

INDICE

TITOLO PRIMO

NORME GENERALI

- Art. 1 - Oggetto del regolamento
- Art. 2 - Classificazione del Comune
- Art. 3 - Gestione del servizio
- Art. 4 - Presupposto dell'imposta
- Art. 5 - Ambito di applicazione
- Art. 6 - Soggetto passivo
- Art. 7 - Funzionario responsabile
- Art. 7 bis - Autorità di Controllo sulle Attività Pubblicitarie
- Art. 7 ter - Albo degli Operatori Pubblicitari
- Art. 8 - Piano Generale degli Impianti: Criteri
- Art. 9 - Tariffe
- Art. 10 - Maggiorazione stagionale
- Art. 11 - Categoria delle località

TITOLO SECONDO

IMPOSTA DI PUBBLICITÀ

- Art. 12 - Definizioni
- Art. 13 - Caratteristiche cartelli e mezzi pubblicitari non luminosi
- Art. 14 - Caratteristiche dei mezzi pubblicitari luminosi
- Art. 15 - Dimensione dei mezzi pubblicitari
- Art. 16 - Ubicazione mezzi pubblicitari lungo le strade e fasce di pertinenza
- Art. 17 - Ubicazione dei mezzi pubblicitari nelle stazioni di servizio e nelle aree di parcheggio
- Art. 18 - Modalità di applicazione dell'imposta
- Art. 19 - Pubblicità effettuata con pannelli luminosi e proiezioni
- Art. 20 - Pubblicità sui veicoli
- Art. 21 - Pubblicità varia: modalità, limiti, divieti
- Art. 22 - Concessione di impianti di proprietà comunale, assegnazione di aree pubbliche per lo sfruttamento pubblicitario: metodo e criteri
- Art. 23 - Pubblicità effettuata su fabbricati, spazi, aree ed impianti comunali: canone E disciplinare di concessione (SOPPRESSO)
- Art. 24 - Procedura per l'installazione
- Art. 25 - Divieto di installazione di mezzi pubblicitari senza D.I.A.P. o dichiarazione inizio pubblicità per le PP.AA.
- Art. 26 - Obblighi del titolare della D.I.A.P.
- Art. 27 - Targhette di identificazione
- Art. 28 - Adattamenti alle forme pubblicitarie esistenti (SOPPRESSO)
- Art. 29 - Obbligo della richiesta di inizio di pubblicità per le Pubbliche Affissioni
- Art. 30 - Casi di omessa dichiarazione
- Art. 31 - Riduzioni dell'imposta
- Art. 32 - Esenzioni dall'imposta

- Art. 33 - Sanzioni tributarie e interessi
- Art. 34 - Vigilanza e sanzioni amministrative
- Art. 35 - Rettifica ed accertamento d'ufficio
- Art. 36 - Contenzioso

TITOLO TERZO

PUBBLICHE AFFISSIONI

- Art. 37 - Quantità delle superfici da adibire alle pubbliche affissioni
- Art. 38 - Ripartizione della superficie degli impianti pubblici. da destinare alle affissioni
- Art. 39 - Spazi privati per l'affissione
- Art. 40 - Affissione su manufatti provvisori
- Art. 41 - Modalità per le pubbliche affissioni
- Art. 42 - Affissione annunci funebri
- Art. 43 - Annullamento della commissione
- Art. 44 - Diniego di affissione o d'installazione di materiale pubblicitario (SOPPRESSO)
- Art. 45 - Pagamento dei diritti sulle pubbliche affissioni non aventi carattere commerciale
- Art. 46 - Affissioni abusive
- Art. 47 - Riduzioni del diritto
- Art. 48 - Esenzioni dal diritto

TITOLO QUARTO

MODALITÀ DI RISCOSSIONE DELL'IMPOSTA DI PUBBLICITÀ E DEL DIRITTO SULLE PUBBLICHE AFFISSIONI

- Art. 49 - Pagamento dell'imposta e del diritto
- Art. 50 - Bollettari di riscossione
- Art. 51 - Registri necessari per la gestione contabile dell'imposta sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni
- Art. 52 - Orario di apertura dell'Ufficio
- Art. 53 - Rendiconto della gestione del servizio
- Art. 54 - Ricevuta di pagamento
- Art. 55 - Rateazioni
- Art. 56 - Modalità del rimborso
- Art. 57 - Norme finali e transitorie

Allegati

- A) - TARIFFE IMPOSTA SULLA PUBBLICITÀ E DIRITTO SULLE PUBBLICHE AFFISSIONI (**SOPPRESSO**)
- B) - CRITERI PER LA REALIZZAZIONE DEL PIANO GENERALE DEGLI IMPIANTI (**SOPPRESSO**)
- C) - DISPOSIZIONI PER L'INSTALLAZIONE DI INSEGNE DI ESERCIZIO

Art. 1

Oggetto del regolamento

1. - Il presente regolamento disciplina, sul territorio del Comune di Viareggio, l'applicazione dell'imposta comunale sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni di cui al Capo I del Decreto Legislativo 15 novembre 1993, n. 507.

Art. 2

Classificazione del Comune

1. - Per effetto dell'art. 2 del Decreto Legislativo 15 novembre 1993, n. 507 il Comune di Viareggio è ricompreso nella CLASSE III.

Art. 3

Gestione del servizio

1. - La gestione del servizio di accertamento e riscossione dell'imposta sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni è effettuata dal Comune in forma diretta mediante il Servizio Pubblicità e Affissioni.

2. - Qualora lo ritenga più conveniente sotto il profilo economico e finanziario, il Comune potrà gestire il servizio in una delle seguenti forme previste dalla legge:

a) in concessione ad apposita azienda speciale;

b) 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 Decreto Legislativo 15 novembre 1993, n. 507.

3. - Nel caso venga prescelta la forma di gestione del servizio in concessione il Consiglio Comunale nella apposita deliberazione approverà lo statuto o il capitolato.

Art. 4

Presupposto dell'imposta

1. - La diffusione di messaggi pubblicitari effettuata attraverso forme di comunicazione visive o acustiche, diverse da quelle assoggettate al diritto sulle pubbliche affissioni, in luoghi pubblici o aperti al pubblico o comunque da tali luoghi percepibile è assoggettata all'imposta sulla pubblicità prevista dal presente regolamento.

2. - Per luoghi pubblici si intendono le vie, le piazze, i giardini pubblici e le aree comunque aperte al pubblico passaggio o a cui chiunque può accedere in ogni momento senza limitazioni o condizioni; 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 chiunque può accedere soltanto in certi momenti o adempiendo a speciali condizioni poste da chi nel luogo medesimo eserciti un diritto o una podestà.

3. - 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 a migliorare l'immagine del soggetto pubblicizzato.

Art. 5

Ambito di applicazione

1. - La pubblicità esterna effettuata sul territorio comunale è assoggettata alle norme del presente regolamento e al pagamento dell'imposta a favore del Comune.

2. - Per pubblicità esterna si intende la diffusione di messaggi pubblicitari attraverso forme di comunicazione visive o acustiche diffuse nell'esercizio di una attività economica allo scopo di promuovere la domanda di beni o servizi, ovvero finalizzati a migliorare l'immagine del soggetto pubblicizzato.

3. - Per la pubblicità effettuata con mezzi propri su aree che siano di proprietà comunale o concesse in godimento al Comune, è dovuta, oltre l'imposta, la tassa per l'occupazione del suolo pubblico e il pagamento di un canone di concessione.

4. - Per la pubblicità effettuata su impianti di proprietà comunale- ricevuti in affitto - è dovuta l'imposta e un corrispettivo di locazione.

5. - Il Servizio delle Pubbliche Affissioni effettuato sul territorio comunale è assoggettato alle norme del presente regolamento e al pagamento di un diritto a favore del Comune.

6. - Tale servizio è inteso a garantire l'affissione, a cura del Comune, in appositi impianti a ciò destinati, di manifesti di qualunque materiale costruiti, contenenti comunicazioni aventi finalità istituzionali, sociali, culturali o, comunque, prive di rilevanza economica; il Comune garantisce inoltre il servizio di affissione anche per messaggi diffusi nell'esercizio di attività economiche aventi quindi le caratteristiche della pubblicità commerciale.

Art. 6

Soggetto Passivo

1. - L'imposta è dovuta in via principale da colui che dispone, a qualsiasi titolo, del mezzo attraverso il quale il messaggio pubblicitario viene diffuso; è solidamente obbligato al pagamento dell'imposta colui che produce o vende la merce o fornisce i servizi oggetto della pubblicità.

2. - 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 e reso.

Art. 7

Funzionario responsabile

1. - Il funzionario responsabile del Servizio Pubblicità e Affissioni viene nominato con provvedimento dell'Organo competente. La nomina è comunicata entro 60 giorni al Ministero delle Finanze Direzione Regionale delle Entrate per la Toscana - Servizio IV - Fiscalità locale - Firenze.
2. - Al funzionario responsabile sono attribuite le funzioni ed i poteri per l'esercizio di ogni attività organizzativa e gestionale dell'imposta sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni; sotto scrive le richieste, gli avvisi, i provvedimenti relativi e dispone i rimborsi.
3. - Tutti i provvedimenti del funzionario responsabile assumono la forma di determinazione e dovranno essere numerati in ordine annuale progressivo e conservati, muniti degli estremi di notifica o di avviso di ricevimento di raccomandata o di pubblicazione all'Albo Pretorio, in atti d'Ufficio.
4. - In caso di assenza del funzionario responsabile le mansioni sono svolte dal dipendente assegnato all'Ufficio Pubblicità e affissioni con la qualifica amministrativa più alta e in caso di stessa qualifica, dal più anziano di servizio.
5. - Nel caso di gestione in concessione le attribuzioni di cui al comma 2 spettano al concessionario.

Art. 7bis

Autorità di Controllo sulle Attività Pubblicitarie

Al fine della piena attuazione del Piano Generale degli Impianti Pubblicitari è istituita l'Autorità di Controllo sulle Attività Pubblicitarie (Authority).

