantenimento, ricadente su area pubblica o soggetta a pubblico passaggio a qualsiasi uso destinata.

Art. 9

Tipologia degli impianti pubblicitari e delle affissioni

1. Le tipologie degli impianti pubblicitari e delle affissioni che possono essere installati nel territorio del Comune sono dettagliatamente indicati e descritti nel piano.

Art. 10

Piano Generale degli Impianti – Criteri

1. Il piano deve disciplinare la tipologia, le dimensioni e la grafica dei mezzi pubblicitari (siano essi destinati a supportare la pubblicità esterna privata che le pubbliche affissioni) dell'intero territorio comunale.

2. I criteri cui si dovrà fare riferimento per la stesura del piano sono i seguenti:

a) gli impianti e la scelta delle località dovranno rispettare il territorio inteso nella sua razionalizzazione e armonizzazione perseguita dall'Amministrazione, nella principale opera di valorizzazione dello stesso;

b) il piano deve tener conto e, quindi rispettare, il contesto urbanistico, con le sue esigenze di carattere storico, ambientale ed estetico;

c) il piano deve tener conto delle esigenze effettive, riscontrabili presso gli uffici competenti, nonché delle concrete esigenze di sviluppo, per soddisfare le richieste di carattere commerciale e socio-culturale;

d) la stesura del piano deve altresì salvaguardare, rispettare ed armonizzarsi alle norme del Codice della Strada (D.Lgs 30 aprile 1992 n. 285 - D.Lgs. 10 settembre 1993 n. 360) al Regolamento di Esecuzione e attuazione dello stesso (D.P.R. 16 dicembre 1992 n. 495) ed essere finalizzato al miglioramento del decoro urbano ed al contrasto del fenomeno dell'abusivismo degli impianti pubblicitari;

e) il piano può essere adeguato o modificato entro la data di approvazione del bilancio di previsione, 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 verrà illustrata nella motivazione del provvedimento di modifica.

Art. 11

Superficie degli impianti pubblicitari e di quelli per le pubbliche affissioni

1. La superficie complessiva dei cartelli pubblicitari, tenuto conto dell'estensione del territorio sorano, degli impianti esistenti e della realtà socio-economica, è stabilita in mq 3.500. Tale superficie è riferita a quella del mezzo pubblicitario e non del messaggio pubblicitario.

2. In conformità a quanto disposto dal Decreto, premesso che la superficie minima da realizzare per la sola pubblicità affissionale nei comuni con popolazione residente al di sotto dei 30.000 abitanti è fissata in minimo mq 12 per ogni mille abitanti e che la città di Sora, al 31/12/2012, aveva una popolazione di 26.660 abitanti residenti, si ritiene utile consentire una superficie affissionale complessiva di mq 1.700, al fine di garantire il posizionamento di impianti in zone sprovviste o dove è maggiore la domanda di affissione.

3. La superficie complessiva degli impianti a messaggio variabile è stabilita in mq. 36.

Art. 12

Ripartizione della superficie degli impianti per le pubbliche affissioni

1. La superficie degli impianti delle pubbliche affissioni è così suddivisa:

- a) mq 350, pari al 20,59% del totale, per affissione di manifesti di natura necrologica;
- b) mq 850, pari al 50% del totale, per affissione di manifesti di natura istituzionale – sociale – commerciale;
- c) mq 500, pari al 29,41% del totale, per affissione di manifesti da attribuire a soggetti privati, diversi dal concessionario pubblico, per l'effettuazione di affissioni dirette.

Art. 13

Spazi o impianti per le affissioni dirette

1. Il Comune attribuisce a soggetti privati, diversi dal concessionario del servizio pubblico, la possibilità di collocare sul territorio comunale impianti per l'affissione diretta di manifesti e simili, nel limite massimo di mq 500, previa sottoscrizione delle convenzioni di cui all'art. 6 del Piano generale degli impianti.

2. I soggetti privati di cui al comma precedente assolvono il loro obbligo tributario per l'esecuzione di affissioni dirette, mediante il pagamento dell'imposta.

Art. 14

Pubblicità effettuata su beni di proprietà comunale

1. Qualora la pubblicità e/o l'affissione diretta sia effettuata su impianti installati su beni appartenenti o dati in godimento al comune, l'applicazione dell'imposta non esclude quella della tassa per l'occupazione di spazi ed aree pubbliche, nonché il pagamento di canoni di locazione o di concessione.

CAPITOLO III - IMPOSTA COMUNALE SULLA PUBBLICITÀ

Art. 15

Oggetto dell'imposta

1. L'imposta è dovuta per l'esposizione di qualsiasi mezzo pubblicitario nella misura delle tariffe vigenti anno per anno e nei modi stabiliti dal decreto e dal regolamento pubblicitario.

2. La diffusione di messaggi pubblicitari effettuata attraverso forme di comunicazione visive o acustiche diverse da quelle assoggettate al diritto, in luoghi pubblici o aperti al pubblico o che sia da tali luoghi percepibile, è soggetta all'imposta.

3. La predetta imposta si applica altresì agli impianti affissionistici recanti pubblicità effettuata mediante affissioni dirette, anche per conto altrui, di manifesti e simili di cui al comma 3 dell'art. 12 del decreto.

4. Per luoghi pubblici si intendono le vie, le piazze, i giardini pubblici e le aree comunque aperte al pubblico passaggio.

5. 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 ai 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.

6. Ai fini dell'imposizione si considerano rilevanti i messaggi diffusi nell'esercizio di un'attività economica allo scopo di promuovere la domanda di beni o servizi, ovvero finalizzati a migliorare l'immagine del soggetto pubblicizzato.

Art. 15 bis

Norme tecniche per l'installazione delle croci verdi delle farmacie

1. Su tutto il territorio comunale per le farmacie aperte al pubblico ed ospedaliere è consentita l'installazione dell'insegna costituita dalla croce verde luminosa di cui all'art. 9, comma 2, della L.R. n. 26/2002, nonché all'art. 5 del D.Lgs. n. 153/2009, presso i locali dell'attività o nelle contigue pertinenze accessorie, in deroga alle distanze ed ai criteri di cui ai precedenti art. 13, 14 e 15, se la superficie dell'insegna- croce è inferiore a mq. 0,50 per ciascuna facciata, nel rispetto del presente Regolamento e delle altre disposizioni in materia.

2. La proiezione a terra della sagoma dell'insegna-croce non deve ricadere all'interno della pavimentazione stradale.
3. Sulle strade prive di marciapiede l'insegna-croce può essere installata a condizione che il bordo inferiore della stessa non sia inferiore a m. 5,10 dal piano stradale con un aggetto massimo di m. 1,50.

Art. 16

Soggetto passivo dell'imposta

1. Soggetto passivo dell'imposta, 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. 17

Soggetto attivo dell'imposta

1. L'imposta è dovuta al comune nel cui territorio è effettuata la pubblicità.
2. Nel caso di pubblicità effettuata con veicoli, l'imposta è dovuta:
 - per i veicoli adibiti ad uso pubblico (taxi), al comune che ha rilasciato la licenza di esercizio;
 - per i veicoli adibiti a servizi di linea interurbana, nella misura della metà a ciascuno dei comuni in cui ha inizio e fine la corsa;
 - per i veicoli adibiti ad uso privato, al comune in cui il proprietario del veicolo ha la residenza anagrafica o la sede;
 - per i veicoli di proprietà di un'impresa o adibiti al trasporto per conto proprio, per pubblicità effettuata per conto proprio, l'imposta è dovuta al comune ove ha sede l'impresa o qualsiasi altra sua dipendenza, ovvero al comune ove sono domiciliati i suoi agenti o mandatari che, alla data del primo gennaio di ciascun anno o a quella di successiva immatricolazione, hanno in dotazione detti veicoli.
3. Nel caso di pubblicità effettuata da aeromobili, l'imposta è dovuta a ciascun comune sul cui territorio viene eseguita, compresa quella su specchi d'acqua.

Art. 18

Documentazione per l'acquisizione del titolo autorizzativo

1. Chiunque intenda installare, nel territorio comunale, insegne, targhe e cartelli pubblicitari, striscioni, stendardi, gonfaloni e qualsiasi altro mezzo pubblicitario, ovvero richieda la regolarizzazione, ove consentita o la variazione di quelli già installati, è tenuto a fare richiesta di autorizzazione ovvero, in alternativa, a procedere con la Segnalazione Certificata di Inizio Attività (SCIA), ai sensi dell'art. 19, della L. n. 241/1990, come meglio specificato nel successivo art. 19.

