



Comune di Villa Castelli

Provincia di Brindisi



REGOLAMENTO COMUNALE PER LA DISCIPLINA DELLA PUBBLICITA' E DELLE PUBBLICHE AFFISSIONI

Approvato con deliberazione di Consiglio Comunale n.14 dell'1/06/2009

INDICE

CAPO PRIMO – DISPOSIZIONI GENERALI

- Art. 1 Oggetto del regolamento
- Art. 2 Classificazione del Comune
- Art. 3 Gestione del servizio
- Art. 4 Funzionario Responsabile

CAPO SECONDO – IMPIANTI PER LA PUBBLICITA' E LE PUBBLICHE AFFISSIONI

- Art. 5 Tipologia degli impianti pubblicitari e delle affissioni
- Art. 6 Quantità degli impianti pubblicitari
- Art. 7 Superficie degli impianti per le pubbliche affissioni
- Art. 8 Piano Generale degli Impianti – Criteri
- Art. 9 Ripartizione per gli impianti per le pubbliche affissioni
- Art. 10 Impianti privati per affissioni dirette
- Art. 11 Spazi o impianti per le affissioni su beni privati
- Art. 12 Pubblicità effettuata su beni di proprietà comunale

CAPO TERZO – IMPOSTA COMUNALE SULLA PUBBLICITA'

- Art. 13 Oggetto dell'imposta
- Art. 14 Soggetto passivo dell'imposta
- Art. 15 Soggetto attivo dell'imposta
- Art. 16 Autorizzazione
- Art. 17 Responsabilità, decadenza e revoca dell'autorizzazione
- Art. 18 Domanda e documentazione
- Art. 19 Non necessità dell'autorizzazione
- Art. 20 Limitazioni e divieti per l'installazione di pubblicità sulle strade
- Art. 21 Pubblicità effettuata in difformità a leggi e regolamenti
- Art. 22 Materiale pubblicitario abusivo
- Art. 23 Anticipata rimozione o spostamento dei mezzi pubblicitari
- Art. 24 Obbligo della dichiarazione
- Art. 25 Modalità di applicazione dell'imposta
- Art. 26 Determinazione e calcolo dell'imposta
- Art. 27 Tariffe
- Art. 28 Maggiorazione di imposta
- Art. 29 Riduzioni dell'imposta
- Art. 30 Pagamento dell'imposta
- Art. 31 Rettifica ed accertamento d'ufficio
- Art. 32 Riscossione coattiva dell'imposta
- Art. 33 Rimborsi
- Art. 34 Esenzioni dall'imposta
- Art. 35 Esclusioni dall'imposta

CAPO QUARTO – DIRITTO SULLE PUBBLICHE AFFISSIONI

- Art. 36 Istituzione e finalità del servizio
- Art. 37 Soggetto passivo
- Art. 38 Modalità per le Pubbliche Affissioni
- Art. 39 Tariffe
- Art. 40 Riduzioni del diritto
- Art. 41 Pagamento del diritto – Recupero di Somme
- Art. 42 Esenzioni dal diritto

CAPO – DISPOSIZIONI FINALI

- Art. 43 Norme di rinvio
- Art. 44 Norme finali e transitorie

Allegato A – PIANO GENERALE IMPIANTI PUBBLICITARI (criteri di carattere generale)

CAPO PRIMO DISPOSIZIONI GENERALI

Art. 1

Oggetto del regolamento

1. Il presente regolamento disciplina l'applicazione dell'imposta sulla pubblicità e la gestione del servizio delle pubbliche affissioni e del relativo diritto, ai sensi del Decreto Legislativo 15 novembre 1993 n. 507 e stabilisce le modalità di effettuazione della pubblicità, delle pubbliche affissioni e quant'altro richiesto dall'art. 3, del Decreto Legislativo precitato.

2. Agli effetti del presente regolamento si intendono rispettivamente:

- per "imposta" l'imposta comunale sulla pubblicità;
- per "diritto" il diritto sulle pubbliche affissioni;
- per "decreto" il Decreto Legislativo 15 novembre 1993 n. 507.