L'ACAP svolge le seguenti funzioni:

- costituisce ed aggiorna l'Albo degli Operatori Pubblicitari di cui al seguente articolo 7ter, secondo le modalità previste dal Regolamento ACAP;
- prepara ed indice gare di appalto per l'assegnazione delle concessioni previste dal PGIP;
- raccoglie e conserva le Denunce di inizio Attività Pubblicitaria (D.I.A.P.) e le invia in copia alla ditta concessionaria del Servizio riscossione;
- indice gara di appalto per l'affidamento dell'incarico di rimozione degli impianti pubblicitari non a norma;
- svolge le funzioni di vigilanza previste dall'art. 32;
- istruisce i concessionari per la gestione degli impianti destinati al Comune;
- istruisce il concessionario per la gestione degli impianti per le Pubbliche Affissioni dei viali e della passeggiata a mare;
- gestisce l'attuazione del PGIP;
- gestisce l'attività pubblicitaria all'interno degli impianti sportivi comunali tramite le società sportive viareggine che sono le uniche abilitate a chiedere autorizzazioni per l'installazione di impianti pubblicitari anche se prive dell'iscrizione all'albo degli Operatori Pubblicitari;

- cura i rapporti con i concessionari degli impianti soggetti a gara e con il concessionario incaricato per la riscossione dell'imposta sulla pubblicità e sulle pubbliche affissioni.
- L'ACAP emana appositi atti e regolamentazioni per l'aggiornamento e il mantenimento del Registro impianti rimossi da parte della ditta incaricata di rimuovere gli impianti abusivi o difformi dalle D.I.A.P. presentate o dal presente Regolamento, per il deposito, l'uso e la restituzione delle fideiussioni versate dagli operatori pubblicitari e per ogni altra competenza che ritenga utile regolamentare. Il servizio ACAP è composto da uno specialista di attività amministrative cat. D, e da un assistente amministrativo, cat. B. Essi sono coadiuvati da un assistente tecnico e da un vigile urbano, entrambi segnalati dai Dirigenti dei Settori di appartenenza. Le due figure amministrative, a tempo pieno, faranno capo al dirigente del settore comprendente il Servizio ACAP-PGIP.

Art. 7ter

Albo degli Operatori Pubblicitari

L'installazione degli impianti pubblicitari disciplinati nel PGIP è consentita ai soggetti iscritti all'Albo degli Operatori Pubblicitari.

Possono chiedere l'iscrizione all'Albo tutte le persone, fisiche e giuridiche, che siano in possesso della Licenza di Pubblica Sicurezza specifica per le Agenzie di Pubblicità.

L'iscrizione all'Albo è condizionata al versamento di una fideiussione bancaria o assicurativa di £ 5.000.000 (cinquemilioni) a favore del Comune di Viareggio.

La domanda di iscrizione è presentata dagli interessati nelle forme di legge corredata da copia della Licenza di PS e dalla documentazione attestante l'avvenuto versamento della fideiussione.

Entro 30 giorni dalla presentazione della domanda di iscrizione all' ACAP accoglie dandone comunicazione alla ditta interessata, o respinge, motivando la domanda.

La terza violazione delle norme del presente regolamento, di quelle del Piano Generale degli impianti, nonché quelle contenute nei provvedimenti relativi all'installazione di impianti pubblicitari comporta l'automatica radiazione dell' Albo degli Operatori Pubblicitari.

Art. 8

Piano generale degli impianti: criteri

1. - Il piano generale degli impianti previsto dall'art. 3 del Decreto Legislativo 15 novembre 1993, n. 507 disciplina la distribuzione degli impianti per le pubbliche affissioni, della cartellonistica pubblicitaria, industriale e commerciale su tutto il territorio comunale.

2. - Gli obiettivi generali del piano devono tendere:

a) - ad individuare i fabbisogni espositivi ottimali per le diverse tipologie dei mezzi recando finalità di utilizzo omogeneo del territorio e di riequilibri tra le diverse località del centro abitato;

b) - ad una distribuzione dell'impiantistica secondo criteri di impatto decrescente dalle località più esterne verso il centro, già gravato di insegne e limitato da vincoli urbanistici, di viabilità e traffico;

c) - a scelte tipologiche coerenti con il contesto urbanistico e viabilistico, determinando eventualmente limitazioni dimensionali degli impianti in funzione delle località di installazione;

d) - ad una collocazione dell'impiantistica istituzionale direttamente rapportata alla popolazione residente;

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

f) - alla eventuale individuazione degli spazi utilizzabili nelle diverse località per la collocazione di nuovi impianti pubblicitari e delle percentuali massime delle superfici normalmente utilizzabili.

3. - Il piano generale degli impianti dovrà contenere:

- la relazione illustrativa;
- le norme tecniche di attuazione del piano;
- le planimetrie dello stato di fatto;
- la relazione fotografica dello stato di fatto e del progetto;
- la bozza di convenzione per la concessione a ditta appaltatrice della attuazione del piano.

Art. 9

Tariffe

1. - Per l'imposta comunale sulla pubblicità e il diritto sulle pubbliche affissioni si applicano le tariffe approvate dalla Giunta Municipale.

2. - Il termine per l'approvazione delle tariffe e dei regolamenti, in materia di imposta sulla pubblicità e il diritto sulle pubbliche affissioni, è stabilito entro la data fissata da norme statali per l'approvazione della delibera del bilancio di previsione e gli effetti di tali deliberazioni entrano in vigore a decorrere dal 1° gennaio, nel caso in cui non si abbiano modifiche tariffarie, rimangono in vigore quelle regolarmente approvate.

3. - Un esemplare del tariffario dell'imposta sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni dovrà essere esposto nell'ufficio cui è affidato il servizio in modo che possa essere facilmente consultato da chiunque ne abbia interesse.

Art. 10

Maggiorazione stagionale

1. - Il Comune di Viareggio, essendo interessato da rilevanti flussi turistici, applica, nel periodo 1 giugno - 30 settembre una maggiorazione stagionale pari al cinquanta per cento delle tariffe per la pubblicità di cui all'art. 12 comma 2, art. 14 - commi 2,3,4 e 5 e dell'art. 15, nonché, per le pubbliche affissioni, limitatamente a quelle di carattere commerciale, della tariffa di cui all'art. 19 del Decreto legislativo 15 novembre 1993, n. 507.

Art. 11

Categoria delle località

1. - Agli effetti dell'applicazione dell'imposta sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni, limitatamente a quelle di carattere commerciale, il territorio comunale è suddiviso in due categorie: NORMALE e SPECIALE.

2. - Le località comprese nella categoria speciale, la cui superficie non supera il trentacinque per cento del territorio del centro abitato, così come delimitato ai sensi dell'art. 4 del Decreto Legislativo 30 aprile 1992, n. 285, sono le seguenti:

a) - zona delimitata dal seguente perimetro:

- ad OVEST il lido del mare;
- ad EST la Via Foscolo-Buonarroti;
- a NORD la Fossa dell' Abate;
- a SUD il Canale Burlamacca (lato nord);

b) - Viale Europa;

c) - Via Regia, nel tratto compreso tra Piazza del Mercato Vecchio e Piazza Manzoni;

d) - Via R. Pilo;

e) - Lungomolo del Greco;

f) - Via Garibaldi;

g) - Zona Mercato Nuovo delimitata dal seguente perimetro: ad OVEST Via Battisti, nel tratto compreso tra Via Regia (Camera del Lavoro) e Via Mazzini; ad EST Via Fratti, nel tratto compreso tra Via Regia e Via Mazzini; a NORD Via S.Martino, nel tratto compreso tra Via V.Veneto e Via S. Andrea; a SUD Via Zanardelli, nel tratto compreso tra Via V.Veneto e Via S. Andrea;

h) - Via Mazzini;

i) - Via M. Polo;

l) - Piazza Caboto;

m) - Piazza Campioni;

n) - Piazza Pacini;

o) - Piazza Manzoni;

p) - Piazza Mercato Vecchio;

q) - Piazza Nieri e Paolini delimitata dal seguente perimetro:

- ad OVEST Via Battisti;
- ad EST Via Fratti;

a NORD Via Garibaldi;

a SUD Via Regia;

r) - Piazza D'Azeglio;

s) - Piazza Garibaldi;

t) - Piazza Dante;

u) - Piazza Shelley;

v) -TORRE DEL LAGO PUCCINI - V.le Puccini; V.le Kennedy, Zona Balneare della Marina; Zona prospiciente il lago di Massaciuccoli; Via Garibaldi; Via Marconi.

3. - Tutto il rimanente territorio comunale è classificato categoria normale.

4. - Le tariffe di base del diritto sulle pubbliche affissioni di carattere commerciale e dell'imposta di pubblicità sono maggiorate del 150 per cento per le esposizioni effettuate nella Categoria Speciale definita al precedente comma 2 del presente articolo, ad esclusione del tratto di Viale Kennedy, Viale G. Marconi e Viale G. Puccini a Torre del Lago, compreso tra Viale Europa e l'area del Belvedere prospiciente il lago di Massaciuccoli, nel quale la maggiorazione tariffaria per la Categoria Speciale viene applicata nella misura del 75 per cento. Nella rimanente area della Categoria Speciale, individuata nella cartografia allegata alla Deliberazione del Consiglio Comunale n. 39 del 24.3.1999, la maggiorazione tariffaria viene applicata nella misura del 75 per cento.

5. - Nelle località classificate " categoria speciale " non potranno essere collocati impianti adibiti all'affissione di messaggi di carattere commerciale in misura maggiore al cinquanta per cento della superficie complessiva destinata a tale tipo di affissioni.

TITOLO II - IMPOSTA DI PUBBLICITÀ

Art. 12

Definizioni

1. - Ferme restando le disposizioni degli articoli 5 e 18 del Decreto Legislativo 15 novembre 1993, n. 507. si intende:

- Pubblicità la diffusione di messaggi effettuata a cura diretta degli interessati con proprie attrezzature o mezzi;

- Affissioni l'esposizione di manifesti, avvisi o fotografie effettuata a cura del Comune in spazi di proprietà o riservati al Comune stesso;

- Insegna la scritta in caratteri alfanumerici, eventualmente completata da un simbolo o un marchio, realizzata e supportata con materiali di qualsiasi natura, installata nella sede dell'attività a cui si riferisce con funzione di identificazione del luogo di esercizio dell'attività. Può essere luminosa (luce propria), illuminata (luce riportata o indiretta), o a luce riflessa (con fondo a caratteri in pellicola rifrangente);

- Cartello il manufatto bifacciale/monofacciale, supportato da una idonea struttura di sostegno, finalizzato alla diffusione di messaggi pubblicitari sia direttamente sia tramite sovrapposizione di altri elementi;

- Manifesto l'elemento bidimensionale realizzato in qualsiasi materiale, privo di rigidità, finalizzato alla diffusione di messaggi pubblicitari o propagandistici, affisso su apposita tabella, su strutture murarie o altri supporti;

- Striscione, Locandina o Stendardo l'elemento bidimensionale realizzato in materiale di qualsiasi natura, privo di rigidità, mancante di una superficie di appoggio o comunque non aderente alla stessa, finalizzato alla promozione pubblicitaria di manifestazioni o spettacoli;

- Impianto pubblicitario qualunque manufatto finalizzato alla pubblicità o alla propaganda sia di prodotti che di attività e non individuabile, secondo le definizioni precedenti, ne' come insegna, ne' come cartello o manifesto, può essere luminoso o illuminato.

2. - Nel termine generico di "mezzi pubblicitari" sono da ricomprendere tutti gli elementi inerenti la pubblicità di cui al comma 1 e, in genere, ogni impianto, manufatto o cosa materiale mediante il quale la pubblicità è effettuata.

Art. 13

Caratteristiche cartelli e mezzi pubblicitari non luminosi.