2. La richiesta per il rilascio dell'autorizzazione o la SCIA potranno anche essere cumulative per più impianti e dovranno essere indirizzate all' Ufficio competente del comune. Le stesse dovranno contenere le seguenti indicazioni ed elaborati, in triplice copia a firma di un tecnico abilitato:

- a) generalità, residenza e/o domicilio fiscale, codice fiscale del soggetto richiedente;
- b) strada, piazza, numero civico, relativi all'ubicazione;
- c) ragione sociale della ditta che deve provvedere alla realizzazione e all'installazione dell'impianto pubblicitario, P. IVA e licenza ex art. 115 TULPS, se trattasi di azienda pubblicitaria;
- d) planimetria di zona in scala opportuna (1:1000 – 1:2000) con l'ubicazione dell'intervento;
- e) progetto dell'impianto in scala 1:20 – 1:50, con specifica indicazione dei materiali utilizzati;
- f) particolare planimetrico dal quale risulti lo stato dei luoghi (riferito anche ai suoli pubblici), il posizionamento della segnaletica verticale, delle insegne ed impianti pubblicitari e dell'arredo urbano esistente;
- g) bozzetto a colori del messaggio pubblicitario da esporre se la domanda riguarda insegne e cartelli o altri mezzi pubblicitari, che, se a messaggio variabile, devono contenere i bozzetti di tutti i messaggi previsti;
- h) documentazione fotografica a colori, nel formato A4, dello stato dei luoghi e dell'aspetto esteriore degli edifici della zona in cui si intende realizzare l'impianto pubblicitario, con rappresentazione in fotomontaggio dell'impianto da realizzare;
- i) titolo di proprietà o di altro diritto reale o atto di assenso del proprietario o dell'amministratore dell'immobile (laddove non si tratti di suolo pubblico);
- l) asseverazione del tecnico abilitato riguardo il rispetto delle distanze di cui al regolamento, la destinazione urbanistica del sito in base allo strumento urbanistico generale, le caratteristiche del sito rispetto alla perimetrazione del centro abitato ai sensi del C.d.S, il regime vincolistico gravante sui suoli nonché il rispetto di tutte le disposizioni previste dal regolamento;
- m) dichiarazione a firma del soggetto richiedente di assunzione di responsabilità civile e penale, riconducibile al mezzo pubblicitario e riferita a tutto il periodo dell'autorizzazione e/o della convenzione.

3. La domanda potrà essere presentata dal soggetto passivo dell'imposta, come definito dall'art. 16 del regolamento.

4. Se l'impianto deve essere installato su strada la cui proprietà è di un Ente diverso dal comune o direttamente visibile da tale strada, dovrà essere acquisito il preventivo nulla osta dell'Ente proprietario della stessa.

5. Per la pubblicità temporanea, inerente gli striscioni, gli stendardi, i gonfaloni e simili, la documentazione, di cui al precedente comma 2, è sostituita dall'autocertificazione dell'interessato redatta ai sensi del DPR n. 445/2000.

6. Gli impianti pubblicitari di proprietà privata già esistenti, destinati alle affissioni dirette ed alla pubblicità, dovranno adeguarsi o delocalizzarsi nel rispetto dei principi sanciti nel regolamento e nel piano. Potranno essere rilasciate nuove autorizzazioni solo dopo aver prima delocalizzato gli impianti esistenti, precedentemente autorizzati,

non conformi al regolamento e al piano. Il rilascio o il rinnovo del titolo autorizzativo è soggetto alle seguenti prescrizioni:

- a) copia di iscrizione presso la Camera di Commercio, Albo Artigiano ed Albi professionali;
- b) le aziende pubblicitarie dovranno fornire copia della licenza ex art. 115 TULPS che li abilita al noleggio della pubblicità per conto terzi; 15
- c) gli enti senza scopo di lucro dovranno fornire copia dell'atto costitutivo.

Art. 19

Procedimenti per l'acquisizione del titolo autorizzativo

1. Il titolo abilitativo alla realizzazione del mezzo pubblicitario potrà essere acquisito con rilascio di apposito atto a cura del competente ufficio (Autorizzazione) o, in alternativa, con le procedure previste dall'art. 19 della L. n. 241/1990 (SCIA), fatta eccezione per i cartelli di cui agli articoli 9, 10 e 11 del Titolo III del Piano Generale degli Impianti, per i quali non può essere presentata la SCIA, atteso l'obbligo per questo Ente del rispetto dei limiti dimensionali di cui agli articoli 11 e 12 del presente Regolamento. Per entrambe le procedure è fatto obbligo di presentare, comunque, la documentazione di cui al precedente art. 18.

2. Nella procedura di Autorizzazione, l'ufficio competente darà comunicazione all'interessato dell'avvio del procedimento, ai sensi e per gli effetti dell'art. 8, della L. n. 241/1990, richiedendo, nel caso in cui ricorrano i presupposti e le condizioni, eventuale documentazione integrativa ed assegnando il termine entro cui dover ottemperare. Qualora la documentazione richiesta non venga prodotta entro il termine indicato, l'istanza si intenderà rinunciata e verrà archiviata.

Non riscontrando l'obbligo di acquisire atti autorizzativi da parte di enti e/o organi preposti ai sensi di legge, l'ufficio competente, dopo aver acquisito i pareri dell'ufficio di Polizia Locale e dello Sportello dell'Edilizia, definirà il procedimento entro il termine di 30 giorni successivi dalla data di presentazione dell'istanza al protocollo comunale, ovvero dalla data di ricevimento della documentazione integrativa di cui sopra, con il rilascio dell'autorizzazione in caso di accoglimento dell'istanza, ovvero con preavviso di diniego, ai sensi dell'art. 10-bis della L. n. 241/1990 e successivi adempimenti consequenziali, in caso di non accoglimento.

Qualora si renda necessario acquisire atti autorizzativi da parte di altri enti e/o organi, l'ufficio competente ne darà comunicazione, invitando la ditta proponente a provvedere in merito. I termini per la definizione del procedimento si intendono subordinati ai termini ed alle modalità per l'acquisizione degli atti autorizzativi da parte degli organi preposti.

3. In alternativa alla richiesta di autorizzazione di cui al precedente punto 2, i soggetti interessati hanno facoltà di presentare la SCIA, ai sensi dell'art. 19 della L. n. 241/1990.

Le procedure inerenti la S.C.I.A. si intendono estese anche ai casi in cui la realizzazione degli interventi è subordinata all'acquisizione di atti autorizzativi da

parte di altri enti e/o organi all'uso deputati, a condizione che detti atti siano stati preventivamente acquisiti ed allegati alla stessa S.C.I.A. In difetto di tale presupposto, la S.C.I.A. sarà ritenuta incompleta e, conseguentemente, l'inizio dei lavori si intenderà tassativamente subordinato all'avvenuta acquisizione degli atti autorizzativi di cui sopra.

Si intendono fatte salve tutte le ulteriori disposizioni di cui all'art. 19 della L. n. 241/1990.

4. Le autorizzazioni verranno rilasciate sempre salvo i diritti dei terzi.

5. Le autorizzazioni possono essere volturate a terzi in caso di vendita dell'azienda o ramo di essa.

6. Qualora la pubblicità e/o l'affissione sia effettuata su impianti installati su beni appartenenti o dati in godimento al comune è sempre obbligatorio allegare l'atto di assenso dell'Ente stesso.

Art. 19 bis Diritti di segreteria

1. All'atto della presentazione al protocollo del Comune della richiesta di autorizzazione o della SCIA, nonché della richiesta di rinnovo delle autorizzazioni e per le comunicazioni obbligatorie prescritte dal presente Regolamento, sono dovuti i diritti di segreteria nella misura annualmente prevista con delibera di Giunta Comunale.

Art. 20 Obblighi del titolare del titolo autorizzativo

1. L'installazione di tutti i mezzi pubblicitari a carattere permanente dovrà avvenire, a pena di decadenza, entro il termine di 30 giorni dalla data di acquisizione del titolo autorizzativo.

2. Il titolare ha l'obbligo di:

a) verificare periodicamente e mantenere il buono stato dell'insegna, cartello pubblicitario, segnaletica pubblicitaria o direzionale, arredo urbano e manufatti pubblicitari in genere;

b) provvedere alla rimozione di quanto installato in caso di rinuncia, scadenza, decadenza o revoca del titolo autorizzativo, ovvero a seguito di motivata richiesta da parte del comune;

c) pagare, nei termini previsti dalla normativa istituzionale e regolamentare, l'imposta;

d) presentare al comune, entro 10 giorni dall'installazione del mezzo pubblicitario, un certificato di collaudo a firma del progettista, attestante la regolare realizzazione dell'impianto, in conformità agli elaborati depositati, nonché la documentazione fotografica dell'opera realizzata.

3. I titolari di qualsiasi mezzo pubblicitario sono direttamente responsabili per eventuali danni e/o nocimenti a persone o cose dallo stesso causati

4. Su ogni mezzo pubblicitario autorizzato a carattere permanente, dovrà essere saldamente fissata, a cura e spese dell'avente titolo, una targhetta o cimasa con gli estremi dell'azienda proprietaria del manufatto e dell'autorizzazione (numero e data) e dovrà essere sostituita ogni qualvolta avverrà una variazione di uno dei dati su di essa riportati.

5. Ogni mezzo pubblicitario a carattere permanente dovrà essere dotato di QR CODE rilasciato a cura dell'Ente.

Art. 21

Durata del titolo autorizzativo

1. Salvo diversa indicazione, l'atto autorizzativo all'installazione di insegne, cartelli, targhe, segnaletica pubblicitaria e direzionale, arredo urbano ed altri manufatti pubblicitari permanenti ha validità per il periodo di tre anni dal rilascio.

