



Comune di Bovisio Masciago

Provincia di Milano

REGOLAMENTO DELL'IMPOSTA DI PUBBLICITA' E DEL SERVIZIO DELLE PUBBLICHE AFFISSIONI

TITOLO I° - NORME GENERALI

Art. 1: Ambito e scopo del Regolamento

Art. 2: Tipologia degli impianti pubblicitari

Art. 3: Divieti

Art. 4: Ripartizione in categorie del territorio comunale

Art. 5: Ambito di applicazione del Piano Generale degli Impianti, Zonizzazione e procedura per la sua approvazione

TITOLO II°

Capo I - Dell'Imposta di Pubblicità

Art. 6: Presupposto dell'imposta, soggetto passivo, modalità di applicazione dell'imposta: Rinvio

Art. 7: Distinzioni dell'imposta di pubblicità

Art. 8: Dichiarazione di pubblicità

Art. 9: Casi di omessa dichiarazione

Art. 10: Procedure

Art. 11: Impianti apposti su spazi ed aree pubbliche

Art. 12: Tariffe dell'imposta sugli impianti pubblicitari

Art. 13: Criteri di applicazione dell'imposta sulla pubblicità ordinaria

Art. 14: Criteri di applicazione dell'imposta sulla pubblicità con veicoli

Art. 15: Criteri di applicazione dell'imposta sulla pubblicità con pannelli luminosi e proiezioni

Art. 16: Criteri di applicazione dell'imposta sulla pubblicità varia

Capo II - Del Servizio delle Pubbliche Affissioni

Art. 17: Oggetto

Art. 18: Soggetti Passivi

Art. 19: Diritti sulle pubbliche affissioni

Art. 20: Modalità per le pubbliche affissioni: Rinvio

Capo III - Accertamenti e sanzioni

Art. 21: Accertamenti d'ufficio per imposta di pubblicità

Art. 22: Sanzioni amministrative

TITOLO III° - NORME TRANSITORIE E FINALI

Art. 23: Istituzione di un capitolo per utilizzo dei proventi delle sanzioni

Art. 24: Adeguamento impianti alle norme del presente regolamento

Art. 25: Procedura per il rilascio di autorizzazioni

Art. 26: Gestione dell'imposta e del servizio di affissioni

TITOLO I° - NORME GENERALI

Art. 1: Ambito e scopo del Regolamento

1. Il presente Regolamento viene emanato ai sensi e per gli effetti dell'art. 3 del Decreto Legislativo 15 novembre 1993 n. 507 e disciplina la effettuazione della pubblicità e delle pubbliche affissioni nell'ambito del territorio comunale, soggette rispettivamente al pagamento di una imposta ed alla corresponsione di un diritto.
2. Ai fini dell'applicazione delle tariffe della pubblicità e dei diritti relativi al servizio delle pubbliche affissioni, si dà atto che il Comune di Bovisio Masciago, in base alla popolazione residente al 31 Dicembre 1992, appartiene alla Classe IV, ai sensi dell'art. 2, primo comma, del Decreto Legislativo 15 novembre 1993 n. 507.

Art. 2: Tipologia degli impianti pubblicitari

1. Nell'ambito del territorio comunale, la tipologia ammessa degli impianti e dei mezzi pubblicitari è la seguente:
 - a. *Insegna o targa* - mezzo pubblicitario posto ad individuare la presenza di una attività (commerciale, artigianale, industriale, di servizio od altro) della quale potrà indicare nome o ragione sociale, tipo di attività od esercizio, i prodotti od i servizi ad essa connessi;
 - b. *Cartello* - mezzo pubblicitario realizzato su pannello rigido, non deteriorabile, la cui stabilità sia garantita da una struttura adeguatamente dimensionata, di tipo mono o bi-facciale ancorato a terra;
 - c. *Manifesto* - mezzo pubblicitario prevalentemente realizzato su carta, di dimensione modulare (m. 0,70 x 1,00) semplice o multiplo, da apporre su appositi impianti di supporto di tipo (cartelli affissionali o targhe affissionali) bifacciale, stabilmente infissi al suolo, oppure di tipo monofacciale, come riquadri o supporti (prevalentemente metallici, denominati "lamiere") applicati su paramenti o superfici murarie;
 - d. *Locandina* - mezzo pubblicitario prevalentemente cartaceo, di dimensioni ridotte rispetto al manifesto, da apporre all'interno di esercizi pubblici e commerciali;
 - e. *Volantino* - mezzo pubblicitario prevalentemente cartaceo, di dimensioni ridotte (formato A4 o simili) utilizzato per la trasmissione diffusa tramite appositi incaricati;
 - f. *Striscione* - mezzo pubblicitario mono o bi-facciale, realizzato su supporti non rigidi, generalmente in tessuto, avente uno sviluppo prevalentemente orizzontale e formato da uno o da più elementi (es. festone di bandierine), posto in attraversamento perpendicolare a vie, piazze o luoghi di transito ed ancorato ad appositi supporti di sicurezza, ad una altezza tale da non creare intralcio o pericolo per la circolazione e la pubblica incolumità
 - g. *Stendardo* - mezzo pubblicitario monofacciale realizzato esclusivamente in tela, a prevalente sviluppo verticale, da ancorare esclusivamente a sostegni (es. pali) già esistenti sul territorio, senza intralcio o pericolo per la circolazione e la pubblica incolumità.
 - h. *preinsegna commerciale*: la scritta in caratteri alfanumerici, completata da freccia di orientamento, ed eventualmente da simboli e da marchi, utilizzabile su una o due facce, supportata da una idonea struttura di sostegno, finalizzata alla indicazione direzionale della posizione dove è insediata una determinata attività produttiva, commerciale ecc., installata in modo da facilitare il reperimento della sede stessa e comunque nel raggio di 5 km. Non può essere luminosa, né per luce propria, né per luce indiretta

Le posizioni dei sostegni cui ancorare i cartelli e le targhe affissionali, le posizioni delle preinsegne e le loro caratteristiche tecniche sono stabilite dal Piano Generale degli Impianti di cui al successivo art. 5. E' fatto comunque divieto di ancoraggio ai pali di sostegno dei cartelli della segnaletica stradale, delle linee elettriche, dell'illuminazione pubblica e agli alberi.