1. - I cartelli e gli altri mezzi pubblicitari devono essere realizzati con materiali non deperibili e resistenti agli agenti atmosferici.
2. - Le strutture di sostegno e di fondazione devono essere calcolate per resistere alla spinta del vento, saldamente realizzate e ancorate, sia globalmente che nei singoli elementi.
3. - Qualora le suddette strutture costituiscano manufatti la cui realizzazione e messa in opera è regolamentata da specifiche disposizioni l'osservanza delle stesse e l'adempimento degli obblighi da queste previste deve essere documentato prima del ritiro dell'autorizzazione amministrativa.
4. - I cartelli e gli altri mezzi pubblicitari devono avere sagoma regolare, la quale in ogni caso non può essere quella di disco o di triangolo. L'uso del colore rosso deve essere limitato esclusivamente alla riproduzione di marchi depositati e non potrà, comunque, superare 1/5 dell'intera superficie del cartello o di altro mezzo pubblicitario.
5. - Il bordo inferiore dei cartelli e degli altri mezzi pubblicitari posti in opera deve essere, in ogni suo punto, ad una quota superiore a mt. 1,5 rispetto a quella della banchina stradale misurata nella sezione stradale corrispondente. I segni orizzontali reclamistici, ove consentiti, devono essere realizzati con materiali rimovibili ma ben ancorati, nel momento dell'utilizzo, alla superficie stradale e che garantiscano una buona aderenza dei veicoli sugli stessi.
6. - In ogni caso la responsabilità per eventuali rotture o cadute farà carico esclusivamente nei confronti dell'installatore il quale risponderà di eventuali danni causati a terzi o a cose di proprietà di terzi.

Art. 14

Caratteristiche dei mezzi pubblicitari luminosi

1. - Le sorgenti luminose, i cartelli e gli altri mezzi pubblicitari posti fuori dai centri abitati, lungo o in prossimità delle strade dove ne è consentita l'installazione non possono avere luce ne' intermittente ne' di colore rosso, ne' di intensità luminosa superiore a 150 watt per metro quadrato, o che comunque provochi abbagliamento.
2. - Le sorgenti luminose, i cartelli e gli altri mezzi pubblicitari luminosi devono avere una sagoma regolare che in ogni caso non può essere quella di disco o di triangolo.
3. - La croce rossa luminosa è consentita esclusivamente per indicare ambulatori, posti di pronto soccorso e farmacie.
4. - Entro i centri abitati valgono le limitazioni previste dal successivo articolo 15 del presente regolamento.

Art. 15

Dimensione dei mezzi pubblicitari

1. - I cartelli e gli altri mezzi pubblicitari previsti dal presente regolamento, se installati fuori dai centri abitati, non devono superare la superficie di metri quadrati 6, ad eccezione di quelli posti parallelamente al senso di marcia dei veicoli che possono raggiungere la superficie di 20 metri quadrati.

2. - Entro i centri abitati le limitazioni dimensionali di cui al comma 1 sono ridotte nella seguente misura:

- per cartelli frontistanti il senso di marcia mq. 6.00;
- per cartelli posti parallelamente al senso di marcia mq. 18.00.

3. - L'installazione dei mezzi pubblicitari dovrà sempre avvenire nel rispetto dei disposti di cui agli articoli da 31 a 38 delle Norme Tecniche di Attuazione del Piano Generale degli Impianti Pubblicitari e dell'Abaco per l'applicazione della normativa allegato alle citate Norme.

Art. 16

Ubicazione mezzi pubblicitari lungo le strade e fasce di pertinenza

1. - Fuori e dentro i centri abitati è vietata l'affissione di manifesti a distanza inferiore a metri 10 dalla sede stradale.

2. - Il posizionamento di cartelli e di altri mezzi pubblicitari frontistanti il senso di marcia fuori dai centri abitati, salvo quanto previsto dal successivo comma 5, lungo o in prossimità delle strade dove ne è consentita l'installazione, deve essere effettuata nel rispetto delle seguenti distanze minime:

- mt. 3 dal limite della sede stradale;
- mt. 150 dagli altri cartelli e mezzi pubblicitari;
- mt. 300 prima dei segnali stradali di pericolo e di prescrizione;
- mt. 200 dopo i segnali stradali di pericolo e di prescrizione;
- mt. 100 dopo i segnali di indicazione;
- mt. 100 dal punto di tangenza delle curve orizzontali;
- mt. 350 dalle intersezioni;
- mt. 200 dagli imbocchi delle gallerie;
- mt. 100 dal vertice dei raccordi verticali concavi e convessi.

3. - Il posizionamento di cartelli e degli altri mezzi pubblicitari fuori dai centri abitati, lungo o in prossimità delle strade ove è consentita l'installazione è comunque vietato nei seguenti punti:

- sulle pertinenze di esercizio delle strade;
- in corrispondenza delle intersezioni;

- lungo le curve e su tutta l'area compresa tra la curva stessa e la corda tracciata tra i due punti di tangenza;
- sulle scarpate stradali sovrastanti la carreggiata in terreni di qualsiasi natura e pendenza;
- in corrispondenza dei raccordi verticali concavi o convessi;
- su ponti e sottoponti;
- sui cavalcavia e loro rampe;
- sui parapetti stradali, sulle barriere di sicurezza e sugli altri dispositivi laterali di protezione e segnalamento.

4. - Il posizionamento di cartelli e di altri mezzi pubblicitari entro i centri abitati, salvo quanto previsto al successivo comma 5, è vietato in tutti i punti indicati al comma precedente, e, ove consentito, esso deve essere autorizzato ed effettuato nel rispetto delle seguenti distanze minime:

- mt. 50 dagli altri cartelli e mezzi pubblicitari, dai segnali stradali e dalle intersezioni;
 - mt. 100 dal punto di tangenza delle curve orizzontali e dagli imbocchi delle gallerie;
 - mt. 100 dal vertice dei raccordi verticali concavi e convessi.
- Per le distanze dal limite della carreggiata si applicano le norme del presente regolamento. Tali limitazioni possono non applicarsi alle transenne parapetonali.

5. - Le norme di cui ai commi 2 e 4, e quella di cui al comma 3 limitatamente al posizionamento in curva, non si applicano per le insegne collocate parallelamente al senso di marcia dei veicoli ed in aderenza a fabbricati o comunque ad una distanza non inferiore a metri 3 dal limite della sede stradale, sempre che siano rispettate le disposizioni dell'art. 23 comma 1 del codice della strada.

6. - Le distanze indicate ai commi 2 e 4, ad eccezione di quelle relative alle inserzioni, non devono essere rispettate per i cartelli e gli altri mezzi pubblicitari collocati in posizione parallela al senso di marcia dei veicoli e posti in aderenza, per tutta la loro superficie, a fabbricati o comunque ad una distanza non inferiore a mt. tre dal limite della sede stradale.

7. - Entro i centri abitati, in occasione della redazione del piano generale degli impianti di cui all'art. 8, vengono individuati gli spazi ove è consentita la collocazione di cartelli e di altri mezzi pubblicitari.

8. - Fuori dai centri abitati può essere autorizzata la collocazione per ogni senso di marcia, di un solo cartello pubblicitario di indicazione delle stazioni di rifornimento di carburante e delle stazioni di servizio, della superficie massima di mq. tre ferme restando tutte le altre disposizioni del presente articolo. I cartelli non possono essere collocati a distanza inferiore a metri duecento tra di loro e dagli altri cartelli.

9. - Segni orizzontali reclamistici sono ammessi soltanto su strade private all'interno di complessi commerciali o industriali aperti al pubblico e su aree stradali escluse alla circolazione dei veicoli a motore.

10. - L'esposizione di striscioni, locandine e stendardi è ammessa unicamente durante il periodo di svolgimento della manifestazione o dello spettacolo cui si riferisce oltre che durante la settimana precedente e le ventiquattro ore successive allo stesso.

11. - È vietata la collocazione di cartelli ed altri mezzi pubblicitari a messaggio variabile aventi un periodo di variabilità inferiore a dieci minuti, in posizione trasversale al senso di marcia dei veicoli.

12. - È vietata la collocazione di cartelli e di altri mezzi pubblicitari sui bordi dei marciapiedi e dei cigli stradali.

Art. 17

Ubicazione dei mezzi pubblicitari nelle stazioni di servizio e nelle aree di parcheggio

1. - Nelle stazioni di servizio e nelle aree di parcheggio possono essere collocati cartelli e mezzi pubblicitari la cui superficie complessiva non superi il cinque per cento delle aree occupate dalla stazione di servizio e dalle aree di parcheggio, se trattasi di strade di tipo C e F, e l'uno per cento delle stesse aree se trattasi di strade di tipo A e B come classificate dall'art. 2 del codice della strada, sempre che gli stessi non siano collocati lungo il fronte stradale, lungo le corsie di accelerazione e decelerazione e in corrispondenza degli accessi.

2. - Nelle stazioni di servizio e nelle aree di parcheggio lungo le strade di tipo D ed E, ferme restando le norme relative alla installazione nei centri abitati, valgono le percentuali previste rispettivamente per le strade di cui alla lettera C ed F come classificate dall'art. 2 del codice della strada.

3. - Nelle aree di parcheggio è ammessa, in eccedenza alle superfici pubblicitarie computate in misura percentuale, la collocazione di altri mezzi pubblicitari abbinati alla prestazione di servizi per l'utenza della strada entro il limite di metri quadrati 2 per ogni servizio esistente nella stazione.

Art. 18

Modalità di applicazione dell'imposta

1. - L'imposta sulla pubblicità è determinata in base alla superficie della minima figura piana geometrica in cui è possibile circoscrivere il mezzo pubblicitario, indipendentemente dal numero di messaggi in esso contenuti.

2. - Sono esclusi dal calcolo della superficie soggetta a tassazione i sostegni (piedi, pali, grappe, supporti, cornici ecc.) purché strutturali al mezzo e privi di finalità pubblicitaria.

3. - Le superfici inferiori ad un metro quadrato si arrotondano - per eccesso - al metro quadrato e le frazioni di esso, oltre il primo, al mezzo metro quadrato superiore.

4. - Per i mezzi pubblicitari bifacciali l'imposta è calcolata separatamente su ogni singola faccia; eventuale maggiorazione dovrà essere applicata procedendo al calcolo separato delle due facce del mezzo pubblicitario. Nel caso di mezzi pubblicitari posti all'incrocio di

vie o aree classificate in differenti categorie e da entrambe visibili, si applica ai fini del calcolo l'imposta o del diritto la tariffa della categoria più alta.

5. - Per il mezzo pubblicitario polifacciale l'imposta è calcolata in base alla superficie complessiva adibita per la pubblicità.

6. - Per il mezzo pubblicitario avente dimensioni volumetriche l'imposta è calcolata in base alla superficie complessiva risultante dallo sviluppo del minimo solido geometrico nel quale può essere circoscritto il mezzo stesso.

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

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

9. - Per la pubblicità che abbia durata non superiore a tre mesi si applica per ogni mese o frazione di mese una tariffa pari ad un decimo di quelle annue previste.

10. - Per la pubblicità effettuata mediante affissioni dirette di manifesti e simili su apposite strutture a tale scopo adibite, si applica la tariffa base della pubblicità ordinaria alla superficie complessiva dell'impianto per anno solare, indipendentemente dal periodo di effettiva esposizione o utilizzo.