2. Alla scadenza dell'autorizzazione:

a) se il titolare, l'impianto ed il messaggio pubblicitario sono rimasti invariati ed i pagamenti dei tributi comunali sono ininterrottamente avvenuti in modo regolare, il rinnovo avviene in modo tacito, dando egli per confermata la sussistenza e la validità di quanto contenuto nella richiesta di cui al precedente art. 18, a suo tempo presentata;

b) se il titolare è nel frattempo modificato, mentre l'impianto ed il messaggio pubblicitario sono rimasti invariati ed i pagamenti dei tributi comunali sono avvenuti in modo regolare, è necessario che il subentrante comunichi tale sua qualità, presentando una semplice richiesta di voltura a sua firma. In difetto di presentazione di tale richiesta, l'autorizzazione a suo tempo rilasciata si intenderà decaduta e priva di ogni efficacia.

3. La procedura di rinnovo si applica anche agli impianti esistenti alla data di approvazione del presente piano.

Art. 22

Annullamento, revoca e decadenza del titolo autorizzativo

1. Il titolo autorizzativo potrà essere annullato in caso di illegittimità accertate successivamente al rilascio e per motivi di interesse pubblico.

2. Il titolo autorizzativo potrà essere revocato:

a) per motivi di interesse pubblico incompatibili con la permanenza dell'impianto pubblicitario, il quale dovrà essere delocalizzato, nel rispetto del regolamento;

b) per rinuncia espressa, con documentazione della rimozione dell'impianto e riconsegna del titolo in originale;

c) nel caso in cui vengano a mancare le condizioni previste per il rilascio dell'autorizzazione;

- d) nei casi espressamente previsti dal regolamento;
 - e) nei casi e con i presupposti previsti dall'art. 19, della L. n. 241/1990.
3. Il titolo autorizzativo decade nel caso in cui:
- a) non vengano osservate le prescrizioni in essa contenute ed alle quali è subordinata;
 - b) non venga attivato l'oggetto dell'autorizzazione entro il termine di 30 giorni dalla data del suo rilascio, salvo proroga su richiesta dell'interessato.

Art. 23

Forme pubblicitarie non soggette ad autorizzazione

1. Per le forme pubblicitarie rientranti nelle fattispecie di seguito elencate non è necessaria l'autorizzazione di cui all'art. 18 del regolamento:

- pubblicità effettuata a mezzo di veicoli;
- pubblicità effettuata a mezzo di aeromobili;
- pubblicità effettuata con proiezioni luminose su schermi o pareti riflettenti in locali aperti al pubblico;
- pubblicità in forma ambulante effettuata nelle forme non espressamente vietate dal regolamento;
- pubblicità sonora nelle forme previste;
- pubblicità relativa alla vendita e locazione di immobili fino a cmq 650, nel rispetto di quanto stabilito nell'allegato piano;
- pubblicità ordinaria, anche luminosa o illuminata, effettuata all'interno dei locali aperti al pubblico, non visibile dall'esterno, inerente l'attività svolta;
- pubblicità ordinaria, effettuata a mezzo locandine, all'interno dei locali aperti al pubblico adibiti all'esercizio di un'attività commerciale, artigianale e professionale.

Art. 24

Pubblicità effettuata a mezzo di veicoli

1. L'apposizione sui veicoli di pubblicità non luminosa è consentita, salvo quanto previsto ai commi successivi, unicamente se non effettuata per conto terzi a titolo oneroso e se realizzata con sporgenze non superiori a 3 cm rispetto alla superficie del veicolo sulla quale sono applicate, fermi restando i limiti di cui all'articolo 61 del Codice della Strada. Sulle autovetture ad uso privato è consentita unicamente l'apposizione del marchio e della ragione sociale della ditta cui appartiene il veicolo.

2. La pubblicità non luminosa per conto terzi è consentita sui veicoli adibiti al trasporto di linea e non di linea, ad eccezione dei taxi, alle seguenti condizioni:

- a) che non sia realizzata mediante messaggi variabili;
- b) che non sia esposta sulla parte anteriore del veicolo;
- c) che sulle altre parti del veicolo sia posizionata, rispetto ai dispositivi di segnalazione visiva e di illuminazione ed alle targhe, in modo tale da non ridurre la visibilità e la percettibilità degli stessi;
- d) che sia contenuta entro forme geometriche regolari;

e) che, se realizzata mediante pannelli aggiuntivi, gli stessi non sporgano di oltre 3 cm rispetto alla superficie sulla quale sono applicati.

3. La pubblicità non luminosa per conto terzi è consentita sui veicoli adibiti al servizio taxi unicamente se effettuata mediante scritte con caratteri alfanumerici, abbinati a marchi e simboli, ed alle seguenti ulteriori condizioni:

a) che sia realizzata con pannello rettangolare piano bifacciale, saldamente ancorato al di sopra dell'abitacolo del veicolo e posto in posizione parallela al senso di marcia. Il pannello deve avere le dimensioni esterne di 75x35 cm e la pubblicità non deve essere realizzata con messaggi variabili;

b) che sia realizzata tramite l'applicazione sul lunotto posteriore del veicolo di pellicola della misura di 100x12 cm;

c) che sia realizzata tramite l'applicazione di pellicola sulle superfici del veicolo ad esclusione di quelle vetrate. Le esposizioni pubblicitarie di cui alle lettere a) e c) sono alternative tra loro. I veicoli adibiti al servizio taxi sui quali sono esposti messaggi pubblicitari di cui al capo a) non possono circolare sulle autostrade.

4. L'apposizione di scritte e messaggi pubblicitari rifrangenti è ammessa sui veicoli unicamente alle seguenti condizioni:

a) che la pellicola utilizzata abbia caratteristiche di rifrangenza non superiori alla classe 1;

b) che la superficie della parte rifrangente non occupi più di due terzi della fiancata del veicolo e comunque non sia superiore a 3 mq;

c) che il colore bianco sia contenuto nella misura non superiore ad 1/6 della superficie;

d) che sia esposta unicamente sui fianchi del veicolo a distanza non inferiore a 70 cm dai dispositivi di segnalazione visiva;

e) che non sia realizzata mediante messaggi variabili.

5. In tutti i casi, le scritte, i simboli e la combinazione dei colori non devono generare confusione con i segnali stradali e, in particolare, non devono avere forme di disco o di triangolo, né disegni confondibili con i simboli segnaletici regolamentari di pericolo, obbligo, prescrizione o indicazione.

6. All'interno dei veicoli è proibita ogni scritta o insegna luminosa pubblicitaria che sia visibile, direttamente o indirettamente, dal conducente o che comunque possa determinare abbagliamento o motivo di confusione con i dispositivi di segnalazione visiva e di illuminazione dei veicoli stessi.

7. Le disposizioni di cui ai commi precedenti non si applicano ai veicoli al seguito delle competizioni sportive autorizzate ai sensi dell'articolo 9 del Codice della Strada.

Art. 25

Veicoli destinati ad uso speciale per la pubblicità

1. Per gli autoveicoli o motoveicoli utilizzati come vettura pubblicitaria viene recepita integralmente la disciplina degli articoli 23 e 54 del Codice della Strada e dell'articolo 57 del Regolamento di attuazione del C.d.S.

2. La possibilità di esporre pubblicità su tali veicoli è subordinata alla circolazione dinamica degli stessi sulle strade di uso pubblico. Il soggetto proprietario del veicolo per effettuare la pubblicità deve essere in possesso dei seguenti requisiti:

- autorizzazione o scia di cui all'art. 115 del TULPS;
- versamento della relativa tassa sulla pubblicità, effettuato al comune ove ha sede il proprietario del veicolo;
- il veicolo deve essere adibito ad uso speciale, come previsto dall'art. 54 del C.d.S. e l'uso deve essere indicato nella carta di circolazione.

3. In caso di pubblicità effettuata per conto proprio, devono essere rispettate le seguenti condizioni:

- siano noleggiati, ai sensi del D.P.R. n. 481/2001, senza conducente e siano provvisti di carrozzeria apposita che non consenta altri usi se non quelli pubblicitari;
- che la pubblicità sia installata su supporti di superficie non superiore a mq. 18 per ogni fiancata laterale;
- che la pubblicità sia esclusivamente relativa al soggetto che ha noleggiato l'autoveicolo, realizzando quindi la tipologia pubblicitaria per conto proprio.

4. Il veicolo pubblicitario, proprio perché mobile, se sosta, anche su suolo pubblico, viene assimilato ad un impianto di pubblicità fisso e soggetto a specifica autorizzazione. E' consentita la fermata esclusivamente per esigenze tecniche del veicolo o per esigenze del conducente, per un periodo massimo di 15 minuti.

5. Sono esclusi dall'applicazione delle disposizioni di cui al presente articolo i veicoli che stazionano presso le sedi delle imprese intestatarie degli stessi.

6. I veicoli di cui trattasi, se stazionano sulle aree private aperte al pubblico, in assenza della prevista autorizzazione, sono sanzionati ai sensi dell'art. 54 del regolamento.

Art. 26

Pubblicità fonica

1. La pubblicità fonica dentro e fuori dai centri abitati, con esclusione del centro storico, è consentita dalle ore 9,00 alle ore 13,00 e dalle ore 16,30 alle ore 19,30.

2. La pubblicità fonica, fatte salve le diverse disposizioni in materia, è autorizzata dall'ente proprietario della strada fuori dal centro abitato e dal comune, entro il centro abitato e centro pianificato.