2. I mezzi pubblicitari di cui alle lettere a) e b) del precedente comma 1, cioè insegne, targhe e cartelli, potranno essere di tipo pittorico e a cromatismo semplice o luminoso e, in quest'ultima ipotesi, detto cromatismo potrà essere a luce propria o a luce riflessa da apparecchi all'uopo installati. Inoltre, detti mezzi potranno altresì essere realizzati mediante l'impiego di strutture meccaniche o diodi luminosi o lampadine o simili che, mediante un controllo elettronico od elettromeccanico, garantiscano la variabilità del messaggio pubblicitario o la sua visione in forma intermittente.
3. Ai fini del presente articolo, sono da ritenersi mezzi pubblicitari anche tutti quei supporti non espressamente destinati all'effettuazione di pubblicità ma che contengano comunque messaggi pubblicitari, come, a titolo esemplificativo, tende, apparecchi di illuminazione, ombrelloni, bacheche, autoveicoli.
4. Ai fini della imposizione fiscale e delle procedure per il rilascio delle autorizzazioni, i mezzi pubblicitari sono suddivisi altresì in "permanenti" e "temporanei", a seconda che siano utilizzati per supportare pubblicità soggetta, rispettivamente, al pagamento per anno solare di riferimento oppure al pagamento per periodi di imposta inferiori all'anno solare, così come specificato al successivo art. 7.
5. I messaggi pubblicitari non potranno essere apposti altresì su elementi di arredo urbano o di servizio, come pensiline, parapetonali, cestini rifiuti, ecc.
6. Fermo restando quanto stabilito dall'art. 23 del Decreto Legislativo 30.4.1992 n. 285, di approvazione del "Nuovo Codice della Strada", e dall'art. 48 del DPR 30.6.1992 n. 495 di approvazione del "Regolamento di Esecuzione ed Attuazione del Nuovo Codice della Strada", con il presente Regolamento (ai sensi del citato art. 48, comma primo ultima parte, del DPR 495/1992) la superficie massima ammessa per i mezzi pubblicitari di cui al presente articolo, comma 1 lett. a), b), c), d), f), g), se realizzati nel centro abitato, così come perimetrato ai sensi dell'art. 4 del Decreto Legislativo 30 aprile 1992 n. 285, non potrà essere superiore ad 8 metri quadrati.
7. Le caratteristiche dei mezzi pubblicitari installati nei centri abitati sono fissate dal Piano Generale degli Impianti di cui al successivo art. 5.
8. In ogni caso, l'autorizzazione a porre in opera impianti pubblicitari (rilasciata secondo le procedure descritte ai successivi artt. 8 e 9) obbliga il titolare di detta autorizzazione/concessione nonché, qualora sia persona o soggetto giuridico diverso, il soggetto passivo dell'imposta, a verificare il buono stato di conservazione dell'impianto medesimo, ponendo in essere tutti gli interventi necessari per la loro manutenzione, allo scopo di evitare pericoli od inconvenienti per la pubblica incolumità o per la circolazione stradale.
9. Il titolare dell'autorizzazione (ed il soggetto passivo dell'imposta, ove sia persona diversa) è tenuto ad applicare, a propria cura e spese, all'impianto pubblicitario la targhetta prevista dall'art. 55 del DPR 30 giugno 1992 n. 495 (Regolamento di Esecuzione ed Attuazione del Nuovo Codice della Strada), contenente tutte le indicazioni previste dalla suddetta norma. Detta targhetta, sempre a carico dei soggetti di cui sopra, dovrà essere sostituita ogni qualvolta si proceda al rinnovo dell'autorizzazione o sia variato uno qualsiasi dei dati in essa contenuti.

Art. 3: Divieti

1. E' vietata qualsiasi forma di pubblicità al di fuori di quelle previste o disciplinate nel presente Regolamento o con modalità non conformi ad esso o con mezzi e supporti non previsti dal Piano Generale degli Impianti Pubblicitari e da quanto previsto dal Regolamento di Polizia Urbana.
2. E' altresì vietato installare mezzi pubblicitari, di qualsiasi tipo e natura, senza aver ottenuto le necessarie autorizzazioni, ai sensi degli artt. 8 e 9 che seguono, nonché effettuare qualsiasi forma pubblicitaria senza aver presentato la dichiarazione di cui al successivo art. 8 ai competenti Organi Comunali.

3. E', in particolare, fatto divieto di effettuare lanci di volantini sia da autoveicoli fermi od in movimento, sia da parte degli incaricati della loro distribuzione.
4. Per i divieti e le limitazioni relative alla effettuazione di pubblicità e di pubbliche affissioni, si fa rinvio alle norme contenute nel Decreto Legislativo 30 aprile 1992 n. 285 di approvazione del "Nuovo Codice della Strada" ed al DPR 30 giugno 1992 n. 495 di approvazione del "Regolamento di Esecuzione ed Attuazione del Nuovo Codice della Strada", loro successive modifiche ed integrazioni. Anche le integrazioni e/o modificazioni che dovessero essere apportate alle sopra richiamate normative e concernenti la materia delle affissioni e della pubblicità si intendono, ove non diversamente disposto da norme di legge, qui automaticamente richiamate.
5. Le norme del presente Regolamento che siano in deroga alle normative richiamate al precedente comma 4 devono espressamente dichiarare l'articolo di legge che consente la deroga medesima. Qualora il potere di deroga sia previsto in una norma di legge emanata successivamente al presente Regolamento, per il suo esercizio occorrerà procedere ad una espressa integrazione del Regolamento medesimo.

Art. 4: Ripartizione in categorie del territorio comunale

1. Con la presente norma, preso atto di quanto disposto dall'art. 4, 2° comma, del Decreto Legislativo 15 novembre 1993 n. 507, viene stabilito che alla suddivisione in categorie del territorio comunale, ai fini dell'applicazione dell'imposta di pubblicità e dei diritti sulle pubbliche affissioni, si proceda con deliberazione della Giunta Comunale.
2. Sempre con deliberazione della Giunta Comunale, si procederà alla revisione della suddivisione di cui al precedente comma 1 ogni qualvolta sia necessario ed opportuno adeguarla alle mutate condizioni socio economiche, urbanistiche e commerciali della città.
3. In ogni caso, dovrà essere sentito il parere delle organizzazioni di categoria rappresentative di interessi economici collettivi interessate alla materia della pubblicità.

Art. 5: Ambito di applicazione del Piano Generale degli Impianti, Zonizzazione e procedura per la sua approvazione.

1. Il Piano Generale degli Impianti, di seguito denominato Piano, prende atto della delimitazione dei "centri abitati" di cui all'art. 3 del D.Lgs. 30 Aprile 1992 n. 285 (Nuovo Codice della Strada) adottata con apposita deliberazione della Giunta Comunale e disciplina, all'interno ditale delimitazione l'inserimento sia temporaneo che permanente degli impianti pubblicitari siano essi pubblici che privati.
2. Le caratteristiche tipologiche, dimensionali ed il posizionamento degli impianti pubblicitari posti fuori dei "centri abitati" sono regolamentati dal Regolamento di Esecuzione del Codice della Strada (D.P.R. 16 Dicembre 1992 n. 495)
3. Il Piano prende in esame i vari mezzi pubblicitari e le rispettive caratteristiche, così come descritti al precedente art. 2, ed individua le possibilità di installazione e le dimensioni a seconda delle diverse caratteristiche del territorio comunale. A tale scopo, il Piano suddivide il territorio comunale nelle seguenti zone:
Zona A: Urbana Centrale comprendente i nuclei centrali del territorio comunale e le principali direttrici viarie
Zona B: Urbana Residenziale comprendente i nuclei residenziali sviluppatisi nel tempo attorno alle zone urbane di più antica formazione
Zona C: Produttiva - Commerciale comprendente i comparti con maggior presenza di attività produttive e commerciali
Zona D: Speciale di Rispetto comprendente i comparti con caratteristiche storiche, ambientali e funzionali che fanno ritenere necessaria una presenza limitata di impianti pubblicitari