11. - Per la pubblicità prevista dall'art. 12 del Decreto Legislativo 15 novembre 1993, n. 507 che abbia superficie compresa tra metri quadrati 5,5 e metri quadrati 8,5 la tariffa dell'imposta è maggiorata del cinquanta per cento della tariffa base; per quella di superficie superiore a metri quadrati 8,5 la maggiorazione è del cento per cento della tariffa base.

12. - Le maggiorazioni d'imposta, a qualunque titolo previste, sono cumulabili e sono applicate alla tariffa base; le riduzioni non sono cumulabili

Art. 19

Pubblicità effettuata con pannelli luminosi e proiezioni

1. - Per la pubblicità effettuata per conto altrui con insegne, pannelli od altre analoghe strutture caratterizzate dall'impiego di diodi luminosi, lampadine e simili mediante controllo elettromeccanico o comunque programmato in modo da garantire la variabilità del messaggio o la sua visione in forma intermittente, lampeggiante o similare, si applica l'imposta, indipendentemente dal numero dei messaggi, per metro quadrato di superficie e per anno solare.

2. - Per la pubblicità di cui al comma 1 di durata non superiore a tre mesi si applica per ogni mese o frazione di mese una tariffa pari ad un decimo di quella ivi prevista.

3. - Per la pubblicità di cui ai commi precedenti effettuata per conto proprio dall'impresa, si applica l'imposta in misura pari alla metà delle tariffe.

4. - Per la pubblicità realizzata in luoghi pubblici o aperti al pubblico attraverso diapositive, proiezioni luminose o cinematografiche effettuate su schermi o pareti riflettenti, si applica l'imposta per ogni giorno, indipendentemente dal numero di messaggi e dalla superficie adibita alla proiezione.

5. - Per la pubblicità di cui al precedente comma 4 che abbia durata superiore a trenta giorni si applica, dopo tale periodo, una tariffa giornaliera pari alla metà di quella prevista.

Art. 20

Pubblicità sui veicoli

1. - La pubblicità luminosa, purché non intermittente e non realizzata mediante messaggi variabili è ammessa unicamente sui veicoli adibiti al servizio taxi, quando circolino entro i centri abitati alle seguenti condizioni:

a) - che sia realizzata su un pannello rettangolare piano bifacciale, saldamente ancorato sopra l'abitacolo del veicolo e posto in posizione parallela al senso di marcia;

b) - che disponga messaggi di immediata percezione che non impegnino particolarmente l'attenzione dei conducenti di altri veicoli;

c) - che sia resa luminosa solo nella fase di sosta del veicolo;

d) - che il pannello abbia le dimensioni esterne di cm. 75 x 35 e le dimensioni utili per l'esposizione del messaggio pubblicitario di cm. 70 x 30;

e) - che la superficie di esposizione sia realizzata, in misura non inferiore ai 4/10 con un colore di fondo neutro;

f) - che siano esclusi i colori rosso, verde e giallo;

g) - che l'intensità luminosa del pannello non sia superiore a 100 candele per metro quadrato.

2. - L'apposizione sui veicoli di pubblicità non luminosa è consentita, salvo quanto previsto ai successivi commi 3 e 4, se realizzata senza creare sporgenze rispetto alla superficie del veicolo. Sulle autovetture ad uso privato è consentita unicamente l'apposizione del marchio e della ragione sociale della ditta cui appartiene il veicolo, entro i limiti di cui al successivo comma 12.

3. - La pubblicità non luminosa per conto terzi è consentita sui veicoli adibiti a trasporto di linea 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 pareti del veicolo sia limitata alle superfici distanti almeno 20 cm. dai dispositivi di segnalazione visiva e di illuminazione e dalle targhe;

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.

4. - La pubblicità non luminosa per conto terzi è consentita sui veicoli adibiti al servizio taxi alle seguenti 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;

b) - che il pannello abbia dimensioni esterne di cm. 75 x 35;

c) - che non sia realizzata mediante messaggi variabili.

d) - mediante apposizione di pannelli interni al veicolo posti sul vetro posteriore e che non costituisca limitazione alla visibilità del conducente.

5. - 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 a quelle di 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 metri quadrati;

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 cm. 70 dai dispositivi di segnalazione visiva;

e) - che non sia realizzato mediante messaggi variabili;

6. - In tutti i casi di cui ai commi precedenti le scritte, i simboli e le combinazioni dei colori non devono generare confusione con i segnali stradali e in particolare non devono avere:

a) - forme di disco o di triangolo;

b) - disegni confondibili con simboli segnaletici regolamentari di pericolo, obbligo, prescrizione o indicazione;

c) - colore rosso, salvo la riproduzione di marchi depositati nei limiti di 1/5 della superficie utilizzata.

7. - È vietata qualunque forma di pubblicità luminosa all'interno dei veicoli.

8. - Per la pubblicità visiva effettuata per conto proprio o per conto terzi all'interno o all'esterno di veicoli in genere, di battelli, barche e simili, di uso pubblico o privato, è dovuta l'imposta sulla pubblicità in base alla superficie complessiva dei mezzi pubblicitari installati su ciascun veicolo, nella misura e con le modalità previste dal 1.mo comma dell'art. 12 del Decreto Legislativo 15 novembre 1993, n.507.

9. - Per la pubblicità effettuata all'esterno dei veicoli sono dovute, qualora rientri nei limiti del grande formato previsti dal comma 4 dell'art. 12 del Decreto Legislativo 15 novembre 1993, n. 507, le maggiorazioni fissate dal citato articolo.

10. - Per i veicoli adibiti ad uso pubblico l'imposta è dovuta al comune che ha rilasciato la licenza d'esercizio. Per i veicoli adibiti al servizio di linea interurbana l'imposta è dovuta nella misura del cinquanta per cento a ciascuno dei comuni 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 sua residenza anagrafica o la sede, risultante dal certificato di proprietà del veicolo.

11. - Per la pubblicità effettuata per conto proprio su veicoli di proprietà dell'impresa o adibiti a trasporto per suo conto, l'imposta è dovuta per anno solare al comune dove ha sede l'impresa stessa o qualsiasi altra dipendenza, ovvero al comune dove sono domiciliati i suoi agenti o mandatari che alla data del 1.mo gennaio di ogni anno abbiano in dotazione detti veicoli.

12. - Non è dovuta l'imposta per l'applicazione sui veicoli del marchio della ditta, della ragione sociale e dell'indirizzo purché sia apposta non più di due volte e ciascuna iscrizione non sia superiore al mezzo metro quadrato.

Art. 21

Pubblicità varia: modalità, limiti, divieti.

1. - La pubblicità effettuata con aeromobili o palloni frenati è soggetta al pagamento della relativa imposta ove il mezzo pubblicitario insista sul territorio comunale comprese le fasce marittime che siano limitrofe a detto territorio.

2. - Per la pubblicità effettuata da aeromobili mediante scritte, striscioni, disegni, fumogeni, compresa quella eseguita su specchi d'acqua e fasce marittime antistanti il territorio comunale, per ogni giorno o frazione di giorno, indipendentemente dal numero dei soggetti pubblicizzati, è dovuta un'imposta a ciascun comune sul cui territorio la pubblicità stessa viene eseguita.

3. - Per la pubblicità eseguita con palloni frenati e simili si applica l'imposta pari alla metà di quella prevista per la pubblicità effettuata da aeromobili.

4. - Per la pubblicità effettuata con striscioni o altri mezzi simili che attraversano strade o piazze la tariffa dell'imposta, per ciascun metro quadrato e per ogni periodo di esposizione di quindici giorni o frazione è pari a quella prevista per la pubblicità ordinaria.

5. - Per la pubblicità effettuata mediante persone circolanti con cartelli o altri mezzi pubblicitari, è dovuta l'imposta per ciascuna persona impiegata, per giorno o frazione di giorno, indipendentemente dalla misura dei mezzi pubblicitari.

6. - Per la pubblicità effettuata a mezzo di apparecchi amplificatori e simili la tariffa dell'imposta è dovuta per ciascun punto di pubblicità e per ciascun giorno o frazione.

7. - La pubblicità fonica effettuata mediante autoveicoli è vietata su tutto il territorio comunale; è fatta eccezione per i messaggi di pubblico interesse disposti dall'autorità di pubblica sicurezza e dal Sindaco che può altresì autorizzare la pubblicità fonica ai candidati a cariche pubbliche per tutto il tempo della campagna elettorale. Tale pubblicità è comunque limitata, nei centri abitati, nelle seguenti fasce orarie:

	mattino	10.00 - 13.00
	pomeriggio	16.00 - 19.00
dal 1 maggio al 30 settembre -	mattino	10.00 - 13.00
	pomeriggio	17.00 - 21.00.

L'intensità dei suoni emessi dal mezzo diffusivo non deve superare la misura di 70 phon. Il Sindaco può rilasciare, per quanto di competenza, nulla osta al rilascio di autorizzazione da parte della Capitaneria di Porto per l'effettuazione di pubblicità fonica da imbarcazioni su acque antistanti il territorio comunale nelle fasce orarie indicate.

8. - È vietata la distribuzione o il lancio di volantini o di altro materiale pubblicitario su tutto il territorio comunale. È fatta eccezione per il sistema del recapito a domicilio.

9. - È vietata l'effettuazione della pubblicità sulle aree utilizzate a verde pubblico. In deroga a tale divieto possono essere stipulati contratti per la sistemazione e conservazione gratuita di aree a verde pubblico, con la facoltà di reclamizzare le relative sponsorizzazioni per le quali è dovuta, in ogni caso, l'imposta sulla pubblicità. La superficie riservata a tali sponsorizzazioni non può superare i metri quadrati 0,50.

10. - È vietata l'installazione di striscioni pubblicitari sui Viali Manin e Carducci e nella zona a mare di essi. Nel periodo di svolgimento dei corsi mascherati è altresì vietata l'installazione di striscioni pubblicitari lungo tutta la Via Marco Polo.

11. - È vietata ogni forma di pubblicità sugli edifici di carattere storico e su quelli sottoposti a vincolo artistico.

12. - È vietata sui Viali Margherita e Marconi nel tratto compreso tra il lato monte delle aree a verde e le aree a mare, l'installazione di mezzi pubblicitari ad esclusione dell'insegna d'esercizio e di quelli previsti dal piano generale degli impianti nonché del caso contemplato al comma 9.

Art. 22

Concessione di impianti di proprietà comunale, assegnazione di aree pubbliche per lo sfruttamento pubblicitario : metodo e criteri

1. - Per la concessione degli impianti di proprietà comunale e per l'utilizzazione pubblicitaria delle aree pubbliche disciplinate dal PGIP, il Comune provvede e dispone l'assegnazione per fattispecie pubblicitaria in concessione in base a criteri di funzionalità, economicità e convenienza per l'Ente. Si individuano le seguenti fattispecie: 1) cartelli ubicazionali, 2) impianti temporanei, 3) impianti a basso impatto ambientale localizzati, in deroga, in zona di rispetto integrale e scenico (Passeggiata a

mare). Tutte le altre fattispecie pubblicitarie consentite sono gestite in conformità a quanto previsto dal PGIP.