Art. 2

Classificazione del Comune

1. Ai fini della determinazione delle tariffe dell'imposta e del diritto, il Comune di VILLA CASTELLI ai sensi dell'art. 2 del Decreto appartiene alla V^a classe.

Art. 3

Gestione del servizio

1. Il servizio per l'accertamento e la riscossione della imposta sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni è di esclusiva competenza comunale ed è gestito in forma diretta.

2. Il Consiglio Comunale, con apposita deliberazione, potrà determinare altre forme di gestione, quali:

- 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.

3. Nel caso in cui venga prescelta una delle forme di cui alle lettere a) o b) del secondo comma del presente articolo, con la stessa deliberazione sarà approvato, rispettivamente, lo statuto o il capitolato.

4. Il concessionario subentra al Comune in tutti i diritti ed obblighi inerenti la gestione del servizio ed è tenuto a provvedere a tutte le spese occorrenti, ivi comprese quelle per il personale impiegato. In ogni caso, è fatto divieto al concessionario di emettere atti o effettuare riscossioni successivamente alla scadenza della concessione.

Art. 4

Funzionario Responsabile

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

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

CAPO SECONDO

IMPIANTI PER LA PUBBLICITA' E PUBBLICHE AFFISSIONI

Art. 5

Tipologia degli impianti pubblicitari e delle affissioni

1. Agli effetti del presente regolamento s'intendono impianti pubblicitari sia quelli così definiti dal Codice della Strada sia tutti i restanti mezzi comunque utilizzati per l'effettuazione della pubblicità visiva e delle affissioni, ad eccezione delle insegne su fabbricato.

2. La tipologia, la quantità e le caratteristiche degli impianti pubblicitari da esporre nel territorio comunale, sono disciplinate dal relativo Piano generale degli impianti pubblicitari che prevede la distribuzione degli impianti su tutto il territorio comunale con riguardo alle esigenze di carattere sociale, alla concentrazione demografica ed economica, alla tutela ambientale e paesaggistica, alla valutazione della viabilità e del traffico. Oggetto del piano generale degli impianti sono tutti i manufatti finalizzati alla pubblicità ed alla propaganda di prodotti, attività ed opinioni, ad eccezione delle insegne su fabbricato, la cui esposizione è disciplinata dal Regolamento edilizio.

3. La tipologia e le caratteristiche degli impianti fissi per le affissioni, in attesa di essere rivedute ed armonicamente sono inserite nel Piano generale degli impianti pubblicitari.

Art. 6

Quantità degli impianti pubblicitari

1. La quantità degli impianti pubblicitari che possono essere installati nel territorio del Comune, ad eccezione delle insegne, è indicata nell'allegato A al presente regolamento del quale costituisce parte integrante.

2. La quantità e la distribuzione nel territorio delle insegne è determinata dalle richieste avanzate dagli interessati, singoli od associazioni, nonché dalla distribuzione territoriale degli esercizi, delle licenze e delle attività economiche in genere.

Art. 7

Superficie degli impianti per le pubbliche affissioni

1. La superficie complessiva degli impianti da adibire alle pubbliche affissioni, con riferimento alla popolazione di circa 9059 unità registrata al 31/12/2008 non deve essere inferiore a mq. 180 corrispondenti a 20 mq. per ogni mille abitanti.

2. La superficie destinata alle pubbliche affissioni non può essere superiore a mq. 275 con la possibilità di un ulteriore incremento del 10%, pari ad una superficie totale di 300 mq.

Art. 8

Piano Generale degli Impianti – Criteri

1. Il "Piano Generale degli Impianti" dovrà prevedere la distribuzione degli impianti pubblicitari, (escluse le insegne) nonché degli impianti per le pubbliche affissioni e per le affissioni dirette su tutto il territorio Comunale.