Zona E: Periferica ed Agricola comprendenti le parti di territorio con limitata presenza di interventi di urbanizzazione

4. Per quanto concerne, in particolare, gli impianti pubblicitari di cui alla lettera a) del 1° comma del precedente art. 2, il Piano stabilisce, forme, tipologie e colori ammissibili a seconda delle zone entro le quali si intenda apporle.
5. Per quanto concerne gli impianti a carattere temporaneo, il Piano stabilirà, a seconda delle zone entro le quali si intenda installarli, le caratteristiche tipologiche e dimensionali ammesse ed un elenco dei punti ove questi saranno installabili.
6. Il Piano sarà composto dai seguenti elaborati tecnici:
 - a. Planimetria Generale di zonizzazione in scala 1:5000;
 - b. Planimetrie di dettaglio di alcune Zone, scala 1:2000;
 - c. Planimetria con indicazioni di posizioni, dimensioni e tipologia dei cartelli e delle tabelle affissionali e delle preinsegne
 - d. Norme Tecniche.
7. Il Piano, predisposto in base ai criteri di cui ai precedenti commi 1, 2 e 3, sarà approvato con deliberazione della Giunta Comunale e soggetto a revisione triennale con le stesse modalità.
8. La proposta di piano sarà sottoposta al parere, per quanto di rispettiva competenza, dell'Amministrazione Provinciale di Milano e dell'ANAS.
9. La proposta di piano sarà, altresì, sottoposta al parere della Commissione Edilizia e della Commissione Urbanistica.
10. La richiesta dei pareri dovrà essere inoltrata contemporaneamente ai soggetti di cui ai commi precedenti, assegnando un termine di giorni sessanta dalla ricezione per la espressione del parere.
11. Decorso inutilmente tale termine, il parere si intende reso in senso positivo.
12. Il Piano, non appena divenuta esecutiva la relativa deliberazione di approvazione, sarà affisso all'Albo Pretorio Comunale per 15 giorni consecutivi. Dell'avvenuta approvazione e pubblicazione sarà data notizia mediante manifesti da affiggere negli spazi riservati alle pubbliche affissioni ed avvisi da pubblicarsi una sola volta sulla stampa locale.

TITOLO II°

CAPO I - Dell'Imposta di Pubblicità

Art. 6: Presupposto dell'imposta, soggetto passivo, modalità di applicazione dell'imposta: Rinvio

1. Per quanto attiene il presupposto dell'imposta, il soggetto passivo e le modalità di applicazione dell'imposta si fa espresso rinvio alle norme contenute negli art. 5, 6 e 7 del Decreto Legislativo 15 novembre 1993 n. 507.
2. Ai fini della applicazione del presente Regolamento e delle relative tariffe dell'Imposta di Pubblicità e dei Diritti sulle Pubbliche Affissioni, si specifica che per "mezzo" attraverso il quale si diffonde il messaggio pubblicitario si intende uno qualsiasi degli impianti di cui al precedente art. 2.

Art. 7: Distinzioni dell'imposta di pubblicità

1. Agli effetti dell'applicazione delle relative tariffe l'Imposta di Pubblicità è distinta in:
 - a) pubblicità soggetta al pagamento per anno solare di riferimento;
 - b) pubblicità soggetta al pagamento per periodi di imposta inferiori all'anno solare, specificati caso per caso.

2. Rientrano nelle fattispecie di cui alla lett. a) del precedente comma 1, ai sensi del 1° comma dell'art. 9 del Decreto Legislativo 507, la c.d. "pubblicità ordinaria" di cui al 1° comma dell'art. 12 del Decreto 507; la pubblicità effettuata mediante affissioni dirette, anche per conto altrui (3° comma art. 12 citato); la pubblicità effettuata con veicoli (art. 13 decreto legislativo 507); la pubblicità effettuata per conto altrui oppure dall'impresa per conto proprio 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, avente durata superiore a tre mesi (art. 14, 1° e 3° comma decreto legislativo 507).

Art. 8: Dichiarazione di pubblicità

1. Il soggetto interessato alla effettuazione, per conto proprio od altrui, di pubblicità secondo le forme previste dal presente Regolamento, è tenuto, prima di dar corso a detta pubblicità, a presentare una apposita dichiarazione al competente Ufficio Comunale, e/o all'Ente affidatario del servizio, secondo il modello predisposto dall'Amministrazione Comunale e/o dall'Ente affidatario del servizio e messo a disposizione del pubblico presso gli Uffici Comunali che saranno individuati con successivo atto, quali, a titolo esemplificativo, l'Ufficio Tecnico, l'Ufficio Polizia Amministrativa ecc..
2. Alla dichiarazione di pubblicità di cui al comma precedente dovrà essere allegata l'attestazione dell'avvenuto pagamento dell'imposta dovuta.
3. Qualora l'effettuazione della pubblicità comporti la messa in opera di strutture e/o manufatti, aventi sia carattere precario sia carattere permanente, od anche preveda la semplice decorazione (ad es. pittorica) di facciate di palazzi, muri od altre superfici all'uopo indicate, anche dal Piano di cui al precedente art. 5, il soggetto interessato di cui al precedente comma 1° dovrà, altresì, indicare sulla dichiarazione di pubblicità anche gli estremi dell'autorizzazione rilasciata da parte dell'Amministrazione competente.
4. Nella ipotesi di cui al precedente comma 3, il pagamento dell'imposta dovrà essere effettuato soltanto dopo il rilascio della autorizzazione da parte del competente ufficio dell'Amministrazione Comunale. La relativa attestazione sarà, comunque, consegnata al competente Ufficio Affissioni e Pubblicità, che dovrà allegarla alla dichiarazione di cui al primo comma, prima della effettuazione della pubblicità.
5. Tutte le variazioni che comportino modifiche nella misura dell'imposta o nella tipologia della pubblicità effettuata, obbligano il soggetto passivo dell'imposta a presentare una nuova dichiarazione di pubblicità ed a corrispondere l'eventuale conguaglio su quanto pagato per la precedente dichiarazione, nonché a munirsi delle autorizzazioni eventualmente necessarie per il tipo di pubblicità che si intende effettuare. L'Ufficio competente, per parte sua, procederà al rimborso di quanto eventualmente risulti, a seguito della nuova dichiarazione presentata, versato in eccedenza in relazione alla precedente dichiarazione.
6. In applicazione dell'art. 9, 40 comma, del Decreto Legislativo 15 novembre 1993 n. 507, si stabilisce che le rate trimestrali anticipate, relative al pagamento della pubblicità annuale di importo superiore a € 1.500,00 siano corrisposte, per ciascuna annualità d'imposta, alle seguenti scadenze: prima rata 31 gennaio, seconda rata 31 marzo, terza rata 30 giugno e quarta rata 30 settembre.
7. In caso di rimozione dell'impianto o del materiale pubblicitario, ai fini dell'esenzione dal pagamento dell'imposta, il soggetto passivo di cui al precedente art. 6 dovrà darne notizia al competente Ufficio comunale, mediante apposita denuncia di cessazione, entro e non oltre il 31 gennaio di ogni anno. Decorso tale termine, l'eventuale denuncia di cessazione avrà effetto a decorrere dall'anno successivo, mentre dovrà essere interamente corrisposta quella dovuta per ('anno nel corso del quale la denuncia è presentata.