3. Per la propaganda elettorale si applicano le disposizioni di cui alla Legge n. 212/1956.

4. In tutti i casi, la pubblicità fonica non deve superare i limiti massimi di esposizione al rumore fissati dal decreto del Presidente del Consiglio dei Ministri 1° marzo 1991.

Art. 27

Pubblicità effettuata in difformità a leggi e regolamenti

1. Il pagamento dell'imposta si legittima per il solo fatto che la pubblicità stessa venga comunque effettuata, anche se in difformità a leggi e regolamenti.
2. L'avvenuto pagamento dell'imposta non esime l'interessato dall'obbligo di premunirsi di tutti i permessi, autorizzazioni, concessioni e nulla osta relativi all'effettuazione della pubblicità, ove previsti dal regolamento e dal piano;
3. Il comune, nell'esercizio della facoltà di controllo può provvedere in qualsiasi momento a far rimuovere il materiale abusivo con le modalità indicate nell'art. 54 del regolamento.

Art. 28

Materiale pubblicitario abusivo

1. Sono considerate abusive le varie forme di pubblicità, che siano esposte senza il prescritto titolo autorizzativo, ovvero che risultino variate e/o non conformi allo stesso per forma, contenuto, dimensioni, sistemazione ed ubicazione.
2. Sono altresì considerate abusive le pubblicità per le quali la prescritta dichiarazione risulti omessa e/o non conforme.
3. Nel caso di pubblicità abusiva si applicano le sanzioni amministrative di cui all'art. 54 del regolamento ed il comune o il concessionario del servizio provvede all'accertamento d'ufficio dell'imposta, se dovuta, per il periodo di esposizione abusiva e all'applicazione delle sanzioni tributarie e degli interessi previsti nel regolamento.

Art. 29

Rimozione o spostamento dei mezzi pubblicitari e ripristino dello stato dei luoghi

1. Il Dirigente dell'ufficio competente ha facoltà di ordinare la rimozione o lo spostamento di qualsiasi mezzo pubblicitario, quando ciò sia imposto da esigenze di sicurezza o di viabilità, da cause di forza maggiore o da necessità estetiche ed ambientali, nonché per ragioni di pubblico interesse.
2. Nel caso di rimozione del mezzo pubblicitario, ordinata dall'Amministrazione Comunale prima della scadenza del termine stabilito nel titolo autorizzativo, il titolare dell'impianto avrà diritto unicamente al rimborso della quota di imposta già corrisposta per il periodo di mancato godimento, escluso ogni altro rimborso, compenso o indennità.

3. Spetta all'interessato provvedere a rimuovere la pubblicità entro la data che sarà precisata nell'ordine di rimozione.

4. La rimozione dovrà riguardare anche gli eventuali sostegni o supporti e comprendere il ripristino alla forma preesistente della sede del manufatto.

Art. 30

Obbligo della dichiarazione

1. Il soggetto passivo di cui all'art. 16 del regolamento, prima di iniziare la pubblicità, è tenuto a presentare al servizio competente o al concessionario (in caso di gestione in concessione) apposita dichiarazione, anche cumulativa, utilizzando il modello messo a disposizione dall'Amministrazione comunale o dal concessionario. La dichiarazione deve contenere, oltre ai dati personali del richiedente (nome e cognome o ragione sociale, codice fiscale, partita IVA, luogo e data di nascita, domicilio fiscale) le caratteristiche e la durata della pubblicità, l'ubicazione dei mezzi pubblicitari utilizzati, nonché tutte le altre notizie utili ai fini dell'esatta applicazione dell'imposta sulla pubblicità.

2. La dichiarazione deve essere presentata anche nei casi di variazione della pubblicità, che comporti la modificazione della superficie esposta o del tipo di pubblicità effettuata, con conseguente nuova imposizione. E' fatto obbligo al comune o al concessionario di procedere al conguaglio fra l'importo dovuto in seguito alla nuova dichiarazione e quello pagato per lo stesso periodo.

3. La dichiarazione della pubblicità annuale ha effetto anche per gli anni successivi, purché non si verificano modificazioni degli elementi dichiarati cui consegua un diverso ammontare dell'imposta dovuta e si intende prorogata, sempre che non venga presentata denuncia di cessazione entro il 31 gennaio dell'anno di riferimento.

4. Qualora venga omessa la presentazione della dichiarazione, la pubblicità di cui agli articoli 12, 13 e 14 del decreto si presume effettuata in ogni caso con decorrenza dal primo 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.

5. Qualora si tratti di forme pubblicitarie soggette a preventivo titolo autorizzativo, il soggetto passivo deve aver acquisito detto titolo.

Art. 31

Modalità di applicazione dell'imposta

1. L'imposta è dovuta per metri quadrati di superficie e per anno solare di riferimento, cui corrisponde una autonoma obbligazione tributaria, per le seguenti fattispecie:

a) Art. 12 del decreto, **Pubblicità Ordinaria:**

- comma 1: pubblicità effettuata mediante insegne, cartelli, locandine, targhe, stendardi o qualsiasi altro mezzo non previsto dai commi successivi;
- comma 3: pubblicità effettuata mediante affissioni dirette, anche per conto altrui, di manifesti e simili su apposite strutture adibite alla esposizione di tali mezzi.

b) Art. 13 del decreto, **Pubblicità effettuata con veicoli:**

- comma 1: pubblicità visiva effettuata 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, in base alla superficie complessiva dei mezzi pubblicitari installati su ciascun veicolo;

c) Art. 14 del decreto, **Pubblicità effettuata con pannelli luminosi e proiezioni:**

- comma 1: pubblicità effettuata per conto altrui con insegne, pannelli o 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, indipendentemente dal numero dei messaggi;

- comma 3: stessa pubblicità di cui al punto precedente, effettuata per conto proprio dall'impresa.

2. Per le altre fattispecie l'imposta è dovuta come segue:

a) Art. 14 del decreto, **Pubblicità effettuata con pannelli luminosi e proiezioni:**

- comma 4 - pubblicità in luoghi pubblici o aperti al pubblico mediante diapositive, proiezioni luminose o cinematografiche su schermi o pareti riflettenti: l'imposta è applicata per ciascun giorno, indipendentemente dal numero dei messaggi e dalla superficie adibita alla proiezione;

b) Art. 15 del decreto, **Pubblicità varia:**

- comma 1 - pubblicità con striscioni o altri mezzi simili che attraversano strade o piazze: l'imposta è dovuta per ciascun metro quadrato e per ogni periodo di esposizione di 15 giorni o frazione con la tariffa per la pubblicità ordinaria;

- comma 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 del territorio comunale: l'imposta è dovuta per ogni giorno o frazione, indipendentemente dai soggetti pubblicizzati;

- comma 3 - pubblicità con palloni frenati e simili: l'imposta è dovuta con le modalità di cui al punto precedente e con tariffe pari alla metà di quelle previste per la pubblicità di cui al medesimo punto.

- comma 4 - pubblicità mediante distribuzione, anche con veicoli, di manifestini o altro materiale pubblicitario, o mediante persone circolanti con cartelli o altri mezzi pubblicitari: l'imposta è dovuta per ciascuna persona impiegata nella distribuzione od effettuazione, e per ogni giorno o frazione, indipendentemente dalla misura dei mezzi pubblicitari e dalla quantità di materiale distribuito;

- comma 5 - pubblicità a mezzo di apparecchi amplificatori e simili: l'imposta è dovuta per ciascun punto di pubblicità e per ciascun giorno o frazione; per punto di pubblicità si intendono anche macchine in movimento.

3. Per pubblicità che abbiano durata pari o inferiore a tre mesi, l'imposta dovuta per ogni mese o frazione è pari ad un decimo di quella prevista per le seguenti fattispecie:

a) pubblicità di cui al comma 1 lettera a) del presente articolo;

b) pubblicità di cui al comma 1 lettera c) del presente articolo.

4. Scontano una tariffa pari alla metà di quella prevista per le singole fattispecie, i seguenti tipi di pubblicità:

- a) pubblicità di cui all'art 14, comma 1, del decreto se effettuata per conto proprio dall'impresa;
- b) pubblicità di cui all'art. 14, comma 4, del decreto, di durata superiore a 30 giorni, a decorrere dal trentunesimo giorno.

Art. 32

Determinazione e calcolo 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, a mezzo metro quadrato.
3. Per i mezzi pubblicitari, compresi gli impianti destinati alle affissioni dirette:
 - bifacciali - l'imposta è calcolata in base alla superficie risultante, singolarmente, da ciascuna faccia adibita alla pubblicità;
 - polifacciali - l'imposta è calcolata in base alla superficie risultante, complessivamente, da tutte le facce adibite alla pubblicità.
4. 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.
5. I festoni di bandierine e simili nonché i mezzi di identico contenuto, ovvero riferibili al medesimo soggetto passivo, collocati in connessione tra loro si considerano, agli effetti del calcolo della superficie imponibile, come un unico mezzo pubblicitario.

Art. 33

Categoria delle località

1. Le località del territorio del comune comprendono una sola categoria agli effetti dell'applicazione:
 - dell'imposta comunale sulla pubblicità;
 - del diritto sulle pubbliche affissioni.