2. I criteri a cui si dovrà fare riferimento per la stesura di un piano generale sono i seguenti:

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

- b) il piano dovrà tener conto e, quindi rispettare, l'attuale contesto urbanistico, con le sue esigenze di carattere storico, ambientale ed estetico;
- c) il piano (nella sua stesura) dovrà tener conto delle esigenze effettive, riscontrabili presso gli uffici competenti nonché di concrete esigenze di sviluppo, per soddisfare le richieste di carattere commerciale e socio-culturale;
- d) la stesura del piano dovrà altresì salvaguardare, rispettare ed armonizzarsi alle norme del Codice della Strada (D.Lgs 30 aprile 1992 n. 285 -D.Lgs. 10 settembre 1993 n. 360) al regolamento di esecuzione e attuazione dello stesso (D.P.R. 16 dicembre 1992 n. 495), al regolamento di polizia municipale e traffico.

3. Il Piano Generale degli Impianti può essere adeguato o modificato entro il 31 dicembre di ciascun anno, con decorrenza dall'anno successivo, per effetto delle variazioni intervenute nella consistenza demografica del Comune, dell'espansione dei centri abitati, dello sviluppo della viabilità e di ogni altra causa rilevante che viene illustrata nella motivazione del provvedimento di modifica.

Art. 9

Ripartizione degli impianti per le pubbliche affissioni

1. La superficie complessiva degli impianti per le pubbliche affissioni è destinata per il 35 per cento alle affissioni di natura istituzionale, sociale o comunque prive di rilevanza economica da individuare con apposito contrassegno e per 65 per cento alle affissioni di natura commerciale.

2. La superficie di cui sopra destinata alle affissioni di natura istituzionale, sociale o comunque prive di rilevanza economica è da intendersi come tetto massimo; pertanto, l'eventuale parte inutilizzata per lo scopo predetto potrà essere destinata, per esigenze di servizio, anche per le affissioni di natura commerciale effettuate dal servizio comunale.

3. Ai fini della ripartizione di cui al precedente comma si considerano di rilevanza economica i messaggi diffusi nell'esercizio di una attività allo scopo di promuovere la domanda di beni o servizi, ovvero finalizzati a migliorare l'immagine del soggetto pubblicizzato.

4. Il Comune destina a proprio uso esclusivo il 10 per cento degli spazi destinati alle affissioni di natura istituzionale così come previsti nel piano generale degli impianti, individuati da apposito contrassegno, nei quali saranno affissi soltanto manifesti e comunicati del Comune.

5. Il Comune destina il 5% dello spazio indicato al comma 1 del presente articolo per l'affissione di manifesti politici al di fuori dei periodi elettorali secondo le modalità indicate in apposito regolamento.

Art. 10

Impianti privati per affissioni dirette

1. Il Comune attribuisce a soggetti privati, diversi dal concessionario del pubblico servizio, la possibilità di collocare sul territorio comunale impianti pubblicitari per l'affissione diretta di manifesti e simili, nei limiti di n. 10 pannelli delle dimensioni massime di metri 3 x 6 e tipologia stabilita nell'allegato A al presente regolamento, mediante apposita concessione.

2. La concessione è disciplinata da una apposita convenzione (il cui schema è approvato dalla Giunta Municipale) nella quale dovranno essere precisati il numero e la ubicazione degli impianti da installare, la durata della concessione, il relativo canone annuo dovuto al Comune e tutte le altre condizioni necessarie per un corretto rapporto in ordine a spese, modalità e tempi di installazione, manutenzione, responsabilità per eventuali danni, rinnovo e revoca della concessione.

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

Art. 11

Spazi o impianti per le affissioni su beni privati

1. Gli spazi o impianti da destinare alle pubbliche affissioni sono individuati nel Piano Generale degli impianti anche su immobili di proprietà privata, previo consenso dei rispettivi proprietari.

2. Gli assiti, gli steccati, le impalcature, i ponti fissi o sospesi, ivi compresi quelli intorno ai cantieri edili, sono in uso esclusivo al Servizio Comunale delle Pubbliche Affissioni, fatte salve le eventuali esigenze delle attività di cantiere.

3. L'uso esclusivo degli spazi di cui ai commi precedenti, non comporta alcun compenso o indennità a favore dei proprietari.