8. In tutti i casi nei quali si determinino variazioni interessanti l'effettuazione di pubblicità mediante uno dei mezzi previsti al precedente art. 2 (ad esempio, a causa di trasferimento della titolarità dell'attività svolta o di mutamento della medesima) il soggetto interessato dovrà presentare apposita denuncia all'ufficio Comunale competente.
9. La denuncia di cui al precedente comma 8 dovrà essere inoltrata anche nel caso in cui le variazioni intervenute non influiscano sull'aspetto tributario, ma solo sulla titolarità del rapporto di imposta. Nel caso, invece, che tali modificazioni abbiano rilievo anche sotto il profilo fiscale, si applicano i disposti del 5° comma del presente articolo.

Art. 9: Casi di omessa dichiarazione

1. Qualora venga omessa la presentazione della dichiarazione di pubblicità effettuata sia per conto proprio che altrui con insegne, cartelli, locandine, targhe, stendardi, 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, la pubblicità si presume effettuata in ogni caso con decorrenza dal primo gennaio dell'anno in cui è stata accertata.
2. In caso di mancata presentazione di denuncia di cessazione, la pubblicità si intende comunque prorogata con decorrenza primo gennaio, salvo l'accertamento dell'avvenuta rimozione del mezzo pubblicitario.
3. Il soggetto passivo può denunciare la cessazione, la rimozione o la modifica delle caratteristiche della pubblicità anche all'atto del pagamento della scadenza dell'anno di riferimento.
4. Qualora venga omessa la presentazione della dichiarazione di pubblicità effettuata con veicoli, con diapositive, con proiezioni luminose o cinematografiche su schermi o pareti riflettenti, con striscioni o altri mezzi simili che attraversano strade o piazze, con aeromobili mediante scritte o striscioni o disegni fumogeni o lancio di oggetti o manifestini, con palloni frenati e simili, con distribuzione di manifestini o di altro materiale pubblicitario, con l'utilizzo di persone circolanti con cartelli, con apparecchi amplificatori e simili, la pubblicità si presume essere iniziata dal primo giorno del mese in cui è stato effettuato l'accertamento.

Art. 10: Procedure

1. Nell'ipotesi di cui al comma 3° del precedente art. 8, l'interessato dovrà presentare apposita domanda per la installazione dei manufatti, redatta sugli stampati appositamente predisposti dall'Amministrazione Comunale e disponibili presso i competenti Uffici (Affissioni e Pubblicità, Ufficio tecnico ecc.) corredata dalla documentazione prescritta dalle norme tecniche allegate al Piano degli Impianti di cui al precedente art. 5 per ciascuna delle tipologie di impianti in esso previste e richiamata sullo stampato medesimo.
2. La domanda dovrà essere presentata all'Ufficio comunale competente che ne curerà l'istruttoria e che, al suo compimento, darà notizia all'interessato del relativo esito, procedendo, ove del caso, al rilascio dell'autorizzazione o, in caso di diniego, alla comunicazione al medesimo delle relative motivazioni.
3. A tal fine, l'Ufficio comunale competente, non appena ricevuta la domanda e la dichiarazione di pubblicità relativa, constatata la completezza della documentazione presentata, procederà ad inviare contemporaneamente la medesima agli Uffici Comunali individuati dal Piano degli Impianti, a seconda della fattispecie di impianto pubblicitario che si intende installare, per l'espressione dei pareri obbligatori e vincolanti di rispettiva competenza. A loro volta, detti Uffici potranno interpellare, ove lo ritengano opportuno, altri Uffici od Enti, ai fini di una più compiuta espressione del parere.

4. In ogni caso, il parere dovrà essere reso entro e non oltre 30 giorni dal ricevimento della richiesta, restando compresi in detto termine gli eventuali pareri chiesti ad altri Uffici od Enti secondo quanto detto al precedente comma 3.
5. Detto termine potrà essere sospeso soltanto una volta nel corso della procedura, con atto motivato, per necessità di atti istruttori ulteriori che non consentono l'espressione del parere nel rispetto del tempo ordinario.
6. Venuta meno la motivazione della sospensione, il termine sospeso riparte dal punto in cui si era interrotto.
7. Nel caso in cui il parere non sia espresso nel termine di cui al comma 4 (ivi compresa l'ipotesi di sospensione e successivo riavvio della procedura, di cui ai precedenti commi 5 e 6) esso si intende reso in senso favorevole al rilascio dell'autorizzazione e l'Ufficio comunale competente procederà alla definizione della pratica sotto il profilo tributario, dopo aver dato atto, con apposita annotazione a margine della domanda di autorizzazione, dell'intercorso silenzio - accoglimento della domanda medesima.
8. Per l'installazione di impianti pubblicitari e l'effettuazione della relativa pubblicità su tratti di strada, traversanti il centro abitato, di proprietà di Enti o soggetti diversi dal Comune, il soggetto interessato dovrà richiedere direttamente all'Ente o soggetto proprietario il nulla osta, indicando gli estremi di riferimento.
9. Nell'ipotesi di effettuazione di pubblicità avente durata non superiore a tre mesi, c.d. "pubblicità temporanea", mediante la messa in opera di impianti, da considerarsi anch'essi temporanei secondo quanto disposto dal 4° comma del precedente art. 2 e dal 3° comma del precedente art. 5, qualora le caratteristiche tipologiche, le dimensioni e le localizzazioni di detti impianti corrispondano alle indicazioni contenute nel Piano Generale degli Impianti di cui al precedente art. 5, e qualora le posizioni richieste siano disponibili, l'autorizzazione alla installazione sarà rilasciata direttamente dall'ufficio comunale competente. Nel caso che la tipologia e le dimensioni corrispondano, ma siano richieste posizioni diverse, dovrà essere seguita la procedura ordinaria descritta dal presente articolo.
10. Nella fattispecie disciplinata dal precedente comma 9, il soggetto passivo dell'imposta è tenuto, a sua cura e spese, alla rimozione dei manufatti entro e non oltre ventiquattro ore dalla scadenza della durata prevista per l'effettuazione della pubblicità, così come risultante dalla relativa dichiarazione. Sono possibili, relativamente allo stesso impianto, proroghe del suddetto termine, dietro presentazione di una ulteriore dichiarazione e previo pagamento della relativa imposta, per periodi che, comunque, non potranno superare, complessivamente, i tre mesi.

Art. 11: Impianti apposti su spazi ed aree pubbliche.