Art. 34

Maggiorazione di imposta

1. Le maggiorazioni di imposta a qualunque titolo previste sono cumulabili e devono essere applicate alla tariffa base.
Maggiorazioni relative al tipo di pubblicità
2. La tariffa dell'imposta è maggiorata del 100 per cento qualora la pubblicità di cui agli artt. 12 e 13 del decreto (pubblicità ordinaria e pubblicità effettuata con veicoli) venga effettuata in forma luminosa o illuminata.
3. La tariffa dell'imposta è maggiorata del 100 per cento per i veicoli circolanti con rimorchio.

Maggiorazioni relative alle dimensioni

4. La tariffa dell'imposta è maggiorata del 50% per superfici comprese tra mq. 5,5 ed 8,5 per:

a) pubblicità di cui all'art. 12 del decreto: insegne, cartelli, locandine, targhe, stendardi, etc., nonché affissioni dirette, anche per conto altrui, di manifesti e simili su apposite strutture.

b) pubblicità effettuata con veicoli di cui all'art. 13, comma 1, del decreto, quando la medesima è effettuata all'esterno di detti veicoli.

5. La tariffa dell'imposta è maggiorata del 100% per superfici superiori a mq. 8,5 per:

a) pubblicità di cui al comma 4 punto a) del presente articolo;

b) pubblicità di cui al comma 4 punto b) del presente articolo.

Art. 35

Riduzioni dell'imposta

1. Le riduzioni dell'imposta non sono cumulabili.

2. La tariffa dell'imposta è ridotta alla metà:

a) per la pubblicità effettuata da comitati, associazioni, fondazioni ed 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 degli enti pubblici territoriali;

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

3. Alla pubblicità di cui al comma precedente indicante le persone, le ditte e le società che hanno contribuito all'organizzazione delle manifestazioni stesse, si applica la riduzione prevista dal presente articolo.

4. I requisiti soggettivi previsti per gli enti, organismi e persone di cui al precedente comma 2 sono autocertificati dal soggetto passivo di cui all'art. 16 del regolamento. Quando sussistono motivi per verificare l'effettivo possesso dei requisiti autocertificati, l'ufficio competente 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, qualora non intervengano variazioni.

5. I requisiti oggettivi di cui al precedente comma 2 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 **Esenzioni dall'imposta**

1. Sono esenti dall'imposta:

- a) la pubblicità realizzata all'interno dei locali adibiti alla vendita di beni o alla prestazione di servizi quando si riferisca all'attività negli stessi esercitata, nonché i mezzi pubblicitari, ad eccezione delle insegne, esposti nelle vetrine e sulle porte di ingresso dei locali medesimi, purché siano attinenti all'attività in essi esercitata e non superino, nel loro insieme, la superficie complessiva di mezzo metro quadrato per ciascuna vetrina o ingresso;
- b) gli avvisi al pubblico esposti nelle vetrine o sulle porte di ingresso dei locali, o in mancanza nelle immediate pertinenze del punto di vendita, relativi all'attività svolta, nonché quelli riguardanti la localizzazione e l'utilizzazione dei servizi di pubblica utilità, che non superino la superficie di mezzo metro quadrato;
- c) la pubblicità comunque effettuata all'interno, sulle facciate esterne o sulle recinzioni dei locali di pubblico spettacolo qualora si riferisca alle rappresentazioni in programmazione;
- d) la pubblicità, escluse le insegne, relativa ai giornali e alle pubblicazioni periodiche, se esposta sulle sole facciate esterne delle edicole o nelle vetrine o sulle porte di ingresso dei negozi ove si effettua la vendita;
- e) la pubblicità esposta all'interno delle stazioni di servizio di trasporto pubblico di ogni genere inerente l'attività esercitata dall'impresa di trasporto, nonché le tabelle esposte all'esterno delle stazioni stesse o lungo l'itinerario di viaggio, per la parte in cui contengano informazioni relative alle modalità di effettuazione del servizio;
- f) la pubblicità esposta all'interno delle vetture ferroviarie, degli aerei e delle navi, ad eccezione dei battelli di cui all'art. 13 del decreto;
- 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 ogni altro ente che non persegua scopo di lucro, previa presentazione di idonea documentazione o autocertificazione relativa al possesso dei requisiti richiesti per beneficiare dell'esenzione;
- i) 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, non superino il mezzo metro quadrato di superficie;
- j) 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. Nel computo della superficie si considera ogni insegna, indipendentemente dalla sua struttura o natura, anche se luminosa o illuminata, purché inserita nella struttura architettonica della sede dell'attività

commerciale e di produzione di beni o servizi o nelle sue immediate adiacenze, con esclusione di insegne staccate funzionalmente e fisicamente dalla sede stessa;

Se la superficie complessiva così determinata è superiore a cinque metri quadrati l'imposta è dovuta sull'intera superficie senza riduzioni o franchigie. Ai fini della presente lettera non sono considerate insegne di esercizio e di produzione quelle posizionate all'esterno dei cantieri edili ad esclusione dello spazio riservato alle sole scritte obbligatorie per legge riportate sul cartello di cantiere;

k) la pubblicità effettuata dai soggetti di cui al precedente art. 37, comma 2, nel caso di manifestazioni che abbiano ottenuto il patrocinio del Comune. In occasione di tali manifestazioni, sono altresì esentati i soggetti indicati al precedente art. 37, comma 3;

l) la pubblicità in qualunque modo realizzata dalle associazioni sportive dilettantistiche, rivolta all'interno degli impianti dalle stesse utilizzati per manifestazioni sportive dilettantistiche con capienza inferiore ai tremila posti (art.90, comma 11-bis, legge n°289/2002 e art.1, comma 128, legge n.266/2005);

m) i cartelli dei distributori di carburanti indicanti lo sconto per il rifornimento self service (RM Industria 30/7/1997 n.173/E);

n) i cartelli riguardanti la vendita e locazione di immobili fino a cmq 650, nel rispetto di quanto stabilito nell'allegato piano;

o) la pubblicità effettuata mediante proiezioni all'interno delle sale cinematografiche in quanto e laddove percepibile esclusivamente dai possessori dei titoli di ingresso.

Art. 37

Esclusioni dall'imposta

1. Non è dovuta l'imposta per la pubblicità effettuata per conto proprio su veicoli di proprietà dell'impresa o adibiti ai trasporti per suo conto, quando questa è limitata alla sola indicazione del marchio, della ragione sociale e dell'indirizzo dell'impresa, purché sia apposta non più di due volte e ciascuna iscrizione non sia di superficie superiore a mezzo metro quadrato.

2. L'imposta non è dovuta per l'indicazione sui veicoli utilizzati per il trasporto, della ditta e dell'indirizzo dell'impresa che effettua l'attività di trasporto, anche per conto terzi, limitatamente alla sola superficie utile occupata da tali indicazioni.

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

Art. 38

Pagamento dell'imposta

1. Il pagamento dell'imposta può essere effettuato:

- mediante versamento a mezzo di conto corrente postale intestato al comune, con arrotondamento all'euro per difetto se la frazione è inferiore a 49 centesimi, ovvero per eccesso se superiore a detto importo;

- mediante versamento sul c/c del tesoriere dell'Ente.

2. Per la pubblicità relativa a periodi inferiori all'anno solare l'imposta deve essere corrisposta in unica soluzione.

3. L'imposta per la pubblicità annuale deve essere corrisposta in un'unica soluzione entro il 31 gennaio dell'anno di riferimento. Qualora l'importo annuale sia superiore ad € 1.549,37 il pagamento può essere effettuato in quattro rate trimestrali anticipate di pari importo nell'anno di riferimento del tributo, senza interessi. Qualora la pubblicità permanente abbia inizio successivamente alla data di scadenza della penultima rata utile, la rateizzazione può essere effettuata in due rate di uguale importo aventi scadenza, rispettivamente, nel mese di inizio della pubblicità e nel mese di dicembre dello stesso anno.

4. Ai sensi e per gli effetti del combinato disposto di cui all'art. 25 della L. n. 289/2002 e dell'art. 1, comma 168, della L. n. 296/2006, l'importo minimo, fino a concorrenza del quale non devono essere eseguiti versamenti e non sono emessi provvedimenti di rimborso, viene fissato in Euro uno.

5. E' fatto obbligo di conservare l'attestazione di pagamento e di esibirla a richiesta degli agenti autorizzati.

Art. 39

Rettifica ed accertamento d'ufficio

1. Il Comune, o il concessionario, procede a rettifica o ad accertamento d'ufficio notificando al contribuente, anche a mezzo posta con raccomandata con avviso di ricevimento, apposito avviso motivato entro il 31 dicembre del quinto anno successivo a quello in cui la dichiarazione o il versamento sono stati o avrebbero dovuto essere effettuati. Entro gli stessi termini devono essere contestate o irrogate le sanzioni amministrative tributarie, a norma degli articoli 16 e 17 D.Lgs. 472/97.