Art. 12

Pubblicità effettuata su beni di proprietà comunale

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

CAPO TERZO

IMPOSTA COMUNALE SULLA PUBBLICITA'

Art. 13

Oggetto dell'imposta

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

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

Art. 14

Soggetto passivo dell'imposta

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

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

Art. 15

Soggetto attivo dell'imposta

1. L'imposta è dovuta al Comune nel cui territorio è effettuata (art. 1 del decreto).

2. Nel caso di pubblicità effettuata con veicoli, l'imposta è dovuta:

- a) per veicoli adibiti ad uso pubblico (taxi) al Comune che ha rilasciato la licenza di esercizio (art. 13, comma 2, del decreto);
- b) per veicoli adibiti a servizi di linea interurbana, nella misura della metà a ciascuno dei comuni in cui ha inizio e fine la corsa (art. 13, comma 2, del decreto);
- c) per veicoli adibiti ad uso privato, al Comune in cui il proprietario del veicolo ha la residenza anagrafica o la sede (art. 13, comma 2, del decreto);
- d) per veicoli di proprietà di una impresa o adibiti ai trasporti per suo conto, per pubblicità effettuata per conto proprio, 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 di successiva immatricolazione, hanno in dotazione detti veicoli (art. 13, comma 3, del decreto);

3. Nel caso di pubblicità effettuata da aeromobili l'imposta è dovuta a ciascun Comune sul cui territorio viene eseguita, compresa quella eseguita su specchi d'acqua e fasce marittime limitrofi al territorio comunale (art. 15, comma 2, del decreto).

Art. 16 Autorizzazione

1. Chiunque intende installare o modificare insegne, targhe, fregi, pannelli, cartelli, scritte su tende, lampade, stendardi, globi o qualsiasi altra forma pubblicitaria, sia a carattere permanente che temporanea, non comprese nelle tipologie di cui al successivo art. 19, anche se esente da imposta, deve ottenere, preventivamente la relativa autorizzazione Comunale.

2. Il Responsabile dell'ufficio Tributi, competente al rilascio dell'autorizzazione, acquisiti i necessari pareri, decide sul rilascio dell'autorizzazione o sul rigetto della domanda entro il termine di 30 giorni (elevabili a massimo 90 giorni, a seconda dell'istruttoria necessaria) dalla presentazione della richiesta.

3. Qualora la predetta pubblicità venga richiesta per zone e luoghi soggetti a vincolo paesaggistico-ambientale Legge n.1497/39 Legge n. 431/85 e successive modificazioni e vincolo storico-architettonico Legge n.1039/39, l'autorizzazione potrà essere rilasciata solo dopo il parere espresso dal Responsabile del Servizio Urbanistico.

4. L'autorizzazione e la ricevuta di pagamento dell'imposta dovranno essere conservate con l'obbligo di esibirle ad ogni richiesta della polizia municipale nonché di altro personale autorizzato dell'Amministrazione Comunale.

5. L'esposizione del mezzo pubblicitario potrà avvenire a seguito del rilascio della presente autorizzazione e solo previo pagamento dell'imposta dovuta.

6. L'installazione di cartelloni, frecce, pannelli stradali e mezzi simili, nel territorio comunale in forma temporanea o permanente, è subordinata al preventivo ottenimento dell'autorizzazione prevista dal presente articolo, da richiedersi con le modalità ed in conformità a quanto previsto dall'articolo 18 del Regolamento.

7. Lungo le strade, nell'ambito ed in prossimità di luoghi sottoposti a vincoli a tutela di bellezze naturali e paesaggistiche o di edifici o di luoghi di interesse storico artistico è vietato collocare cartelli ed altri mezzi pubblicitari ai sensi dell'art.23 comma 3 D.lgs. 285/92.

8. Limitatamente alle strade statali e provinciali alla domanda dovrà sempre essere allegato il nulla osta dell'ente proprietario della strada.

Art. 17 Responsabilità, decadenza e revoca dell'autorizzazione

1. Rimangono salve ed impregiudicate tutte le azioni e sanzioni stabilite dalle leggi vigenti in ordine alle posizioni abusive di pubblicità.

2. La responsabilità per eventuali danni a cose o persone conseguenti all'installazione di mezzi pubblicitari sono a completo carico dei soggetti di cui all'art. 14 del regolamento.