1. Laddove gli impianti di pubblicità siano apposti su spazi ed aree pubbliche di proprietà comunale e soggetti al pagamento della relativa Tassa di Occupazione, l'interessato dovrà procedere preliminarmente a richiedere la relativa concessione od autorizzazione, secondo quanto disposto dagli art. 38 e seguenti del Decreto Legislativo 15 novembre 1993 n. 507, successive modifiche ed integrazioni.
2. Nell'ipotesi di cui al comma precedente, in deroga a quanto disposto, in via generale, al precedente art. 9, la dichiarazione di pubblicità dovrà contenere gli estremi della relativa concessione (od autorizzazione) di spazio o suolo pubblico e di installazione in esso di un impianto a carattere pubblicitario. La domanda relativa alla concessione di spazio pubblico, pertanto, dovrà essere presentata all'ufficio comunale che il regolamento per la T.O.S.A.P. individua come competente al riguardo e che ne curerà l'istruttoria.
3. Pertanto, nelle fattispecie di cui al presente articolo, l'istruttoria per la concessione dello spazio pubblico e quella dell'autorizzazione alla installazione di impianti pubblicitari vengono a coincidere: l'Ufficio competente per gli aspetti relativi alla T.O.S.A.P. dovrà quindi verificare anche la rispondenza ai criteri ed alle disposizioni del Piano Generale degli Impianti,

richiedendo i pareri previsti al riguardo. L'autorizzazione all'occupazione dello spazio pubblico conterrà, altresì, l'autorizzazione alla installazione dell'impianto pubblicitario.

Art. 12: Tariffe dell'imposta sugli impianti pubblicitari

1. Le tariffe dell'imposta sugli impianti pubblicitari sono deliberate entro il 31 dicembre di ogni anno ed entrano in vigore il 1 gennaio dell'anno successivo.
2. In caso di mancata adozione della deliberazione di cui al precedente comma si applicano le tariffe del capo I del D.Lgs. 15 novembre 1993 n. 507 e ss.mm.
3. Qualora la pubblicità ordinaria effettuata mediante insegne, locandine, targhe, stendardi ecc., nonché quella con veicoli, venga effettuata in forma luminosa o illuminata, la relativa tariffa di imposta è maggiorata del 100 per cento.
4. Nella zona D di cui al comma 1 dell'art. 5 del Piano Generale degli Impianti Pubblicitari (Zona Speciale di Rispetto) la tariffa di imposta è maggiorata del 150 per cento.
5. Nella zona A di cui al comma 1 dell'art. 5 del Piano Generale degli Impianti Pubblicitari (Zona urbana centrale e Diretrici viarie principali) la tariffa di imposta è maggiorata del 100 per cento.
6. Le riduzioni dell'imposta e le esenzioni dalla stessa sono disciplinate rispettivamente dagli artt. 16 e 17 del D.Lgs. 15 novembre 1993 n. 507.
7. Il prospetto tariffario deve essere esposto nell'ufficio a cui è affidato il servizio sulla pubblicità e pubbliche affissioni, in modo che possa essere facilmente consultata da chi vi abbia interesse.

Art. 13 Criteri di applicazione dell'imposta sulla pubblicità ordinaria

1. Si definisce pubblicità ordinaria: quella effettuata mediante insegne, cartelli, locandine, stendardi e con qualsiasi altro mezzo non elencato nei punti successivi. Nella pubblicità ordinaria è compresa la pubblicità mediante affissioni effettuate per conto proprio od altrui di manifesti e simili su apposite strutture opportunamente adibite allo scopo.
2. La pubblicità ordinaria così come definita dal comma precedente è soggetta alla tariffa per ogni metro quadrato di superficie e per anno solare.
3. Per le fattispecie pubblicitarie di cui al comma 1 che abbiano durata non superiore a tre mesi si applica per ogni mese o frazione una tariffa pari ad un decimo di quella ivi prevista.
4. Per la pubblicità effettuata mediante affissioni dirette, anche per conto altrui, di manifesti e simili su apposite strutture adibite alla esposizione ditali mezzi, si applica l'imposta in base alla superficie complessiva degli impianti nella misura e con le modalità previste dal comma 1.
5. L'imposta è maggiorata del 50% per superfici comprese tra metri quadrati 5,5 e 8,5; per le superfici superiori a metri quadrati 8,5 l'imposta è maggiorata del 100 per cento.
6. L'imposta sulla pubblicità ordinaria 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.
7. Le superfici inferiori ad un metro quadrato si arrotondano per eccesso al metro quadrato e le frazioni di esso, oltre al primo, a mezzo metro quadrato.
8. L'imposta non viene applicata per superfici inferiori a trecento centimetri quadrati.
9. Per i mezzi pubblicitari a più facce l'imposta è calcolata in base alla superficie complessiva adibita alla pubblicità.
10. Per i mezzi pubblicitari aventi dimensioni volumetriche l'imposta è calcolata in base alla somma delle superficie di tutte le facce di cui è composto il solido geometrico.
11. I festoni di bandierine di identico contenuto, collocati in connessione fra loro, si considerano, agli effetti del calcolo della superficie imponibile, come un unico mezzo pubblicitario di superficie pari alla somma delle superfici dei diversi componenti.

12. Ai fini della misurazione della superficie di scritte su vetrine si considera la superficie totale che racchiude la scritta medesima comprendendo anche gli eventuali spazi vuoti delle interlinee o gli spazi vuoti tra i diversi caratteri.
13. Le maggiorazioni o le riduzioni di imposta a qualunque titolo previste sono cumulabili e devono essere applicate alla tariffa base.

Art. 14: Criteri di applicazione dell'imposta sulla pubblicità con veicoli

1. Si definisce pubblicità con veicoli quella effettuata per conto proprio (art. 23 C.S.) all'interno o all'esterno di veicoli di uso pubblico o privato ovvero di proprietà dell'impresa ed adibiti ai trasporti per conto della medesima.
2. Per la pubblicità 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, è dovuta l'imposta sulla pubblicità in base alla superficie complessiva dei mezzi pubblicitari installati su ciascun veicolo nella misura e con le modalità previste dall'art. 12, comma 1, del D.Lgs. 15 novembre 1993 n. 507.
3. Per la pubblicità effettuata all'esterno dei veicoli suddetti, sono dovute le maggiorazioni di cui all'art. 12, comma 4, del D.Lgs. 15 novembre 1993 n. 507.
4. Per i veicoli adibiti ad uso pubblico l'imposta è dovuta al Comune che ha rilasciato la licenza di esercizio; per i veicoli adibiti a servizi di linea interurbana l'imposta è dovuta nella misura della metà a ciascuno dei Comuni in cui ha inizio e fine la corsa; per i veicoli adibiti ad uso privato l'imposta è dovuta al Comune in cui il proprietario del veicolo ha la residenza anagrafica o la sede.
5. Per la pubblicità effettuata per conto proprio su veicoli di proprietà dell'impresa, l'imposta è dovuta per anno solare al Comune ove ha sede l'impresa stessa 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 successiva di immatricolazione, hanno in dotazione detti veicoli, secondo le tariffe approvate dall'Amministrazione Comunale.
6. Per i veicoli circolanti con rimorchio la tariffa è raddoppiata.
7. Non è dovuta l'imposta per l'indicazione del marchio, della ragione sociale e dell'indirizzo dell'impresa per la pubblicità effettuata per conto proprio su veicoli di proprietà dell'impresa.
8. L'esenzione, di cui al comma precedente, viene applicata a condizione che la pubblicità sia apposta non più di due volte e ciascuna iscrizione non sia di superficie superiore a mezzo metro quadrato.
9. E' fatto obbligo di conservare l'attestazione dell'avvenuto pagamento dell'imposta e di esibirla a richiesta degli agenti autorizzati.