2. 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. 40

Riscossione coattiva dell'imposta

1. Secondo le disposizioni di cui al D.L. 31-12-2007 n. 248 la riscossione coattiva dell'imposta può essere effettuata mediante:

- la procedura dell'ingiunzione di cui al R.D. 14 aprile 1910, n. 639, seguendo anche le disposizioni contenute nel titolo II del D.P.R. 29 settembre 1973, n. 602, nel caso in cui la riscossione coattiva è svolta in proprio dall'Ente o è affidata ai soggetti di cui all'articolo 52, comma 5, lettera b), del D.Lgs. 15 dicembre 1997, n. 446;
- la procedura del ruolo di cui al D.P.R. 29 settembre 1973, n. 602, se la riscossione coattiva è affidata agli agenti della riscossione di cui all'articolo 3 del D.L. 30 settembre 2005, n. 203, convertito, con modificazioni, dalla legge 2 dicembre 2005, n. 248.

Art. 41 **Rimborsi**

1. Il contribuente può richiedere la restituzione delle somme indebitamente versate mediante apposita istanza entro il termine di cinque anni dal giorno del versamento ovvero da quello in cui è stato accertato il diritto alla restituzione.

Art. 42 **Tariffe**

1. Ai sensi dell'art.1, comma 169, della L. n. 296/2006, le tariffe dell'imposta sono deliberate entro il termine per l'approvazione del bilancio di previsione del comune, entrano in vigore il primo gennaio dell'anno al quale si riferiscono e, qualora non modificate, si intendono prorogate di anno in anno.

2. Per ogni forma di pubblicità è dovuta, al comune o al concessionario, un'imposta nella misura risultante dalle tariffe deliberate a norma del comma precedente, con le maggiorazioni, le riduzioni e le esenzioni di cui al decreto e al regolamento.

Pubblicità ordinaria (art 12 D.Lgs. 507/93)

Pubblicità effettuata mediante insegne, locandine, stendardi, targhe e simili o con affissioni dirette su apposite strutture:

1. Durata anno solare:

a) Per superfici fino a mq. 5	€ 13,43
b) Per superfici comprese tra mq. 5,5 e fino a mq. 8,5	€ 20,65
c) Per superfici oltre mq. 8,5	€ 26,86

2. Durata non superiore a 3 mesi:

a) Per superfici fino a mq. 5	€ 1,34
b) Per superfici comprese tra mq. 5,5 e fino a mq. 8,5	€ 2,02
c) Per superfici oltre mq. 8,5	€ 2,69

NOTA: La pubblicità di cui al punto 1 va riferita ad anno solare e va calcolata moltiplicando la tariffa per i metri quadrati. Le superfici inferiori ad un metro quadrato si arrotondano al metro e le frazioni di esso, oltre il primo, al mezzo metro quadrato. Non si fa luogo all'applicazione dell'imposta per superfici inferiori a 300 cmq.

Pubblicità con veicoli (art. 13 D.Lgs. 507/93)

1. Pubblicità effettuata per conto proprio o altrui, con veicoli in genere, vetture autofilotranviarie, battelli, barche e simili di uso pubblico o privato:

a) Se effettuata all'interno dei veicoli, per ogni mq.	€ 1,34
b) Se effettuata all'esterno dei veicoli:	
b1) se di superficie fino a mq. 5,0	€ 13,43
b2) se di superficie oltre mq. 5,5 e fino a mq. 8,5	€ 20,15
b3) se di superficie superiore a mq. 8,5	€ 26,86

NOTA: La pubblicità di cui al punto 1 va riferita ad anno solare e va calcolata moltiplicando la tariffa per i metri quadrati complessivi.

Rientrano nella casistica di cui al precedente punto 1 anche gli autoveicoli o motoveicoli a uso speciale utilizzati come vela pubblicitaria.

2. Pubblicità effettuata per conto proprio su veicoli di proprietà dell'impresa o adibiti ai trasporti per suo conto:

- | | |
|--|---------|
| a) Se di portata superiore a kg. 3.000 | € 89,24 |
| b) Se di portata inferiore a kg. 3.000 | € 59,50 |
| c) Motoveicoli | € 29,75 |

3. Pubblicità effettuata con veicoli di cui al punto precedente muniti di rimorchio:

- | | |
|--|----------|
| a) Se di portata superiore a kg. 3.000 | € 178,49 |
| b) Se di portata inferiore a kg. 3.000 | € 118,99 |
| c) Motoveicoli | € 59,50 |

NOTA: L'imposta riferita alla pubblicità di cui ai punti 2 e 3 si applica sulla portata, indipendentemente dalla superficie complessiva dei mezzi pubblicitari su ciascun veicolo.

Per tali veicoli non è dovuta l'imposta per l'indicazione del marchio, della ragione sociale e dell'indirizzo dell'impresa, purché sia apposta per non più di volte e ciascuna iscrizione non sia di superficie superiore a mezzo metro quadrato.

Pubblicità con pannelli luminosi (art. 14 D.Lgs. 507/93)

Per la pubblicità effettuata con insegne, pannelli o 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 simile, si applica l'imposta indipendentemente dal numero dei messaggi, per ciascun metro quadrato di superficie e per anno solare nella misura di seguito indicata:

- | | |
|---|---------|
| a) pubblicità effettuata per c/altrui: | |
| a1) per durata inferiore a 3 mesi | € 4,96 |
| a2) per durata superiore a 3 mesi | € 49,58 |
| b) pubblicità effettuata per c/proprio: | |
| b1) per durata inferiore a 3 mesi | € 2,48 |
| b2) per durata superiore a 3 mesi | € 24,79 |

Pubblicità con proiezioni (art. 14, comma 4, D.Lgs. 507/93)

Pubblicità effettuata con diapositive, proiezioni luminose o cinematografiche su schermi o pareti riflettenti, indipendentemente dal numero dei messaggi pubblicitari.

- | | |
|-----------------------|--------|
| a) Per ciascun giorno | € 3,10 |
|-----------------------|--------|

Pubblicità varia (art. 15, comma 1, D.Lgs. 507/93)

1. Pubblicità con striscioni e simili che attraversino strade e piazze:

a) Per ogni periodo di 15 giorni o frazione e per ciascun mq. € 13,43

2. Pubblicità effettuata con aeromobili, palloni frenati e simili, indipendentemente dai messaggi, per ciascun giorno o frazione:

a) Aeromobili € 74,37

b) Palloni frenati € 37,19

3. Pubblicità effettuata con distribuzione di manifestini/volantini o con persone circolanti con cartelli o altri mezzi pubblicitari, indipendentemente dalla misura e dalla quantità del materiale distribuito, per ciascun giorno o frazione:

a) Per ciascuna persona impiegata € 3,72

4. Pubblicità effettuata con apparecchi amplificatori e simili, per ciascun giorno o frazione:

a) Per ciascun punto € 9,30

CAPITOLO IV – DIRITTO SULLE PUBBLICHE AFFISSIONI

Art. 43

Istituzione e finalità del servizio

1. E' istituito, in tutto il territorio comunale, in relazione al disposto dell'art. 18, comma 2, del decreto, il servizio delle pubbliche affissioni.
2. Il servizio è teso a garantire specificatamente l'affissione, in appositi impianti a ciò destinati, di manifesti contenenti comunicazioni aventi finalità istituzionali, sociali o comunque prive di rilevanza economica, ovvero di messaggi diffusi nell'esercizio di attività economiche.
3. I servizi affissionali possono essere affidati ad un concessionario, il quale provvederà, in particolare, alla timbratura ed affissione dei manifesti, alla timbratura delle locandine, nonché alla gestione e manutenzione degli impianti a ciò destinati.

Art. 44

Soggetto passivo

1. Sono soggetti passivi del diritto sulle pubbliche affissioni coloro che richiedono il servizio e, in solido, coloro nell'interesse dei quali il servizio stesso è richiesto.

Art. 45

Modalità per le Pubbliche Affissioni

1. I manifesti devono essere fatti pervenire all'Ente o al concessionario, nell'orario di apertura, a cura del committente, almeno tre giorni prima di quello dal quale l'affissione deve avere inizio.
2. I manifesti devono essere accompagnati da una distinta nella quale è indicato l'oggetto del messaggio pubblicitario e:
 - a) per quelli costituiti da un solo foglio, la quantità ed il formato;
 - b) per quelli costituiti da più fogli, la quantità dei manifesti, il numero dei fogli dai quali ciascuno è costituito, lo schema di composizione del manifesto con riferimenti numerici progressivi ai singoli fogli di uno di essi, evidenziato con apposito richiamo.
3. Oltre alle copie da affiggere dovrà essere inviata una copia in più, da conservare per documentazione del servizio.
4. Le affissioni devono essere effettuate secondo l'ordine di precedenza relativo al ricevimento della commissione, risultante dal relativo registro cronologico.
5. La durata dell'affissione decorre dal giorno in cui essa è stata completata. Nello stesso giorno, su richiesta del committente, il Comune o il concessionario mette a sua disposizione l'elenco delle posizioni utilizzate con l'indicazione dei quantitativi affissi.
6. Su ogni manifesto affisso viene impresso dall'Ente o dal concessionario il timbro con inchiostro indelebile recante la data di scadenza prestabilita.

7. Il ritardo nell'effettuazione delle affissioni causato da avverse condizioni atmosferiche è considerato causa di forza maggiore. In ogni caso, quando il ritardo è superiore a dieci giorni rispetto alla data che era stata richiesta, l'Ente o il concessionario provvede a darne tempestiva comunicazione, per scritto, al committente.