3. L'Amministrazione Comunale qualora ne ravvisi la necessità, si riserva la possibilità di richiedere ai soggetti di cui sopra la stipula di un'adeguata polizza assicurativa per la responsabilità civile.

4. L'autorizzazione decadrà quando:

- a) non vengano osservate le prescrizioni in essa contenute ed alle quali è subordinata
- b) non venga attivato l'oggetto dell'autorizzazione entro il termine di 120 giorni dalla data del suo rilascio, salvo proroga su richiesta degli interessati
- c) nel caso in cui vengano a mancare le condizioni previste per il rilascio dell'autorizzazione.

Art. 18

Domanda e documentazione

1. Per ottenere l'autorizzazione prevista dal precedente articolo 16, gli interessati devono presentare apposita domanda in carta legale diretta al Dirigente competente al rilascio dell'autorizzazione stessa.
2. La domanda dovrà contenere le seguenti indicazioni:
 - a) generalità, residenza e codice fiscale o partita IVA del richiedente e dichiarazione dell'attività autorizzata o svolta;
 - b) via o piazza e numero civico o localizzazione relativa alla collocazione o trasformazione della pubblicità;
 - c) ragione sociale e sede legale della ditta installatrice, nonché il relativo numero di codice fiscale o partita IVA o di iscrizione alla CCIAA.
3. Alla domanda devono essere allegati:
 - a) documentazione fotografica dalla quale si possa desumere il luogo esatto ove il mezzo pubblicitario verrà collocato, le sue caratteristiche i materiali impiegati, la sua posizione in relazione all'edificio specifico e all'ambiente circostante, nonché il contesto architettonico del quale l'edificio fa parte
 - b) documentazione tecnica dalla quale risultino un prospetto e una sezione quotati (scala 1:200) comunque tale da rendere leggibile il grafico, gli ingombri e le dimensioni massime e l'aspetto stesso in relazione al luogo di inserimento o parte di facciata che viene ad interessare
 - c) relazione tecnica illustrativa in riferimento a quanto sopra disposto contenente anche le caratteristiche tecniche relative ai colori ed all'eventuale illuminazione del mezzo pubblicitario.
4. Nulla osta del proprietario dell'immobile o del terreno su cui dovrà essere installata la pubblicità.
5. Ogni domanda dovrà riferirsi ad una sola attività industriale, artigianale, professionale o di servizi, ma potrà comprendere più mezzi pubblicitari della stessa attività.
6. Copia dell'autorizzazione rilasciata dovrà essere trasmessa al concessionario del servizio o all'ufficio tributi in caso di gestione diretta ai fini del controllo dei tributi relativi.
7. Per quanto non previsto al presente regolamento può essere stipulato apposito disciplinare da sottoscrivere con i richiedenti al momento del rilascio dell'autorizzazione, nei modi e nei termini di legge.

Art. 19

Non necessità dell'autorizzazione

1. Per le forme pubblicitarie rientranti nelle fattispecie di seguito elencate non è necessaria l'autorizzazione di cui all'art. 16 del regolamento:
 - a) pubblicità effettuata con veicoli di qualsiasi specie;
 - b) iscrizioni pubblicitarie da eseguirsi su veicoli, su cartelli di negozi, sulle maniglie, gli zerbini, i pavimenti e cose simili;
 - c) pubblicità temporanea relativa alla vendita e locazione di immobili inferiori a mezzo metro quadrato;
 - d) pubblicità temporanea relativa a vendita e locazione di immobili delle dimensioni massime di mq.1 da calcolarsi sulle pareti o ponteggi dell'immobile stesso;
 - e) pubblicità temporanea su ponteggi o su recinzioni di cantieri o su baracche e attrezzature di cantieri;

- f) pubblicità ordinaria anche luminosa o illuminata, effettuata all'interno dei luoghi aperti al pubblico anche se visibile all'esterno, salvo che interessi edifici o superfici scoperte soggette a vincolo o a condizione che non interessi l'area di ingresso di detti luoghi o ne costituisca l'insegna principale
- g) pubblicità effettuata a mezzo di aereomobili.
- h) pubblicità collocate all'interno delle vetrine, senza interessare i cristalli o effettuate con dispositivi elettrici o elettronici luminosi o illuminati, inferiori a mezzo metro quadrato a condizioni che non siano su questi reclamate le ragioni sociali;
- i) pubblicità effettuata con proiezioni in locali aperti al pubblico;
- l) pubblicità in forma ambulante;
- m) pubblicità sonora nelle forme previste;

2. Per tali forme pubblicitarie è prevista una semplice comunicazione indicante la fattispecie pubblicitaria e la superficie.