Art. 15: Criteri di applicazione dell'imposta sulla pubblicità con pannelli luminosi e proiezioni

1. Si definisce pubblicità con pannelli luminosi quella effettuata con insegne, pannelli ed altre analoghe strutture con impiego di lampadine, apparecchi luminosi in genere con l'utilizzo di controlli elettronici, elettromeccanici e simili, tali da consentire la variabilità del messaggio con la sua visione intermittente e/o lampeggiante
2. Si definisce pubblicità con proiezioni quella realizzata in luoghi pubblici o aperti al pubblico attraverso proiezione di diapositive e filmati effettuata su schermi o pareti riflettenti.
3. Per la pubblicità con pannelli luminosi si applica l'imposta indipendentemente dal numero dei messaggi, per metro quadrato di superficie e per anno solare.
4. Per la pubblicità del comma 1 di durata non superiore a tre mesi; si applica, per ogni mese o frazione, una tariffa pari a un decimo di quella prevista al comma 3.
5. Per la pubblicità prevista dai commi 1 e 2 effettuata per conto proprio dall'impresa si applica l'imposta in misura pari alla metà delle rispettive tariffe.

6. Per la pubblicità realizzata in luoghi pubblici o aperti al pubblico attraverso diapositive, proiezioni luminose o cinematografiche effettuate su schermi o pareti riflettenti, l'imposta si applica per ogni giorno, indipendentemente dal numero dei messaggi e dalla superficie adibita alle proiezioni.
7. Qualora la pubblicità di cui al comma 4 abbia durata superiore a trenta giorni, dopo tale periodo si applica una tariffa giornaliera pari alla metà.

Art. 16: Criteri di applicazione dell'imposta sulla pubblicità varia

1. La pubblicità varia comprende le seguenti fattispecie:
 - *pubblicità con striscioni*: quella effettuata con striscioni, festoni, bandierine e simili che attraversano strade e piazze
 - *pubblicità con aeromobili*: quella effettuata sul territorio comunale da aeromobili mediante striscioni, scritte, disegni fumogeni, lancio di oggetti e/o di manifestini
 - *pubblicità con palloni frenati*: quella effettuata mediante palloni frenati con scritte sui medesimi ovvero con utilizzazione dei medesimi per supportare striscioni, scritte e simili
 - *pubblicità in forma ambulante*: quella effettuata mediante distribuzione, anche da veicoli, di manifestini e/o di altro materiale pubblicitario oppure mediante persone circolanti con cartelli e/o altri mezzi pubblicitari
 - *pubblicità fonica*: quella effettuata a mezzo di apparecchi amplificatori del suono e della voce umana
2. I criteri di misurazione e le tariffe sono i medesimi previsti per la pubblicità ordinaria con la sola esclusione di quella fonica per la quale vigono tariffe giornaliere determinate così come disposto dall'art. 12.
3. E' vietata la pubblicità effettuata mediante lancio di manifestini, volantini e simili, da aeromobili o da autovetture. E' altresì vietata la distribuzione indiscriminata del suddetto materiale mediante abbandono dello stesso sulle pubbliche aree di circolazione.
4. Per ragioni di pubblica quiete, la pubblicità con qualsiasi mezzo acustico, fisso o mobile, è vietata in prossimità di ospedali, case di cura e di riposo e, durante le ore di lezione o di cerimonie, in prossimità di scuole e di edifici del culto.
5. Negli altri casi, diversi da quelli sopra citati, è consentita la pubblicità fonica, previa autorizzazione del Comando di Polizia Municipale.
6. L'uso degli altoparlanti e di apparecchi atti a produrre musica, deve essere effettuato mantenendo un livello moderato e comunque nel rispetto delle norme previste dal D.P.C.M. 1.3.1991 e dalla Legge 26.10.1995 n. 447, e fatto salvo il nulla osta S.I.A.E.
7. Il messaggio fonico, in caso di fermata di autoveicoli per motivi di traffico o altro, va interrotto.
8. La pubblicità fonica è consentita al di fuori del perimetro del centro edificato negli intervalli di tempo compresi tra le ore 9,00 e le ore 13,00 e tra le ore 16,30 e le ore 19,30. Entro il perimetro del centro edificato la pubblicità fonica potrà avvenire nei gironi feriali è consentita tra le ore 9,00 e le ore 12,00 e tra le ore 16,30 e le ore 18,00; mentre nei gironi festivi possono essere diffusi solamente messaggi di pubblico interesse, disposti dalla autorità di Pubblica Sicurezza o dal Sindaco, nonché messaggi di candidati a cariche pubbliche per tutto il periodo della campagna elettorale previa autorizzazione per la quale si applicano anche le disposizioni dell'art. 7 della legge 24 Aprile 1975 n. 130.
9. La pubblicità effettuata mediante l'esposizione di striscioni è vietata nelle piazze Biraghi, Moro, Anselmo IV, San Martino in prossimità delle altre Chiese e dei Cimiteri mentre per le altre aree ove è consentita (entro i limiti previsti dal Piano Generale degli Impianti Pubblicitari) il richiedente deve munirsi di autorizzazione.
10. L'esposizione degli striscioni deve comunque avvenire in condizioni di assoluta sicurezza per la circolazione stradale ed in particolare nel rispetto dell'art. 51 del D.P.R. 16 dicembre 1992 n. 495 (Regolamento di esecuzione e di attuazione del nuovo Codice della Strada).

11. L'Amministrazione comunale, in caso di pubblica utilità o per l'incolumità dei cittadini o per motivate esigenze pubbliche, può ordinare, con comunicazione scritta, l'asportazione delle strutture, a cura e spese del richiedente; in caso di urgente necessità vi provvederà direttamente, addebitandogli le relative spese.