2. - L'aggiudicazione delle concessioni di cui al comma 1 avviene per esperimento di regolare gara con la procedura prevista dalla normativa in materia.

3. - Le concessioni non sono cumulabili.

4. - In relazione al divieto di contemporaneo svolgimento dell'attività di concessionario del servizio di accertamento e riscossione dell'imposta sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni e di commercializzazione della pubblicità, il richiedente la installazione di mezzi pubblicitari, per conto terzi, è tenuto ad attestare l'inesistenza di tale condizione.

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

6. - Con il bando di gara viene approvato il disciplinare di concessione. Le spese del contratto sono a carico dell'assegnatario. A garanzia dei propri obblighi il contraente costituisce, prima di sottoscrivere il contratto, una cauzione infruttifera presso la Tesoreria Comunale per l'importo fissato nel bando stesso. La cauzione è restituita al termine della concessione ad espletamento di tutte le condizioni per essa previste.

7. - La concessione ha la durata di tre anni, fatto salvo diverso termine stabilito dal Comune con il bando di gara. Il Comune si riserva il diritto di ordinare, in qualsiasi momento, la rimozione degli impianti procedendo alla revoca della concessione, ovvero, dove risulti possibile, lo spostamento degli impianti stessi senza che il contraente possa accampare pretese di alcun genere, ad eccezione del diritto al rimborso, qualora spetti, del pagamento del periodo di mancato utilizzo del mezzo pubblicitario.

8. - Costituiscono cause di decadenza dalla concessione la contestazione definitiva di almeno tre violazioni degli obblighi contrattuali.

9. - Alla scadenza naturale della concessione il Comune ha facoltà di procedere alla proroga della concessione stessa previa trattativa sull'entità del nuovo canone concessorio.

Art. 23

Pubblicità effettuata su fabbricati, spazi, aree ed impianti comunali: canone e disciplinare di concessione

Soppresso

Art. 24

Procedura per l'installazione

1. - Il Comune si avvale della facoltà di cui al comma 6 dell' art. 23 del codice della strada per stabilire deroghe alle norme relative alle distanze minime per il posizionamento di cartelli ed altri mezzi pubblicitari.

2. - Per l'installazione dei mezzi pubblicitari è necessaria la preventiva presentazione di DIAP (Dichiarazione Inizio Attività Pubblicitaria).

La DIAP, predisposta dal Servizio ACAP/PGIP deve contenere:

a) – il nominativo della ditta, il numero di iscrizione all'Albo degli Operatori Pubblicitari e il numero cronologico dell' impianto richiesto;

b) – estratto cartografico della localizzazione proposta;

c) – ubicazione particolareggiata con indicazione se trattasi di area pubblica o privata;

d) – zona del Piano Generale degli Impianti Pubblicitari;

e) – tipo dell'impianto permanente proposto;

f) – localizzazione;

g) – dimensione;

h) - numero delle facce;

i) - superficie complessiva;

l) – parallelismo/o non rispetto al senso di marcia veicolare.

I punti di cui alle lettere a) fino alla lettera l) sono indicati nel frontespizio. Sul retro della D.I.A.P. è contenuta la Dichiarazione Sostitutiva dell'Atto di notorietà, nella quale la Ditta installatrice deve dichiarare la regolarità dell'iscrizione all'A.O.P., la data e il numero; deve, inoltre, dichiarare che la localizzazione e l'impianto proposti sono conformi al Piano Generale degli Impianti Pubblicitari, al Regolamento Comunale per l'imposta sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni ed alle altre norme, al momento vigenti, in materia di pubblicità. Nella parte sottostante alla dichiarazione sostitutiva devono essere presentati la documentazione fotografica della localizzazione proposta e il disegno della localizzazione con l'indicazione delle dimensioni e delle distanze.

3. - L'istruttoria è curata dal Servizio dell'Autorità di Controllo sulle attività pubblicitarie, incaricato della raccolta, verifica e controllo delle D.I.A.P.. Questo si avvale, ove lo ritenga, del parere di competenza del Comando di Polizia Municipale, del Settore Urbanistica e dell'Ufficio Tecnico. Il parere dovrà essere rilasciato entro quindici giorni dalla data della richiesta, decorso tale termine il parere si considera espresso favorevolmente.

4. – La D.I.A.P., presentata dalla ditta, la cui conformità al PGIP deve essere verificata dal Servizio ACAP/PGIP, ha validità di 6 anni. E' motivo di presentazione di nuova

D.I.A.P., previo annullamento della precedente, la modifica strutturale dell'impianto e la variazione dell'ubicazione dello stesso.

5. - Non è sottoposta alla preventiva presentazione della D.I.A.P., anche se tenuta al pagamento dell'imposta, ove non esente, la pubblicità effettuata all'interno di luoghi aperti al pubblico (es. stadio, impianti sportivi, stazioni ferroviarie, centri commerciali, cinema ecc.) e quella eseguita con i veicoli ad uso privato di proprietà dell'impresa o adibiti a trasporti per suo conto. La gestione dell'attività pubblicitaria all'interno degli impianti sportivi è gestita direttamente dalle Società Sportive, il cui elenco è custodito presso l'ACAP, che lo riceve annualmente dall'Assessorato allo Sport. Le Società Sportive non sono tenute all'iscrizione all'Albo degli Operatori Pubblicitari e curano personalmente la pubblicità delle manifestazioni sportive annuali all'interno degli impianti.

6. - In caso di cessazione o cessione di attività il titolare della D.I.A.P. deve darne tempestiva comunicazione al Servizio ACAP/PGIP e all'ufficio Pubblicità e Affissioni. I mezzi pubblicitari devono essere rimossi, entro dieci giorni dalla data di comunicazione di cessazione di attività, a cura del titolare della D.I.A.P.

7. - Copia della D.I.A.P. è trasmessa al Comando di Polizia Municipale e all'Ufficio pubblicità e Affissioni per quanto di competenza.

8. - La D.I.A.P. di cui ai commi precedenti è revocabile dopo 3 verifiche di difformità dell'impianto rispetto alle norme del PGIP e comporta la conseguente attivazione della rimozione dell'impianto stesso.

Art. 25

Divieto di installazione di mezzi pubblicitari senza D.I.A.P. o dichiarazione inizio pubblicità per le PP.AA.

1. - È vietato installare mezzi pubblicitari in maniera permanente senza preventiva presentazione della D.I.A.P., o temporanea senza la preventiva dichiarazione di inizio attività per le PP.AA..

2. - È fatto obbligo alle persone incaricate della realizzazione e installazione di mezzi pubblicitari di accertarsi, prima di procedere alla loro messa in opera, del possesso da parte del committente della D.I.A.P. e/o della dichiarazione, in mancanza della quale non potrà procedere all'installazione del mezzo pubblicitario commissionato.

3. - In caso di violazione alle norme di cui ai commi precedenti si applica la sanzione amministrativa di cui al successivo articolo 32.

Art. 26

Obblighi del titolare della D.I.A.P.

1. - È fatto obbligo al titolare della D.I.A.P. di:

a) - verificare il buono stato dei cartelli e degli altri mezzi pubblicitari;

b) - effettuare tutti gli interventi necessari alla manutenzione ordinaria e straordinaria;

c) - adempiere nei tempi richiesti a tutte le prescrizioni impartite dall'Ente competente ai sensi dell'art. 406 comma 1 del regolamento di esecuzione del codice della strada, al momento del rilascio della D.I.A.P. od anche successivamente per intervenute e motivate esigenze;

d) - procedere alla rimozione nel caso di decadenza o revoca della D.I.A.P. o di insussistenza delle condizioni di sicurezza previste all'atto di installazione o di motivata richiesta da parte dell'Ente competente al rilascio.

2. - È fatto obbligo alla ditta che risulterà vincitrice della gara d'appalto per la pubblicità temporanea per la posa di segni orizzontali reclamistici, nonché di striscioni, locandine e stendardi, nei casi previsti dall'art. 51 comma 9 del regolamento di attuazione del codice della strada, di provvedere alla rimozione degli stessi nel termine di ventiquattro ore successive alla conclusione della manifestazione o dello spettacolo per il cui svolgimento sono stati autorizzati, ripristinando il preesistente stato dei luoghi.

3. - Le installazioni dovranno essere effettuate solamente a mezzo di supporti autonomi; è vietato l'utilizzo di alberi, semafori, pali segnaletici e della pubblica illuminazione, muri e recinzioni.

Art. 27

Targhette di identificazione

1. - Su ogni cartello o mezzo pubblicitario autorizzato tramite presentazione di D.I.A.P. regolare dovrà essere saldamente fissata, a cura e spese del titolare della D.I.A.P., una targhetta metallica, posta in posizione facilmente accessibile, sulla quale dovranno essere riportati con caratteri incisi i seguenti dati:

a) - soggetto titolare;

b) - numero dell'iscrizione all'AOP;

c) - data di inizio della D.I.A.P.;

Art. 28

Adattamenti delle forme pubblicitarie esistenti

SOPPRESSO

Art. 29

Obbligo della richiesta di inizio pubblicità per le pubbliche affissioni

1. - Gli utenti (singoli, associazioni, ditte, ecc.) interessati all'affissione di stampati tipografici pubblicitari dovranno presentare alla ditta concessionaria del servizio di

riscossione dell'imposta sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni, una apposita richiesta indicante il nominativo del richiedente, la sede o l'indirizzo, la quantità del materiale, nonché il suo formato e l'oggetto ed infine il periodo di richiesta dell'esposizione.

2. - Prima di iniziare la pubblicità l'interessato è tenuto a presentare all'Ufficio preposto al servizio la richiesta di cui al comma 1.

3. - La richiesta di cui al comma 1 deve essere presentata anche nei casi di variazione della pubblicità che comportino la modificazione della superficie esposta e del tipo di pubblicità effettuata, con conseguente nuova imposizione; il Comune procede al conguaglio tra l'importo dovuto in seguito alla nuova dichiarazione e quello pagato per lo stesso periodo.

4. - La richiesta per la pubblicità annuale ha effetto anche per gli anni successivi e si intende prorogata con il pagamento della relativa imposta entro il 31 gennaio dell'anno di riferimento, purché non si verifichino modificazioni degli elementi dichiarati cui consegua un diverso ammontare dell'imposta dovuta, o non venga presentata denuncia di cessazione entro il medesimo termine.

5. - La richiesta dovrà contenere i seguenti dati:

a) - per le persone fisiche:

- codice fiscale;
- nome, cognome, luogo e data di nascita;
- residenza ed indirizzo;

b) - per le società

- partita IVA e/o codice fiscale;
- dati identificativi del titolare o legale rappresentante;
- denominazione e ragione sociale;
- sede legale e sede effettiva.