Art. 20

Limitazioni e divieti per l'installazione di pubblicità sulle strade

1. Per la pubblicità sulle strade e sui veicoli si applicano le disposizioni dell'art.23 del Codice della strada D.Lgs. 30/4/92 n.285 e degli articoli dal 47 al 59 di cui al titolo II, punto 3 del regolamento di esecuzione e di attuazione del nuovo codice della strada 16/12/1992 n.495 e successive modificazioni.

2. L'installazione di cartelli frecce, pannelli stradali, e mezzi similari è comunque soggetta all'autorizzazione di cui all'art.16.

3. La pubblicità sonora da posto fisso o con veicoli, esclusa quella consentita dal precedente art.19, è limitata a casi eccezionali da autorizzare di volta in volta e per tempi ed orari limitati da parte del Comando di Polizia Municipale, che provvederà anche ad indicare le relative ore di esecuzione e, nel caso di veicoli, il percorso da seguire. Essa è comunque vietata nelle parti di piazze, strade e vie adiacenti agli ospedali, alle case di cura e di riposo.

4. La distribuzione ed il lancio di materiale pubblicitario nei luoghi pubblici, nonché l'apposizione di volantini o simili sulle auto in sosta, sono vietati ai sensi della normativa vigente.

5. La pubblicità a mezzo di aeromobili è consentita soltanto in occasione di manifestazioni sportive ed unicamente nei luoghi dove queste si svolgono. Eccezionalmente, in altre occasioni, dovrà essere autorizzata e disciplinata direttamente dall'Amministrazione comunale.

Art. 21

Pubblicità effettuata in difformità a leggi e regolamenti

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

2. L'avvenuto pagamento dell'imposta non esime l'interessato dall'obbligo di premunirsi di tutti i permessi, autorizzazioni o concessioni, relativi all'effettuazione della pubblicità, qualunque sia la manifestazione pubblicitaria.

3. Il Comune, nell'esercizio della facoltà di controllo può provvedere in qualsiasi momento a far rimuovere il materiale abusivo con le modalità indicate nell'art. 22 del presente regolamento.

Art. 22

Materiale pubblicitario abusivo

1. Sono considerate abusive le varie forme di pubblicità esposte senza la prescritta autorizzazione preventiva, ovvero risultanti non conformi alle condizioni stabilite dalla autorizzazione sia per forma, contenuto, dimensioni, sistemazione ed ubicazione, nonché le affissioni eseguite fuori dei luoghi a ciò destinati ed approvati dal Comune.

2. Similmente è considerata abusiva ogni variazione non autorizzata, apportata alla pubblicità in opera.

3. Sono altresì considerate abusive le pubblicità e le affissioni per le quali siano state omesse le prescritte dichiarazioni ed i dovuti pagamenti.

4. La pubblicità abusiva ai sensi dei precedenti commi è immediatamente coperta, dal comune o dal concessionario, in modo che sia privata di efficacia pubblicitaria; il Comune ne dispone la rimozione dandone avviso all'interessato, con diffida a provvedere alla rimozione ed al ripristino dell'immobile occupato entro il termine nell'avviso stesso stabilito.

Nel caso di inottemperanza all'ordine di rimozione e di ripristino dei luoghi entro il termine stabilito, il Comune provvede d'ufficio, addebitando ai responsabili le spese sostenute.