8. La mancanza di spazi disponibili deve essere comunicata al committente, anche per le vie brevi, entro 10 giorni dalla richiesta di affissione, con l'indicazione del periodo nel quale si ritiene che l'affissione possa essere effettuata.

9. Nei casi di cui ai commi 7 e 8 il committente può annullare la commissione entro 10 giorni dal ricevimento delle comunicazioni negli stessi previste. L'annullamento della commissione non comporta oneri a carico del committente al quale si provvederà a rimborsare integralmente la somma versata entro novanta giorni dal ricevimento dell'avviso di annullamento. I manifesti restano depositati presso l'Ente o il concessionario per 30 giorni, nell'arco dei quali il committente potrà ritirarli.

10. Nel caso in cui la disponibilità degli impianti consenta di provvedere all'affissione di un numero di manifesti inferiore a quelli pervenuti o per una durata inferiore a quella richiesta, si provvederà ad avvertire il committente per scritto. Se entro cinque giorni da tale comunicazione la commissione non viene annullata, si provvederà all'affissione nei termini e per le quantità rese note all'utente ed entro 30 giorni si disporrà il rimborso al committente dei diritti eccedenti quelli dovuti. I manifesti non affissi restano a disposizione dell'utente per 30 giorni, scaduti i quali saranno inviati al macero, salvo che lo stesso li ritiri entro il su detto termine.

11. In tutti i casi in cui compete al committente il rimborso totale o parziale del diritto sulle pubbliche affissioni lo stesso, con apposita comunicazione scritta, può autorizzare l'Ente o il concessionario ad effettuare il conguaglio fra l'importo dovuto per affissioni richieste successivamente e quella per cui spetta il rimborso.

12. Il comune o il concessionario ha l'obbligo di sostituire gratuitamente i manifesti strappati o comunque deteriorati e qualora non disponga di altri esemplari dei manifesti da sostituire, deve darne immediata comunicazione al richiedente mantenendo, nel frattempo a sua disposizione i relativi spazi.

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

14. Per le affissioni richieste per il giorno in cui è stato consegnato il materiale da affiggere od entro i due giorni successivi, se trattasi di affissioni di contenuto commerciale, ovvero per le ore notturne dalle ore 20 alle ore 7 o nei giorni festivi, è dovuta la maggiorazione del 10% del diritto, con un minimo di € 26,00 per ciascuna commissione.

15. Presso il comune o il concessionario devono essere costantemente esposti, per la pubblica consultazione di chiunque ne faccia richiesta:

- le tariffe del servizio;
- l'elenco degli spazi destinati alle pubbliche affissioni;
- il registro cronologico delle commissioni.

16. Le disposizioni previste dal decreto e dal regolamento per l'imposta sulla pubblicità si applicano, per quanto compatibili e non previsto in questo capitolo, anche al diritto sulle pubbliche affissioni.

Art. 46

Impianti destinati all'affissione di manifesti funebri

1. Gli spazi dedicati alle affissioni funebri sono indicati nell'apposito elenco predisposto e aggiornato dall'ufficio competente o dal concessionario dell'imposta e dei diritti.

2. Le dimensioni dei manifesti funebri vengono determinate in cm. 29,7 (altezza) x cm. 42 (base).

3. Fermo restando che il servizio per le affissioni funebri è di competenza dell'Ente o del concessionario, le agenzie di onoranze funebri, possono affiggere i manifesti direttamente con proprio personale e negli appositi spazi di cui al comma 1, esclusivamente nei giorni feriali dalle ore 16.00 alle ore 9.00 e nei giorni prefestivi e festivi.

4. Le agenzie di onoranze funebri che provvederanno ad effettuare l'affissione direttamente, dovranno operare nel rispetto delle seguenti disposizioni:

- l'affissione dei manifesti funebri, potrà avvenire esclusivamente negli spazi specificamente ad essa destinati;
- la durata dell'affissione dei manifesti funebri non potrà essere superiore a 3 giorni;
- dopo la scadenza i manifesti devono essere immediatamente rimossi.

L'agenzia di onoranze funebri che abbia effettuato affissioni direttamente dovrà, entro il primo giorno lavorativo successivo all'affissione, provvedere contestualmente al pagamento del relativo diritto e a presentare un rendiconto indicante il nominativo cui sono riferite le affissioni, la quantità e la data delle stesse, oltre che il nominativo della persona fisica incaricata della materiale affissione. In questi casi non viene applicato il diritto di urgenza di cui all'art. 22, comma 9, del decreto.

In ogni caso, la persona fisica incaricata dell'affissione dovrà procedere con cura ed ordine, garantendo la pulizia dello spazio circostante l'impianto e senza creare danno ad altri manifesti già affissi. Non dovrà quindi coprire, danneggiare o rimuovere altri manifesti se non quelli già scaduti, come evidenziato dalla data apposta sugli stessi. In ogni caso, la persona fisica che svolge la materiale attività di affissione del manifesto, dovrà attenersi a tutte le prescrizioni inerenti la sicurezza e mettere in atto ogni cautela affinché la propria opera non costituisca pericolo o pregiudizio per se stessa o per altre persone o cose, esonerando l'Amministrazione Comunale e l'eventuale concessionario del servizio da ogni responsabilità per danno cagionato o subito.

L'Amministrazione e l'eventuale affidatario del servizio di gestione delle pubbliche affissioni avranno diritto di rivalsa nei confronti della persona fisica incaricata dell'affissione o del committente nel caso in cui dovessero provvedere a risarcire

eventuali danni arrecati da tali soggetti nell'attività di affissione o nel caso in cui dovessero sostenere maggiori costi a causa della stessa.

5. Sugli annunci funebri è vietata qualunque forma di pubblicità.

6. In calce all'annuncio deve essere presente solo ed esclusivamente l'indicazione della ditta che effettua il servizio funebre (Servizio funebre effettuato dalla Ditta_____), della data dell'affissione, della data di scadenza, della ditta che ha curato l'affissione dell'annuncio (Affissione effettuata da_____), del Comune in cui ha sede la ditta e del relativo numero di telefono.

7. Per il recupero dei diritti sulle pubbliche affissioni non pagati dall'agenzia funebre al comune o al suo concessionario, si applicheranno le disposizioni di cui alla L. n. 296/2006 e del R.D. n. 639/1910. In caso di violazione di quanto stabilito ai commi 4, 5 e 6 si applica, a carico dell'agenzia cui è riferibile l'annuncio o l'affissione, la sanzione amministrativa pecuniaria di cui all'art. 54, comma 9, del regolamento.

8. Nel caso di richiesta al servizio di pubbliche affissioni, i manifesti funebri pervenuti entro le ore 13,00 saranno affissi nella stessa giornata, mentre i manifesti pervenuti dopo tale orario saranno affissi il giorno successivo.

Art. 47

Affissioni abusive

1. Sono considerate abusive le affissioni eseguite fuori dai luoghi a ciò destinati ed opportunamente identificati dal comune, quelle per le quali siano stati omessi i dovuti pagamenti, nonché quelle sprovviste del timbro dell'Ente o del concessionario recante la data di scadenza.

2. Ai sensi dell'art. 1, c. 157, della L. n. 296/2006, gli oneri derivanti dalla rimozione dei manifesti affissi in violazione delle disposizioni vigenti, sono a carico dei soggetti per conto dei quali sono stati affissi. L'atto di accertamento per il recupero del diritto include anche le predette spese.

3. Nel caso di affissioni abusive si applicano le sanzioni amministrative di cui all'art. 54, comma 9, del regolamento ed il comune o il concessionario del servizio provvede all'accertamento d'ufficio del diritto, se dovuto, per il periodo di esposizione abusiva e all'applicazione delle sanzioni tributarie e degli interessi previsti dal regolamento.

Art. 48

Riduzioni del diritto

1. La tariffa 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 ai sensi dell'art. 21 del decreto;

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 il patrocinio o la partecipazione degli enti pubblici territoriali;
- d) per i manifesti relativi a festeggiamenti patriottici, religiosi, a spettacoli viaggianti e di beneficenza;
- e) per gli annunci mortuari.

Art. 49 **Esenzioni dal 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;
 - h) la pubblicità varia per eventi patrocinati dal comune, effettuata da enti e associazioni senza scopo di lucro.

Art. 50 **Pagamento del diritto – Recupero di somme**

1. Il pagamento del diritto sulle pubbliche affissioni deve essere effettuato contestualmente alla richiesta del servizio secondo le modalità di cui all'art. 45 del regolamento.
2. Ai fini della riscossione coattiva del diritto si applicano, per quanto compatibili, le modalità di cui all'art. 40 del regolamento.
3. Entro il termine di cinque anni decorrente dal giorno in cui è stato effettuato il pagamento, ovvero da quello in cui è stato definitivamente accertato il diritto al rimborso, il contribuente può chiedere la restituzione di somme versate e non dovute mediante apposita istanza.
4. Ai sensi dell'art. 1, comma 166, della L. 27.12.2006 n. 296, il pagamento del diritto deve essere effettuato con arrotondamento all'euro per difetto se la frazione è inferiore o uguale a 49 centesimi ovvero per eccesso se superiore a detto importo.
5. Ai sensi e per gli effetti del combinato disposto di cui all'art. 25 della L. n. 289/2002 e dell'art. 1 comma 168 della L. n. 296/2006, l'importo minimo fino a concorrenza del quale non devono essere eseguiti versamenti e non sono emessi provvedimenti di rimborso, viene fissato in Euro 1,00.