Art. 30

Casi di omessa dichiarazione

1. - Qualora venga omessa la presentazione della dichiarazione per la pubblicità di cui agli artt. 12, 13 e 14 commi 1, 2 e 3 del Decreto Legislativo 15 novembre 1993, n. 507, e cioè effettuata mediante insegne, cartelli, locandine, targhe, stendardi o qualsiasi altro mezzo non espressamente previsto; effettuata con veicoli; effettuata per conto altrui con insegne, pannelli o altre analoghe strutture caratterizzate dall'impiego di diodi luminosi, lampadine e simili mediante controllo elettronico, elettromeccanico e comunque programmato in modo da garantire la variabilità del messaggio la sua visione in forma intermittente, lampeggiante o similare, la pubblicità si presume effettuata, in ogni caso, con decorrenza dal 1.mo gennaio dell'anno in cui è stata accertata.

2. - Qualora venga omessa la presentazione della dichiarazione per la pubblicità di cui agli artt. 14, comma 4 e 15 commi 1, 2, 3, 4 e 5 del Decreto Legislativo 15 novembre 1993, n. 507 e cioè effettuata in luoghi pubblici o aperti al pubblico attraverso diapositive,

proiezioni luminose o cinematografiche su schermi o pareti riflettenti; effettuata con striscioni o altri mezzi simili che attraversano strade o piazze; effettuata da aeromobili mediante scritte, striscioni, disegni fumogeni, ivi compresa quella eseguita su specchi d'acqua e fasce marittime limitrofi al territorio comunale; effettuata con palloni frenati e simili; effettuata mediante persone circolanti con cartelli o altri mezzi pubblicitari; effettuata a mezzo di apparecchi amplificatori e simili, la pubblicità si presume effettuata dal primo giorno del mese in cui è stato effettuato l'accertamento.

Art. 31

Riduzioni dell'imposta

1. - 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, solo in presenza della contemporanea sussistenza dei requisiti innanzi enunciati;

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

2. - Non si applica la riduzione di imposta per la pubblicità realizzata attraverso mezzi che contengano, oltre ai messaggi relativi alle manifestazioni da pubblicizzare e alla iscrizione dell'eventuale patrocinio o partecipazione di enti pubblici territoriali, superfici recanti messaggi relativi ad una attività economica, con lo scopo di promuovere la domanda di beni o servizi ovvero migliorare l'immagine del soggetto pubblicizzato, anche nel caso che alle manifestazioni sia stato concesso il patrocinio di enti pubblici territoriali.

Art. 32

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 d'ingresso dei locali medesimi purché siano attinenti alla attività in essi esercitata e non superino, nel loro insieme, la superficie complessiva di mezzo metro quadrato per ciascuna vetrina o ingresso;

b) - gli avvisi al pubblico esposti nelle vetrine o sulle porte d'ingresso dei locali, o in mancanza nelle immediate adiacenze del punto di vendita, relativi alla attività svolta, nonché quelli riguardanti la localizzazione e l'utilizzazione dei servizi di pubblica utilità, che non superino la superficie di mezzo metro quadrato e quelli riguardanti la locazione o

la compravendita degli immobili sui quali sono affissi, di superficie non superiore ad un quarto di metro quadrato;

c) - la pubblicità comunque effettuata all'interno, sulle facciate esterne o sulle recinzioni dei locali di pubblico spettacolo, qualora si riferisca alle rappresentazioni in programmazione;

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

e) - la pubblicità esposta all'interno delle stazioni dei servizi di trasporto pubblico di ogni genere 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, barche e simili di uso pubblico e privato;

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 ed ogni altro ente che non persegua scopo di lucro;

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.

2. - Non rientrano nel concetto di pubblicità i cartelli che, seppur esposti al pubblico, non presentano alcun contenuto o richiamo pubblicitario diretto o indiretto, ma si limitano a mere comunicazioni; ancorché contengano la indicazione dell'impresa che effettua tali comunicazioni, quali gli avvisi di fermata degli autobus di linea, i cartelli SIP-TELECOM quelli di singoli privati per indicare divieti di accesso o di circolazione. Ugualmente non sono soggette ad imposta di pubblicità le iscrizioni contenute su utensili che rientrano nella esclusiva disponibilità del singolo utente e il relativo messaggio al pubblico. Parimenti i depliant pubblicitari scontano l'imposta di pubblicità solo se esposti in luogo pubblico o aperto al pubblico.

3. - Sono esenti i mezzi pubblicitari la cui superficie sia inferiore a 300 centimetri quadrati.

Art. 33

Sanzioni tributarie e interessi

1. - Per quanto concerne le sanzioni si applica il disposto dell'art. 23 del D.Lgs. 507/1993 come modificato dal D.Lgs. 473/1997, 471/1997, 472/1997 e dalla deliberazione della Giunta Municipale n. 312/1998 così come risulta modificata dalla deliberazione Giunta Municipale n.- del ;

2. - Non costituisce di per se dichiarazione di pubblicità il pagamento eseguito con il versamento sul conto corrente postale, anche se nella causale posta sul retro del bollettino sono riportati gli elementi costitutivi della fattispecie imponibile. Nell'ipotesi che non sia stata presentata la dichiarazione di pubblicità - nei tempi e con le modalità indicati all'art. 29 e, comunque, sia stato eseguito il pagamento - si applica all'omissione la sanzione prevista dal comma 1.

3. - Per quanto concerne gli interessi dovuti per l'imposta di pubblicità e per il diritto sulle pubbliche affissioni, si applica il disposto dell'art. 18 bis del regolamento delle entrate approvato con deliberazione consiliare n. 32/1999, così come risulta modificato dalla deliberazione consiliare n. 17/2000.

Art. 34

Vigilanza e sanzioni amministrative

1. - Il Comune tramite il Servizio ACAP/PGIP sulle attività pubblicitarie, vigila sull'osservanza delle disposizioni di legge e di regolamento sulla pubblicità e provvede all'applicazione delle sanzioni amministrative e tributarie previste.

2. - Alle violazioni delle norme del presente regolamento, nonché di quelle contenute nei provvedimenti relativi all'installazione degli impianti, salvo che sia diversamente stabilito, si applica la sanzione amministrativa del pagamento della somma **da € 206 a € 1.549**.

3. - È sempre disposta la rimozione e il sequestro dei mezzi pubblicitari abusivi o non in regola con le norme del presente regolamento e di quelle contenute nei provvedimenti relativi all'installazione. In caso di inottemperanza all'ordine di rimozione entro il termine fissato nel verbale o nell'ordinanza, si procede d'ufficio, incaricando la prima ditta di cui all'art. 7bis, comma 2, risultata vincitrice della gara di appalto per la rimozione degli impianti abusivi e/o non conformi al PGIP e prelevando dalla fidejussione di cui all'art. 7ter, comma 3 le spese sostenute. Se ricorrono motivi d'urgenza, a salvaguardia della sicurezza stradale o per l'incolumità delle persone o la materiale sicurezza delle cose, la rimozione è eseguita anche contestualmente all'accertamento, comunicandola immediatamente, tramite raccomandata a/r, al titolare dell'impianto in oggetto. **Per quanto non disciplinato nel presente articolo, si rinvia al regolamento generale delle entrate.**

4. - Le cose che formano oggetto del mezzo pubblicitario rimosso sono custodite a cura della ditta incaricata della rimozione. Le spese di custodia sono poste con quelle di rimozione di cui al comma 3. Le spese di deposito sono determinate in ragione in lire cinquecento giornaliere per ogni metro quadrato di impianto pubblicitario. Le frazioni inferiori al mezzo metro quadrato si arrotondano per difetto, quelle pari o superiori per eccesso.

5. - Per la pubblicità abusiva mediante affissione di supporto cartaceo o similare, ancorché apposta negli spazi regolamentari, in luogo della rimozione è sempre disposta la defissione o la copertura di essa al fine di renderla, nel più breve tempo possibile, inefficace e inutilizzabile. Il provvedimento è adottato dal funzionario responsabile ed eseguito direttamente dal Comune o a mezzo di terzi a ciò incaricati.

6. - È sempre disposta la confisca dei mezzi pubblicitari rimossi a norma del comma 3, ai sensi dell'art. 20, comma 4, della legge 24 novembre 1981, n. 689, se entro il termine di sessanta giorni fissato per il pagamento in misura ridotta, oltre alla somma dovuta, non vengano corrisposte anche quelle relative all'imposta pubblicitaria evasa e alle eventuali altre dovute per legge, alle soprattasse, agli interessi maturati e alle spese per la rimozione e custodia.

7. - L'Autorità di Controllo sulle attività pubblicitarie, a propria insindacabile scelta, potrà distruggere o alienare i mezzi pubblicitari confiscati.

8. - La restituzione delle cose sequestrate è disposta d'ufficio con provvedimento del funzionario responsabile.

9. - Nel caso di omesso pagamento in misura ridotta il Sindaco emette ordinanza-ingiunzione per la sanzione principale e per quella accessoria della confisca.

10. - Le violazioni, per quanto possibile, devono essere immediatamente contestate tanto al trasgressore quanto alla persona obbligata in solido al pagamento della somma dovuta per la violazione commessa.

11. - La contestazione si formalizza mediante notificazione del verbale con gli estremi della violazione, entro centocinquanta giorni dall'accertamento. Nel verbale è indicata la somma da pagarsi entro sessanta giorni a titolo di pagamento in misura ridotta e l'ordine a rimuovere il mezzo pubblicitario oggetto dell'accertamento sanzionatorio. In caso di inottemperanza l'Autorità di Controllo sulle attività pubblicitarie dispone la rimozione d'ufficio mediante il sequestro delle cose oggetto del mezzo pubblicitario.

12. - Non si procede al sequestro delle cose che formano oggetto del mezzo pubblicitario nel caso in cui l'interessato abbia provveduto alla rimozione immediata di esso.

13. - Per quanto non previsto nel presente regolamento si applicano le norme del capo I della legge 24 novembre 1981, n. 689 e del relativo regolamento di attuazione approvato con D.P.R. 29 luglio 1992, n.571.

14. - Alle violazioni disciplinate dal presente articolo si applicano le norme dell'art. 24, commi 4 e 5 del Decreto Legislativo 15 novembre 1993, n. 507.

Art. 35

Rettifica e accertamento d'ufficio

1. Il Comune entro due anni dalla data in cui la dichiarazione è stata o avrebbe dovuto essere presentata procede all'accertamento od alla rettifica d'ufficio, notificando al contribuente, anche a mezzo posta raccomandata con avviso di ricevimento, un apposito avviso motivato.

2. - Nell'avviso devono essere indicati:

a) - il soggetto passivo;

b) - le caratteristiche, la superficie, anche approssimativa e l'ubicazione del mezzo pubblicitario;

c) - l'importo dell'imposta o della maggiore imposta accertata;

d) - le soprattasse, interessi, morosità e spese, comprese quelle postali o di notifica che fanno carico al soggetto passivo;

e) - il termine di sessanta giorni entro cui effettuare il relativo pagamento con il beneficio della riduzione delle soprattasse;

f) l'indicazione e l'indirizzo dell'organo a cui adire per il contenzioso.

3. Gli avvisi di accertamento sono sottoscritti dal funzionario responsabile. L'avviso di accertamento che risulti emesso per imposta non esigibile può essere revocato dal funzionario responsabile conservando copia del provvedimento unita all'avviso di accertamento revocato.