5. Le affissioni abusive sono immediatamente rimosse o coperte dal comune o dal concessionario.

6. Indipendentemente dalla procedura di rimozione degli impianti, sono applicate le sanzioni amministrative di cui all'art. 43 del presente regolamento e, il Comune o il Concessionario del servizio, provvede all'accertamento d'ufficio dell'imposta o del diritto dovuto per il periodo di esposizione abusiva.

Art. 23

Anticipata rimozione o spostamento dei mezzi pubblicitari

1. Il Responsabile del Servizio Tributi competente ha facoltà di ordinare la rimozione o lo spostamento di qualsiasi mezzo pubblicitario, quando ciò sia imposto da esigenze di sicurezza o di viabilità, da cause di forza maggiore o da necessità estetiche ed ambientali.

2. Nel caso di rimozione del mezzo pubblicitario, ordinata dall'Amministrazione Comunale prima della scadenza del termine stabilito nell'atto di autorizzazione, il titolare dell'impianto avrà diritto unicamente al rimborso della quota di imposta già corrisposta per il periodo di mancato godimento, escluso ogni altro rimborso, compenso o indennità.

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

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

Art. 24

Obbligo della dichiarazione

1. Prima di iniziare la pubblicità l'interessato è tenuto a presentare, al Comune (in caso di gestione diretta) o al Concessionario (in caso di gestione in concessione), apposita dichiarazione, anche cumulativa, esclusivamente su modello messo a disposizione dal comune o dal concessionario; la dichiarazione deve contenere oltre ai dati personali del richiedente (nome e

cognome o ragione sociale, codice fiscale, luogo e data di nascita, domicilio fiscale) le caratteristiche e la durata della pubblicità, l'ubicazione dei mezzi pubblicitari utilizzati. Nonchè tutte le altre notizie utili ai fini dell'esatta applicazione dell'imposta del presente regolamento.

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

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

4. Qualora si tratti di forme pubblicitarie soggette a preventiva autorizzazione di cui all'art.16 il contribuente deve avere prima acquisito detta autorizzazione.

Art. 25

Modalità di applicazione dell'imposta

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

a. art. 12 - comma 1 del D. Lgs. n. 507/93 - pubblicità effettuata mediante insegne, cartelli, locandine, targhe, standardi o qualsiasi altro mezzo non previsto dai commi successivi;

- comma 3 - pubblicità effettuata mediante affissioni dirette, anche per conto altrui, di manifesti e simili su apposite strutture adibite alla esposizione di tali mezzi.

b. - art. 13 del D. Lgs. n. 507/93 - pubblicità visiva effettuata per conto proprio o altrui all'interno e all'esterno di veicoli in genere, di vetture autofilotrannviarie, battelli, barche e simili, di uso pubblico o privato, in base alla superficie complessiva dei mezzi pubblicitari installati su ciascun veicolo;

c. - art. 14 - comma 1 del D. Lgs. n. 507/93 - pubblicità effettuata per conto altrui con insegne, pannelli o altre analoghe strutture caratterizzate dall'impiego di diodi luminosi, lampadine e simili mediante controllo elettronico, elettromeccanico o comunque programmato in modo da garantire la variabilità del messaggio o la sua visione in forma intermittente, lampeggiante o similare, indipendentemente dal numero dei messaggi.

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

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

a. art. 14 - comma 4 del D. Lgs. n. 507/93 - pubblicità in luoghi pubblici o aperti al pubblico mediante diapositive, proiezioni luminose o cinematografiche su schermi o pareti riflettenti: l'imposta è applicata per giorno, indipendentemente dal numero dei messaggi e dalla superficie adibita alla proiezione;

b. - art. 15 - comma 1 del D. Lgs. n. 507/93 - pubblicità con striscioni o altri mezzi simili che attraversano strade o piazze: l'imposta è dovuta per ciascun metro quadrato e per ogni periodo di esposizione di 15 giorni o frazione con la tariffa per la pubblicità ordinaria, senza l'applicazione delle maggiorazioni per grande formato;

- comma 2 - per la pubblicità effettuata da aeromobili mediante scritte, striscioni, disegni fumogeni, lancio di oggetti o manifestini, ivi compresa quella eseguita su specchi d'acqua e fasce marittime limitrofi al territorio comunale: l'imposta è dovuta per ogni giorno o frazione, indipendentemente dai soggetti pubblicizzati;

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

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

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

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

- a) pubblicità di cui al comma 1 punto a) del presente articolo (art. 12, comma 2, del decreto);
- b) pubblicità di cui al comma 1 punto c) del presente articolo (art. 14, comma 2, del decreto).