Capo II - Del Servizio delle Pubbliche Affissioni

Art. 17: Oggetto

1. Le pubbliche affissioni costituiscono un servizio di esclusiva competenza comunale, fatto salvo quanto disposto al successivo comma 5.
2. I diritti sulle pubbliche affissioni si applicano ai manifesti, avvisi o fotografie di qualunque materiale costituiti, affissi a cura dell'Amministrazione Comunale negli appositi spazi ed impianti individuati dalla Amministrazione medesima, in base al Piano degli Impianti di cui al precedente art. 5, aventi le finalità di cui agli art. 3 e 18 del Decreto legislativo 15 novembre 1993 n. 507.
3. Per il servizio delle pubbliche affissioni la superficie complessiva degli impianti a ciò adibiti sul territorio comunale è di almeno mq. 400. Si dà atto che tale superficie è superiore al minimo previsto dall'art. 18, 3° comma, del citato decreto Legislativo 15 novembre 1993 n. 507. Il Piano generale degli Impianti Pubblicitari individua le posizioni e la tipologia dei cartelli e delle tabelle affissionali.
4. La Giunta Comunale è incaricata di procedere, in sede di revisione, ordinaria o straordinaria del Piano degli Impianti di cui al precedente art. 5, all'eventuale modifica del numero e della superficie degli impianti, laddove si renda necessario ristabilire il rapporto di cui al citato art. 18
5. Ai sensi del 3° comma dell'art. 3 del citato Decreto Legislativo 15 novembre 1993 n. 507, con il presente Regolamento si stabilisce altresì che la superficie degli impianti pubblici da destinare ad affissioni di natura istituzionale, sociale o comunque non avente carattere commerciale è pari al 20% della superficie complessiva di cui al precedente comma 3.
6. Sempre ai sensi della norma richiamata al comma 5, si stabilisce, altresì che la superficie degli impianti da destinare ad affissioni di natura commerciale è pari al 75% della superficie di cui al precedente comma 3.
7. Sempre ai sensi della norma richiamata al comma 5, si stabilisce, altresì che la superficie degli impianti da destinare ad affissioni dirette da parte di soggetti privati è pari al 5% della superficie di cui al precedente comma 3. In tal caso sarà dovuta l'imposta di pubblicità, ai sensi dell'art. 12, 3° comma, del Decreto Legislativo 15 novembre 1993 n. 507.
8. E' riservata all'Amministrazione Comunale la facoltà di eseguire affissioni sulle pareti dei ponteggi e recinzioni, steccati collocati provvisoriamente a protezione e delimitazione di cantieri edili, stradali e simili. Tali spazi, di durata temporanea comunque non superiore a quella del cantiere, non sono computabili ai fini della determinazione della superficie degli impianti in base ai precedenti comma 3, 4, 5 e 6 del presente articolo.

Art. 18: Soggetti Passivi

1. Il diritto è dovuto in solido da chi richiede il servizio e da colui nel cui interesse è effettuata l'affissione.

Art. 19: Diritti sulle pubbliche affissioni

1. La tariffa minima dovuta per le affissioni non può essere inferiore a quella fissata dall'art. 19 del Decreto Legislativo 15 novembre 1993 n. 507 per i primi 10 giorni.

2. Per la determinazione delle tariffe, delle maggiorazioni, delle riduzioni e delle esenzioni, si rinvia a quanto dettagliatamente disciplinato dagli artt. 19, 20, 21 e dal 9° comma dell'art. 22 del citato Decreto Legislativo 15 novembre 1993 n. 507.
3. Il pagamento dei diritti sulle pubbliche affissioni, ai sensi del 7° comma del citato art. 19 del Decreto Legislativo 15 novembre 1993 n. 507, deve essere contestuale alla richiesta del servizio, secondo le modalità previste dall'art. 9 del suddetto Decreto. Pertanto, la attestazione di pagamento a mezzo conto corrente postale dovrà essere esibita e consegnata al momento della richiesta del servizio al competente Ufficio Affissioni e Pubblicità, che provvederà ad allegarla alla richiesta di commissione.
4. L'Amministrazione Comunale stabilisce di non avvalersi della facoltà prevista dal 3° comma dell'art. 9 del Decreto Legislativo 15 novembre 1993 n. 507, sopracitato.
5. Il prospetto della tariffa deve essere esposto nell'ufficio cui è affidato il servizio delle pubbliche affissioni, in modo che possa essere facilmente consultato da chi vi abbia interesse.

Art. 20: Modalità per le pubbliche affissioni: Rinvio.

1. All'Ufficio Affissioni e Pubblicità compete:
 - a. la ricezione del materiale da affiggere;
 - b. la sua ripartizione e distribuzione in relazione alle commissioni ricevute, al relativo ordine cronologico, alle richieste espresse dall'utenza ed alla capacità ricettiva degli impianti e spazi destinati alle affissioni;
 - c. la vidimazione del materiale i cui sopra, con indicazione della data di scadenza;
 - d. la distribuzione e consegna del materiale al personale incaricato dell'affissione;
 - e. l'annotazione in apposito Registro della data di consegna all'Ufficio del materiale da affiggere, della data di scadenza e dell'ubicazione (distinta tra località in categoria normale o speciale) del suddetto materiale;
 - f. la tenuta e l'aggiornamento della documentazione contabile prevista dal Decreto Ministero delle Finanze 26 aprile 1994 relativo alle "Disposizioni in ordine alla gestione contabile dell'imposta sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni e della tassa per l'occupazione di spazi ed aree pubbliche", in particolare all'art. 2;
 - g. tenuta e conservazione degli atti previsti dall'art. 3 del citato decreto Ministeriale.
2. Il soggetto che richiede l'effettuazione del servizio di affissione del proprio materiale pubblicitario dovrà, salvo i casi di affissione d'urgenza disciplinati dal 9° comma dell'art. 22 del Decreto Legislativo 15 novembre 1993 n. 507, consegnare detto materiale all'ufficio Affissioni e Pubblicità almeno tre giorni prima dell'inizio della affissione.
3. Per quanto attiene le modalità di espletamento del servizio, si fa qui espresso rinvio alle puntuali disposizioni contenute nel già citato art. 22 del Decreto Legislativo 15 novembre 1993 n. 507.

Capo III - Accertamenti e sanzioni

Art. 21: Accertamenti d'ufficio per imposta di pubblicità

1. L'amministrazione Comunale disporrà un servizio di accertamento e verifica di pubblicità che procederà ad ogni operazione in merito, secondo quanto disposto dal Decreto Legislativo 507/93.

Art. 22: Sanzioni amministrative

1. Fermo restando quanto disciplinato dall'art. 24 del Decreto Legislativo 15 novembre 1993 n. 507, si stabilisce che la gradazione della sanzione ivi prevista (da lire duecentomila a lire due milioni) sia effettuata con riferimento alla tipologia dei mezzi pubblicitari illegittimamente od

abusivamente utilizzati, così come descritti al precedente art. 2, ed alle norme previste dal Piano degli Impianti di cui all'art. 5 ed in relazione al tipo di violazione compiuta.

2. Nel caso che non si ottemperi all'ordine di rimozione degli impianti abusivi impartito in sede di accertamento entro il termine stabilito (ai sensi del citato art. 24 del Decreto Legislativo 15 novembre 1993 n. 507) l'Ufficio competente al rilascio dell'autorizzazione di cui agli artt. 9 e 10 disporrà l'immediata rimozione, avvalendosi dell'ufficio Tecnico e addebitando le relative spese ai responsabili.
3. In ogni caso, non appena accertata l'effettuazione abusiva di pubblicità e nelle more di definizione della procedura di rimozione, l'Ufficio competente procederà alla copertura della pubblicità abusivamente apposta, direttamente se possibile, oppure attraverso l'ufficio Tecnico Comunale.
4. I mezzi pubblicitari abusivi, dopo la loro rimozione saranno sottoposti a sequestro a garanzia del pagamento di quanto dovuto al Comune, ivi comprese le spese di rimozione.
5. Gli interessati potranno, previo versamento (anche tramite idonea polizza fideiussoria) di una cauzione pari almeno a quanto dovuto per spese di rimozione e custodia, imposta, sovrattasse, relativi interessi e sanzioni, ritirare il materiale di cui al precedente comma 4 entro e non oltre il sessantesimo giorno dall'avvenuto sequestro. Scaduto tale termine, l'Amministrazione Comunale sarà libera di procedere alla alienazione, a mezzo pubblici incanti, del materiale medesimo, ferma restando la attivazione delle procedure per il recupero coattivo di quanto dovute.