Art. 36

Contenzioso

1. - Contro l'avviso di accertamento e di liquidazione, il ruolo, la cartella di pagamento, l'avviso di mora, il provvedimento di irrogazione delle sanzioni, il diniego di rimborso, può essere proposto ricorso entro 60 giorni dalla data di notificazione dell'atto impugnato, secondo le disposizioni del D.Lgs. 31/12/1992 n. 546.

TITOLO III - PUBBLICHE AFFISSIONI

Art. 37

Quantità delle superfici da adibire alle pubbliche affissioni

1. - La superficie complessiva degli impianti delle pubbliche affissioni nell'ambito del territorio comunale è fissata, in via di massima, in complessivi metri quadrati 2.700, pari a metri quadrati 45 per ogni 1000 abitanti su una popolazione al 31.12.1993 arrotondata a 60.000 abitanti. Detta superficie include le affissioni dirette, quelle a domanda e istituzionali, sociali, culturali e comunque prive di rilevanza economica.

2. - In caso di variazione della popolazione si procederà all'adeguamento avendo cura che la superficie degli impianti da destinare alle pubbliche affissioni non sia inferiore ai limiti minimi fissati dall'art. 18 comma 3 del Decreto legislativo 15 novembre 1993, n. 507 in metri quadrati 18 per ogni 1000 abitanti. Detto adeguamento sarà disposto dall'Ufficio cui è affidato il servizio.

3. - Per la ripartizione e l'ubicazione degli impianti si rimanda al piano generale degli impianti.

Art. 38

Ripartizione della superficie degli impianti pubblici da destinare alle affissioni

1. - In esecuzione alla previsione di cui all'art. 3 comma 3 del Decreto Legislativo 15 novembre 1993, n. 507, la superficie degli impianti pubblici da destinare alle affissioni viene suddivisa nelle seguenti percentuali:

a) - spazi destinati alle affissioni di natura istituzionale, sociale e comunque prive di rilevanza economica il venti per cento della superficie complessiva, pari a metri quadrati 540;

b) - spazi destinati alle affissioni di carattere commerciale svolte dal servizio pubblico, il settanta per cento della superficie complessiva, pari a metri quadrati 1.890;

c) - spazi destinati all'affissione diretta da parte di privati, anche per conto terzi, il dieci per cento della superficie complessiva, pari a metri quadrati 270.

2. - La Giunta Municipale può stabilire per comprovate e diverse necessità, parametri diversi con un limite di variazione del venti per cento per ogni parametro.

Art. 39

Spazi privati per l'affissione

1. - Gli spazi privati per l'affissione diretta di cui all'articolo 12, comma 3 del Decreto Legislativo 15 novembre 1993, n. 507, sono soggetti ai disposti di cui al Titolo II° del presente Regolamento.

2. - Gli spazi privati per l'affissione diretta sono usati esclusivamente per l'effettuazione di affissioni di carattere commerciale. Le affissioni di natura istituzionale, sociale o culturale sono previste negli appositi spazi affissionistici.

Art. 39bis

Assegnazione impianti pubblici destinati all'affissione diretta da parte di privati

1. – Gli impianti pubblici di cui al precedente articolo 38, comma 1, lettera c sono assegnati ad unico concessionario con deliberazione della Giunta Municipale in esito a procedura concorsuale.
2. Con la delibera di aggiudicazione verrà approvato anche il relativo disciplinare.
3. Possono partecipare alla gara di appalto i soggetti iscritti all'Albo degli Operatori Pubblicitari.
4. La concessione di cui al presente articolo non è cumulabile con altre concessioni ottenute per l'esercizio dell'attività pubblicitaria sul territorio del Comune di Viareggio ferma restando la libertà di esercizio per la normale cartellonistica.
5. Gli impianti pubblici destinati all'affissione diretta da parte di privati sono usati esclusivamente per l'effettuazione di affissioni di carattere commerciale.

Art. 40

Affissione su manufatti provvisori

1. - Sono vietate le affissioni al di fuori degli spazi previsti dal piano generale degli impianti.

Art. 41

Modalità per le pubbliche affissioni

1. - Le pubbliche affissioni devono essere effettuate secondo l'ordine di precedenza risultante dal ricevimento della commissione che deve essere annotata in apposito registro cronologico.
2. - La durata dell'affissione decorre dal giorno in cui è stata eseguita al completo; nello stesso giorno, su richiesta del committente, l'Ufficio deve mettere a disposizione l'elenco delle posizioni utilizzate con l'indicazione dei quantitativi affissi.
3. - Il ritardo nella effettuazione delle affissioni causato dalle avverse condizioni atmosferiche si considera caso di forza maggiore. Qualora il ritardo sia superiore a dieci

giorni dalla data richiesta l'Ufficio deve darne comunicazione scritta al committente indicando altresì il giorno in cui l'affissione potrà aver luogo.

4. - La mancanza di spazi disponibili per l'affissione deve essere comunicata per scritto al committente entro dieci giorni dalla data richiesta per l'affissione indicando la data in cui questa potrà aver luogo.

5. - L'Ufficio ha l'obbligo di sostituire gratuitamente i manifesti strappati o comunque deteriorati e, qualora non disponga di altri esemplari dei manifesti da sostituire, deve darne tempestiva comunicazione al richiedente, mantenendo, nel frattempo, a disposizione i relativi spazi.

6. - Per le affissioni richieste nello stesso giorno in cui è stato consegnato il materiale da affiggere o entro due giorni successivi se trattasi di affissioni di contenuto commerciale, ovvero nei giorni festivi, è dovuta la maggiorazione del dieci per cento del diritto con un minimo di lire 50.000 per ciascuna commissione.

7. - Per ogni commissione inferiore a 50 fogli il diritto è maggiorato del cinquanta per cento; per i manifesti costituiti da 8 fino a 12 fogli il diritto è maggiorato del cinquanta per cento, per quelli costituiti da più di 12 fogli la maggiorazione è del cento per cento.

8. - Qualora il committente richieda espressamente che l'affissione venga eseguita in determinati spazi da lui prescelti, è dovuta una maggiorazione pari al cento per cento del diritto.

9. - Nell'Ufficio del Servizio delle Pubbliche Affissioni devono essere esposti, per la consultazione da parte di coloro che possono averne interesse, le tariffe del servizio, l'elenco degli spazi destinati alle pubbliche affissioni con l'indicazione della categoria alla quale detti spazi appartengono, ed il registro cronologico delle commissioni.

10. - Al diritto sulle pubbliche affissioni si applicano, per quanto compatibili, le disposizioni previste per l'imposta sulla pubblicità.

Arte. 42

Affissione annunci funebri

1. - Nei soli casi d'urgenza, nei giorni festivi o di chiusura dell'Ufficio Pubblicità e Affissioni, le imprese di pompe funebri operanti nell'ambito del territorio comunale sono autorizzate a provvedere direttamente alle affissioni di manifesti mortuari negli appositi impianti a destinazione istituzionale.

2. - Nell'ipotesi di cui al comma uno non potranno essere affissi manifesti in numero superiore a 20 del formato 70 x 100 e non dovrà essere corrisposta alcun'imposta.

3. - Nella esecuzione dell'affissione il personale dell'impresa non deve coprire manifesti il cui periodo di esposizione è ancora valido

4. Per le violazioni alle prescrizioni del presente articolo trovano applicazione gli articoli 34 e 46.

Art. 43
Annullamento della commissione

1. – Il committente ha facoltà di annullare la richiesta di affissione prima che venga eseguita con l'obbligo di corrispondere la metà del diritto dovuto.

2. - L'annullamento della richiesta di affissione previsto dal comma 1 dovrà pervenire all'ufficio comunale almeno il giorno precedente a quello previsto per l'inizio dell'affissione. A tale fine farà fede il timbro d'arrivo dell'Ufficio Protocollo del Comune.

3. - Nei casi previsti dai commi 3 e 4 dell'articolo 41, il committente può annullare la commissione senza alcun onere a suo carico; a richiesta di annullamento dovrà pervenire al Comune almeno entro il giorno precedente a quello indicato nella comunicazione del Comune come giorno in cui l'affissione potrebbe aver luogo. A tale fine farà fede il timbro d'arrivo dell'Ufficio Protocollo del Comune.

4. - L'annullamento della commissione e l'ammontare delle somme da rimborsare devono risultare da apposita determinazione del funzionario responsabile il quale provvederà al rimborso entro novanta giorni nei modi fissati dall'art. 2 del Decreto Ministeriale del 26 aprile 1994.

5. - Il materiale relativo alle commissioni annullate, ad eccezione di un esemplare che resta acquisito agli atti dell'Ufficio, sarà conservato per sessanta giorni a decorrere da quello in cui ha avuto luogo la riscossione del diritto, a disposizione dell'interessato. Decorso tale termine il materiale può essere conferito alla C.R.I. o destinato allo smaltimento dei R.S.U.

Art. 44
Diniego di affissione o d'installazione di materiale pubblicitario.

SOPPRESSO

Arti. 45
**Pagamento del diritto sulle pubbliche affissioni
non aventi carattere commerciale**

1. - Per le affissioni non aventi carattere commerciale il diritto relativo è corrisposto in forma diretta.

2. - Il pagamento è effettuato presso il Servizio Pubblicità e Affissioni dietro ricevuta mediante stacco di bolletta madre e figlia e contabilizzazione nel relativo registro giornaliero degli incassi.

Art. 46
Affissioni abusive

1. - Le affissioni effettuate in contrasto con le norme del presente regolamento sono considerate abusive.
2. - Il materiale abusivamente affisso fuori dagli spazi stabiliti è immediatamente defisso e quello negli spazi stabiliti, coperto, salvo la responsabilità, sempre solidale, di colui o coloro che hanno materialmente eseguito l'affissione e della ditta in favore della quale l'affissione è stata eseguita.
3. - Il funzionario responsabile dispone la defissione o la copertura delle affissioni abusive e ne dà tempestiva comunicazione al Comando di Polizia Municipale per i provvedimenti di competenza oltre ad emettere, qualora possibile, apposito avviso di accertamento secondo le modalità di cui all'art. 35.

Art. 47
Riduzioni del diritto

1. - La tariffa del servizio delle pubbliche affissioni è ridotta alla metà per i manifesti:
 - a) - riguardanti in via esclusiva lo Stato e gli enti pubblici territoriali che non rientrano nei casi per i quali è prevista l'esenzione;
 - b) - di comitati, associazioni, fondazioni ed ogni altro ente che non abbia scopo di lucro;
 - c) - 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, solo in presenza della contemporanea sussistenza dei requisiti innanzi enunciati;
 - d) - relativi a festeggiamenti patriottici, religiosi, a spettacoli viaggianti e di beneficenza;
 - e) - per gli annunci funebri.
- 2 - Non si applica la riduzione della tariffa del servizio per le pubbliche affissioni ai manifesti che contengano, oltre ai messaggi relativi alle manifestazioni da pubblicizzare e alla iscrizione dell'eventuale patrocinio o partecipazione di enti pubblici territoriali, superfici recanti messaggi relativi ad una attività economica, con lo scopo di promuovere la domanda di beni o servizi ovvero di migliorare l'immagine del soggetto pubblicizzato, anche nel caso che alle manifestazioni sia stato concesso il patrocinio di enti pubblici territoriali.