Art. 51

Tariffe

1. Il diritto sulle pubbliche affissioni è dovuto al comune o al concessionario che vi subentra.
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. Per i manifesti costituiti da 8 fino a 12 fogli il diritto è maggiorato del 50% e per quelli costituiti da più di 12 fogli è maggiorato del 100%.
4. Le maggiorazioni del diritto, a qualunque titolo previsto, sono cumulabili tra loro e si applicano sulla tariffa base.
5. Le eventuali aggiunte ai manifesti già affissi sono soggette al pagamento del diritto corrispondente alla tariffa prevista per i primi 10 giorni.
6. Le tariffe delle pubbliche affissioni devono essere esposte nell'ufficio del relativo servizio del comune o del concessionario in modo che possano essere facilmente consultate da chi vi abbia interesse.
7. Ai sensi dell'art.1, comma 169 della Legge. n. 296/2006, le tariffe del diritto sono deliberate entro il termine per l'approvazione del bilancio di previsione del Comune, entrano in vigore il primo gennaio dell'anno al quale si riferiscono e, qualora non modificate, si intendono prorogate di anno in anno.
8. La misura del diritto sulle pubbliche affissioni per ciascun foglio di dimensione fino a cm. 70 x 100 e per un periodo di 10 giorni è pari ad € 1,36.
9. Per ogni periodo successivo a quello di cui al comma 8, pari a 5 giorni o frazione di esso, si applica una maggiorazione del 30%.
10. Per ogni commissione inferiore a 50 fogli il diritto di cui al comma 8 è maggiorato del 50%.
11. La misura del diritto sulle pubbliche affissioni per ciascun foglio di dimensione fino a cm. 100 x 140 e per un periodo di 10 giorni è pari ad € 2,73.
12. Per ogni periodo successivo a quello di cui al comma 11, pari a 5 giorni o frazione di esso, si applica una maggiorazione del 30%.
15. Per ogni commissione inferiore a 50 fogli il diritto di cui al comma 11 è maggiorato del 50%.

CAPITOLO QUINTO - SANZIONI ED INTERESSI

Art. 52 Sanzioni Tributarie

1. Per l'omessa presentazione della denuncia si applica la sanzione del 100% della tassa dovuta con un minimo di € 51,65.
2. Per la denuncia infedele si applica la sanzione del 50% della maggior tassa dovuta.
3. In caso di violazioni non suscettibili di ridondare sulla determinazione del tributo (cd. "errori formali" presenti nella denuncia), non si applica alcuna sanzione.
4. Le sanzioni indicate nei commi 1 e 2 sono ridotte ad un terzo (misura stabilita dagli artt. 16 e 17 del D.Lgs. n. 472/1997) se entro il termine per ricorrere alle Commissioni Tributarie interviene adesione del contribuente, con contestale pagamento della tassa, se dovuta e delle sanzioni.
5. Per l'omesso o tardivo pagamento dell'imposta o delle singole rate di essa o del diritto è dovuta una sanzione pari al trenta per cento dell'imposta o del diritto il cui pagamento è stato omesso o ritardato.
6. Verrà considerata violazione di carattere tributario, punibile ai sensi dell'art. 23 del decreto, l'esposizione di pubblicità non dichiarata.

Art. 53 Interessi

1. Sulle somme dovute e non corrisposte nei termini indicati nel regolamento e nel decreto per l'imposta e per il diritto, si applicano interessi in misura pari al tasso legale vigente al 1° gennaio di ciascun anno d'imposta a decorrere dal giorno in cui detti importi sono divenuti esigibili. Gli interessi sono calcolati con maturazione giorno per giorno.
2. Interessi nella stessa misura spettano al contribuente in caso di rimborso.

Art. 54 Sanzioni amministrative

1. Il comune è tenuto a vigilare, a mezzo del Corpo di Polizia Locale, sulla corretta osservanza delle disposizioni legislative e regolamentari riguardanti l'effettuazione della pubblicità, delle affissioni dirette e delle pubbliche affissioni, richiamate o stabilite nel regolamento e nel piano.
2. L'installazione o l'esposizione di un qualsiasi mezzo pubblicitario sulle strade o aree pubbliche o soggette a uso pubblico e nelle relative pertinenze, non preventivamente autorizzate o difformi dal titolo autorizzativo, costituiscono una violazione amministrativa punita ai sensi degli artt. 23 e da 194 a 219-bis del Codice della Strada, nonché dell'art. 56 del DPR n. 495/92 (Regolamento di esecuzione del Codice della Strada).

3. Le sanzioni di cui al comma precedente si applicano anche nel caso in cui l'installazione del mezzo pubblicitario avvenga su area privata e sia visibile da un luogo pubblico o soggetto ad uso pubblico.

4. Nel caso in cui l'installazione dei mezzi pubblicitari sia realizzata su suolo demaniale ovvero rientrante nel patrimonio del comune o nel caso in cui la loro ubicazione avvenga lungo le strade e le fasce di pertinenza, l'Ente provvede, senza indugio, alla loro rimozione ed alla custodia, dandone comunicazione ai soggetti interessati. Successivamente alla rimozione ed alla custodia dei mezzi pubblicitari, il comune trasmetterà la nota delle spese sostenute al Prefetto per l'emissione della relativa ordinanza di ingiunzione di pagamento; tale ordinanza costituisce titolo esecutivo.

5. L'esposizione di un qualsiasi mezzo pubblicitario su aree o luoghi privati aperti al pubblico, non preventivamente autorizzata o difforme dal titolo autorizzativo, nonché tutte le altre violazioni previste dal presente regolamento, costituiscono una violazione amministrativa punita ai sensi dell'art. 24 del decreto con la sanzione pecuniaria da € 206,00 a € 1.549,00.

Il materiale pubblicitario abusivo è rimosso ai sensi e per gli effetti dello stesso art. 24 citato.

6. Per quanto non previsto dalle presenti disposizioni in materia di violazioni amministrative, si osservano le norme stabilite dal capo I, sezione I e II, della L. 24 dicembre 1981, n. 689.

7. Il comune diffida il trasgressore, l'obbligato in solido e il proprietario o possessore del suolo privato a rimuovere il mezzo pubblicitario, a loro spese, entro e non oltre 10 giorni dalla data di ricevimento dell'atto. Decorso inutilmente il su detto termine, il comune provvede ad effettuare la rimozione del mezzo pubblicitario ed alla sua custodia, dandone comunicazione ai soggetti su indicati, facendo riferimento alle avvenute operazioni ed alle condizioni di custodia e ritiro del mezzo. Trascorsi 60 giorni dalla comunicazione il mezzo pubblicitario, se non ritirato, verrà distrutto. L'Ente provvederà ad addebitare le spese sostenute ai soggetti sopra indicati.

8. Ai sensi dell'art. 23, comma 13-bis, del Codice della Strada, chiunque non ottemperi alla diffida per la rimozione del mezzo pubblicitario, nel termine previsto, è soggetto alla sanzione amministrativa da € 4.696,00 a € 18.785,00.

9. I proventi delle sanzioni amministrative previste dall'art. 24 del decreto, da chiunque accertate, sono dovuti al comune e sono destinati al potenziamento ed al miglioramento del Servizio pubblicità e pubbliche affissioni, se gestito direttamente, all'impiantistica facente carico al comune, alla vigilanza nello specifico settore e alla realizzazione, aggiornamento, integrazione e manutenzione del piano generale degli impianti.

10. Nel caso di esposizione di materiale pubblicitario abusivo e nel caso in cui alla regolare denuncia di cessazione non consegua l'effettiva rimozione del mezzo pubblicitario entro il termine prescritto, si applicano, oltre alle sanzioni amministrative, anche quelle tributarie, di cui all'art. 52 del regolamento, con successiva notifica di apposito avviso di accertamento.

11. Gli organi accertatori ed esecutori ai sensi dell'art. 23, comma 13-bis, del Codice della Strada, sono autorizzati ad accedere sul fondo privato ove è collocato il mezzo pubblicitario.

CAPITOLO VI - DISPOSIZIONI FINALI

Art. 55 Entrata in vigore

1. In ossequio al comma 16 dell'art. 53 della legge 23 dicembre 2000, n. 388, il presente regolamento, se approvato entro il termine per la deliberazione del bilancio di previsione, ha effetto dal 1° gennaio dell'anno di riferimento, ovvero dal 01/01/2014.
2. Dall'entrata in vigore del presente regolamento sono abrogate e cessano di avere efficacia tutte le norme contenute in previgenti regolamenti in materia.

Art. 56 Disposizioni transitorie

1. I mezzi pubblicitari privi di titolo abilitativo, ma conformi alle prescrizioni del presente Regolamento, sono oggetto di autorizzazione in sanatoria, sulla base di apposita istanza (SCIA o richiesta di autorizzazione) da presentarsi entro e non oltre il 30/09/2018. In caso di mancata presentazione dell'istanza entro tale termine, il mezzo pubblicitario deve ritenersi abusivo.