TITOLO III° - NORME TRANSITORIE E FINALI

Art. 23: Istituzione di un capitolo per utilizzo dei proventi delle sanzioni.

1. In ottemperanza del disposto del 50 comma dell'art. 24 del Decreto Legislativo 15 novembre 1993 n. 507, si procederà all'istituzione nel Bilancio Comunale un apposito capitolo di spesa, alimentato dai proventi di cui alle sanzioni amministrative previste dal medesimo art. 24 del Decreto Legislativo n. 507, destinato al miglioramento e potenziamento del servizio comunale, nonché alla redazione ed all'aggiornamento del Piano degli Impianti di cui agli artt. 4 e 5 che precedono.

Art. 24: Adeguamento impianti alle norme del presente regolamento.

1. Fermo restando quanto stabilito dall'art. 58 del DPR 30 giugno 1992 n. 495 di approvazione del Regolamento di Esecuzione del Nuovo Codice della Strada, con il presente articolo si stabilisce che gli impianti esistenti e regolarmente autorizzati ma non corrispondenti alle norme del presente Regolamento ed alle norme tecniche e prescrizioni del Piano Generale degli Impianti di cui all'art. 5 che precede, siano adeguati alle medesime al momento della loro sostituzione o della cessazione della autorizzazione alla loro installazione e mantenimento, e comunque entro un anno dalla data di approvazione del Piano stesso.
2. Decorso tale termine, gli impianti che saranno in contrasto con le normative sopra richiamate saranno ritenuti, a tutti gli effetti, abusivamente installati, con l'applicazione delle norme previste dagli artt. 23 e 24 del Decreto Legislativo 15 novembre 1993 n. 507 e dall'art. 16 del presente Regolamento e delle sanzioni ivi previste.

Art. 25: Procedura per il rilascio di autorizzazioni

1. Sino all'approvazione del Piano, come previsto al precedente art. 5, possono essere rilasciate autorizzazioni di cui all'art. 10, esclusivamente per le tipologie di impianti indicate all'art. 2

comma 1 lettera a) del presente regolamento, se a carattere permanente, nonché per le tipologie indicate al medesimo art. 2 comma 1 lettere b) f) g) se a carattere temporaneo e solo nel caso di manifestazioni culturali, sodali, sportive o di vendite straordinarie.

2. Nei casi previsti dal comma 1 del presente articolo l'interessato dovrà presentare domanda in bollo al Sindaco per l'installazione dei manufatti, redatta sugli stampati appositamente predisposti dall'Amministrazione Comunale e disponibili presso i competenti Uffici, indicando, ove prevista, gli estremi dell'autorizzazione rilasciata o della comunicazione al Sindaco per le attività o l'esercizio per le quali si effettua la pubblicità medesima, corredata della seguente documentazione:
 - planimetria fotogrammetrica 1:2000 con l'indicazione dell'ubicazione dell'impianto;
 - disegno e relazione tecnica dell'impianto con indicati i particolari costruttivi (colori, materiali, etc.);
 - nullaosta del proprietario o dei condomini qualora trattasi di impianto da installare su parti comuni di un edificio o su aree di proprietà altrui (solo nei casi di impianti di cui all'art. 2 comma 1 lettere a) ed f);
 - n. 1 foto del luogo ove dovrà essere installato l'impianto;
 - dichiarazione di essere in possesso dell'assicurazione per responsabilità civile verso terzi nel caso di impianto di cui all'art. 2 comma 1 lettera f).
3. Qualora si tratti di tipologia di impianti di cui all'art. 2 comma 1 lettera a) del presente Regolamento, l'Ufficio Comunale previsto dall'art. 10 comma 2, non appena ricevuta la domanda, constatata la completezza della documentazione presentata, provvederà ad inviare la medesima, per l'espressione dei pareri obbligatori e vincolanti, agli Uffici Comunali competenti per le materie di seguito indicate, a seconda della fattispecie di impianto che si intende installare:
 - ◆ Codice della Strada D. L.g.vo 30.4.1992, n 285 di approvazione del Nuovo Codice della Strada e DPR 30.6.1992, n 495 Regolamento di esecuzione e Attuazione del Nuovo Codice della Strada;
 - ◆ Normativa Edilizia;
 - ◆ Commercio fisso e Pubblici Esercizi Legge 11.6.1971, n 426 e relativo Regolamento di attuazione n 375 del 4.8.1988 e Legge 25.8.1991
 - ◆ Attività artigianali o rientranti nell'art. 11 TULPS nonché quelle previste dalla L 1142 del 23.12.1972.A loro volta, detti Uffici potranno interpellare, ove lo ritengano opportuno, altri Uffici od Enti, ai fini di una più compiuta espressione del parere.
4. Nel caso si tratti di tipologie di impianti previsti dall'art. 2 comma 1 lettere b) f) g) l'Ufficio competente a ricevere la documentazione provvederà a rilasciare l'autorizzazione senza procedere alla richiesta dei pareri di cui al punto 3 purché i mezzi pubblicitari siano conformi alle caratteristiche indicate dal D. L.g.vo 30.4.1992, n. 285 e dal DPR 30.6.1992, n. 495.
5. Fermo restando quanto disposto dall'art. 10, comma 4, 5, 6, 7, 8 l'Ufficio competente che avrà curato l'istruttoria darà notizia all'interessato del relativo esito, procedendo, ove del caso, al rilascio dell'autorizzazione o, in caso di diniego, alla comunicazione al medesimo delle relative motivazioni.
6. In tutti i casi nei quali si determinino variazioni interessanti l'effettuazione di pubblicità a causa di trasferimento della titolarità dell'attività svolta, ma non intervengano modifiche alla tipologia dell'impianto regolarmente autorizzato, il soggetto passivo dovrà presentare richiesta di voltura all'Ufficio competente indicando gli estremi della autorizzazione precedentemente rilasciata. L'ufficio competente, provvederà a volturare l'autorizzazione a nome del nuovo intestatario, senza procedere all'acquisizione di pareri di cui al precedente comma 2 del presente articolo.
7. Tutte le autorizzazioni sono rilasciate per il periodo limitato all'approvazione del Piano Generale degli Impianti di cui all'art. 5 del presente Regolamento e dovranno essere oggetto di

verifica per eventuale adeguamento alle norme tecniche e prescrizioni che verranno successivamente adottate.

Art. 26: Gestione dell'imposta e del servizio di affissioni

1. Il servizio per l'accertamento e la riscossione dell'imposta comunale sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni potrà essere gestito in forma diretta da parte del Comune ovvero affidato in gestione a terzi nei modi e nelle forme previste dalla normative vigenti in materia al tempo dell'affidamento.