Art. 48

Esenzioni dal diritto

1. - Sono esenti dal diritto sulle pubbliche affissioni i manifesti:
 - a) - Riguardanti le attività istituzionali del Comune da esso svolte in via esclusiva, esposti nell'ambito del proprio territorio;
 - b) - delle autorità militari relativi alle iscrizioni nelle liste di leva, alla chiamata ed ai richiami alle armi;
 - c) - dello Stato, delle regioni e delle province in materia di tributi;
 - d) - delle autorità di polizia in materia di pubblica sicurezza;
 - e) - relativi ad adempimenti di legge in materia di referendum, elezioni politiche, per il parlamento europeo, regionali amministrative.
 - f) - ogni altro la cui affissione sia obbligatoria per legge;
 - g) - concernenti corsi scolastici e professionali gratuiti regolarmente autorizzati dall'autorità competente.
 - h) - **le associazioni di cui all'art. 47, comma 1/b, purché non siano cooperative e dimostrino la loro appartenenza alla categoria delle ONLUS destinate prevalentemente ai servizi sociali, usufruiscono dell'esenzione del diritto sulle pubbliche affissioni per un massimo di 100 manifesti annui. Tale esenzione non compete per i manifesti denominati "poster" e non può essere concessa per i manifesti che contengano sponsorizzazioni o che riguardano attività d'impresa o convenzioni con enti pubblici o privati.**

TITOLO IV

MODALITÀ DI RISCOSSIONE DELL'IMPOSTA DI PUBBLICITÀ E DEL DIRITTO SULLE PUBBLICHE AFFISSIONI

Art. 49

Pagamento dell'imposta e del diritto

1. - Il pagamento dell'imposta e del diritto deve essere effettuato mediante versamento su conto corrente postale intestato a: "COMUNE DI VIAREGGIO" - Servizio Tesoreria - Imposta pubblicità e Affissioni" con arrotondamento a 1000 lire per difetto, se la frazione non è superiore a 500 lire e per eccesso se è superiore. Il pagamento potrà inoltre essere effettuato presso la Tesoreria Comunale, con le modalità che verranno stabilite con apposito decreto del Ministero delle Finanze ovvero, in caso di affidamento in concessione, al suo concessionario anche mediante conto corrente postale. L'attestazione dell'avvenuto pagamento deve essere allegata alla dichiarazione di inizio di pubblicità o alla richiesta di affissione.

2. - Per la pubblicità relativa a periodi inferiori all'anno solare l'imposta deve essere corrisposta in unica soluzione; per la pubblicità annuale l'importo può essere corrisposto in rate trimestrali anticipate qualora di importo superiore e tre milioni.

3. - La riscossione coattiva dell'imposta si effettua secondo le disposizioni del D.P.R. 28.1.1988 n. 43 e successive modifiche e integrazioni; il relativo ruolo deve essere formato e reso esecutivo entro il 31 dicembre del secondo anno successivo a quello in cui l'avviso di accertamento è stato notificato ovvero, in caso di sospensione della riscossione, entro il 31 dicembre dell'anno successivo a quello di scadenza del periodo di sospensione. Si applica l'art. 2752 comma 4 del Codice Civile.

4. - Il pagamento del diritto sulle Pubbliche Affissioni deve essere effettuato contestualmente alla richiesta del servizio e secondo le modalità di cui al presente articolo. È fatta eccezione per quanto attiene il caso disciplinato dall'art. 42 in quanto le imprese che si avvalgono di tale prerogativa non possono richiedere il servizio.

5. - Per il recupero di somme comunque dovute e non corrisposte si osservano le disposizioni di cui all'art. 9 del Decreto Legislativo 15 novembre 1993, n. 507.

6. - Per le affissioni non aventi carattere commerciale si applicano le disposizioni dell'art. 45.

Art. 50

Bollettari di riscossione

1. - I bollettari occorrenti per la riscossione dei diritti sulle pubbliche affissioni non aventi carattere commerciale, devono essere bollati e vidimati dal Segretario Comunale antecedentemente alla loro utilizzazione.

2. - Essi dovranno essere conservati presso la gestione per la durata di anni 10, così come tutti gli altri documenti contabili relativi alla gestione dell'imposta sulla pubblicità e al diritto sulle pubbliche affissioni.

Art. 51

Registri necessari per la gestione contabile dell'imposta sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni

1. - L'Ufficio Pubblicità e Affissioni mantiene i seguenti registri:

a) - registro di assunzione in carico dei bollettari da utilizzare per i rimborsi e per la riscossione dei diritti per affissioni non aventi carattere commerciale;

b) - registro dei rimborsi disposti a favore dei contribuenti per l'imposta di pubblicità e per i diritti sulle pubbliche affissioni;

c) - registro cronologico degli avvisi di accertamento emessi;

d) - registro delle riscossioni giornaliere;

e) - registro/schedario delle dichiarazioni di cui all'art. 29 e delle commesse degli utenti, separato per l'imposta di pubblicità e per i diritti sulle pubbliche affissioni;

f) - registro delle affissioni effettuate in esenzione dal pagamento dei diritti.

g) - registro delle D.I.A.P..

2. - Tutti i registri di cui al comma 1 dovranno essere bollati e vidimati dal Segretario Comunale prima della loro utilizzazione; in essi dovrà essere annotato il numero delle pagine di cui si compongono e, per quanto attiene il registro di cui al punto a) del comma 1, riportare i numeri di identificazione della prima e ultima bolletta di ciascun singolo blocco.

Art. 52

Orario di apertura dell'Ufficio

1. - L'Ufficio Pubblicità e Affissioni osserva il seguente orario di apertura al pubblico in tutti i giorni feriali:

9.00 - 12.30

2. - Non sussiste l'obbligo per il Servizio Affissioni di tenere aperti i propri uffici nei giorni festivi e nelle ore notturne.

3. - L'orario di apertura potrà essere variato qualora necessità del servizio ne imponessero l'articolazione.

4. - È data facoltà al funzionario responsabile di autorizzare, provvisoriamente e per esigenze di servizio, l'articolazione dell'orario di lavoro del personale addetto all'affissione.

5. - Nei giorni festivi potrà essere prevista la presenza di un operaio affissatore, dalle ore 9.00 alle ore 12.00. Nel caso di più festività consecutive la valutazione della necessità della presenza di personale addetto all'affissione è affidata al funzionario responsabile che disporrà con propria determinazione secondo le esigenze del servizio.

Art. 53

Rendiconto della gestione del servizio

1. - Trimestralmente il funzionario responsabile del servizio dovrà effettuare apposito rendiconto da sottoporre al riscontro e all'approvazione del dirigente dell'Ufficio di Ragioneria. Detto rendiconto dovrà comprendere le indicazioni, distinte per la gestione dell'imposta sulla pubblicità e per il diritto sulle pubbliche affissioni, dei seguenti elementi:

a) - numero delle riscossioni;

b) - importo introitato a mezzo di versamenti in conto corrente postale;

c) - importo introitato attraverso la riscossione diretta con l'indicazione del numero delle bollette staccate;

d) - numeri ed estremi delle partite e relativi importi non incassati, per le quali si avvia la procedura della riscossione coatta;

e) - numero ed estremi delle partite per le quali è stato disposto lo sgravio o il rimborso di imposte e diritti.

2. - Entro il 31 marzo di ciascun anno il funzionario responsabile dovrà trasmettere alla Direzione Centrale per la Fiscalità Locale una situazione riepilogativa relativa all'anno precedente corredata dei dati dei singoli trimestri.

3. - Il funzionario responsabile provvede alla compilazione dei ruoli di riscossione coatta delle partite rimaste insolute, ai sensi dell'art. 68 del D.P.R. 28.1.1988, n.43.

Art. 54

Ricevuta di pagamento

1. - La ricevuta di pagamento del bollettino postale attestante il pagamento dell'imposta di pubblicità o del diritto sulle pubbliche affissioni deve essere allegata alla D.I.A.P. o alla richiesta di inizio di pubblicità o alla richiesta di affissione.

2. - Il contribuente o il richiedente il servizio dovrà a sua volta conservare la parte di propria competenza per esibirla a richiesta degli addetti ai servizi di vigilanza. Per la pubblicità veicolare essa deve essere trattenuta in copia unitamente ai documenti di circolazione del mezzo.

Art. 55

Rateazioni

1. - Per l'imposta di pubblicità annuale il cui importo sia superiore a lire 3.000.000, è consentito il pagamento rateale in quattro rate trimestrali anticipate, senza aggravio di

interessi, scadenti il 31 gennaio 1.mo aprile - 1.mo luglio e 1.mo ottobre. Il ritardo del pagamento della rata determina l'applicazione della sanzione tributaria di cui all'art. 23 del Decreto Legislativo 15 novembre 1993, n. 507. Ove il ritardo sia superiore a quindici giorni è facoltà del funzionario responsabile richiedere la rimozione e l'oscuramento del materiale pubblicitario e revocare la facoltà del pagamento rateale.

Art. 56

Modalità del rimborso

1. - Qualora risultino versate somme non dovute, i contribuenti possono, entro il termine di due anni dal giorno in cui è stato effettuato il pagamento, richiedere al Comune, con istanza motivata e diretta al funzionario responsabile del servizio, la restituzione della somma allegando alla richiesta copia della ricevuta del versamento.
2. - Il funzionario responsabile del servizio entro novanta giorni dalla presentazione dell'istanza provvede al rimborso, ovvero, al rigetto motivato dell'istanza stessa.
3. - Ogni rimborso di imposta o diritto sarà effettuato dal funzionario responsabile del servizio a mezzo di appositi bollettari madre-figlia, numerati progressivamente su base annuale, preventivamente bollati e vidimati dal Segretario Comunale.
4. - Eventuali richieste di integrazioni o chiarimenti sospendono il termine di cui al precedente comma 2 che tornerà a decorrere dalla data di integrazione della documentazione.
5. - Sulle somme rimborsate saranno corrisposti gli interessi in misura del sette per cento per ogni semestre compiuto dalla data dell' eseguito pagamento.

Art. 57

Norme finali e transitorie

1. - Il Comune si riserva la facoltà di modificare le disposizioni del presente regolamento, nel rispetto delle vigenti norme che regolano la materia, dandone comunicazione agli utenti mediante pubblicazioni all'Albo Pretorio del Comune e alla Direzione Centrale della Fiscalità Locale del Ministero delle Finanze.
2. - A norma dell'art. 22 della legge 7 agosto 1990, n. 241, copia del presente regolamento sarà tenuta a disposizione del pubblico perché possa prenderne visione in qualsiasi momento.

ALLEGATI:

- a) Tariffe.**SOPPRESSO**
- b) Criteri per la realizzazione del piano generale degli impianti.**SOPPRESSO**
- c) Disposizioni per l'installazione di insegne d'esercizio.