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

- a) pubblicità di cui all'art 14, comma 1, del decreto se effettuata per conto propri dall'impresa, (art. 14, comma 3, del decreto)
- b) pubblicità di cui all'art. 14, comma 4, del decreto, di durata superiore a 30 giorni, a decorrere dal trentunesimo giorno.

Art. 26

Determinazione e calcolo dell'imposta

1. L'imposta sulla pubblicità si determina in base alla superficie della minima figura piana geometrica in cui è circoscritto il mezzo pubblicitario indipendentemente dal numero dei messaggi in esso contenuti.

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

3. Per i mezzi pubblicitari, compresi gli impianti destinati alle affissioni dirette

- a) bifacciali - l'imposta è calcolata in base alla superficie risultante, singolarmente, da ciascuna faccia adibita alla pubblicità.
- b) polifacciali- l'imposta è calcolata in base alla superficie risultante, complessivamente, da tutte le facce adibite alla pubblicità.

4. Per i mezzi pubblicitari aventi dimensioni volumetriche, l'imposta è calcolata in base alla superficie complessiva risultante dallo sviluppo del minimo solido geometrico in cui può essere circoscritto il mezzo stesso.

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

Art. 27

Tariffe

1. Per ogni forma di pubblicità è dovuta, al comune o al concessionario, una imposta nella misura risultante dalle tariffe deliberate a norma del decreto, con le maggiorazioni, le riduzioni e le esenzioni di cui agli articoli 7, 16 e 17 del richiamato decreto legislativo.

2. Le tariffe dell'imposta sulla pubblicità sono deliberate entro la data fissata dalle norme statali per la deliberazione del bilancio di previsione. Detta deliberazione, anche se approvata successivamente all'inizio dell'esercizio purchè entro il termine indicato in precedenza, hanno effetto dal 1° gennaio dell'anno di riferimento. In caso di mancata approvazione entro il suddetto termine le tariffe si intendono prorogate anno per anno.

Art. 28 **Maggiorazione di imposta**

1. Le maggiorazioni di imposta a qualunque titolo previste sono cumulabili e devono essere applicate alla tariffa base (art. 7, comma 6, del decreto).

Maggiorazioni relative al tipo di pubblicità'

2. La tariffa di imposta è maggiorata del 100 per cento qualora la pubblicità di cui agli artt. 12 e 13 del decreto (pubblicità ordinaria e pubblicità effettuata con veicoli) venga effettuata in forma luminosa o illuminata (art. 7, comma 7, del decreto).

3. La tariffa di imposta è maggiorata del 100 per cento per i veicoli circolanti con rimorchio (art. 13, comma 3, del decreto).

Maggiorazioni relative alle dimensioni

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

- a) pubblicità di cui all'art. 12 comma 1, del decreto - insegne, cartelli, locandine, targhe, standardi, etc.

comma 3 - affissioni dirette, anche per conto altrui, di manifesti e simili su apposite strutture.

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

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

- a) pubblicità di cui al comma 4 punto a) del presente articolo (art. 12, comma 4, del decreto).

- b) pubblicità di cui al comma 4 punto b) del presente articolo (art. 13, comma 1 secondo periodo, del decreto).

Art. 29 **Riduzioni dell'imposta**

1. Le riduzioni di imposta non sono cumulabili (art. 7, comma 6 del decreto).

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

- a) per la pubblicità effettuata da comitati, associazioni, fondazioni ed ogni altro ente che non abbia scopo di lucro;

- b) per la pubblicità relativa a manifestazioni politiche, sindacali e di categoria, culturali, sportive, filantropiche e religiose, da chiunque realizzate, con il patrocinio o la partecipazione degli enti pubblici territoriali;

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

Art. 30

Pagamento dell'imposta

1. Il pagamento dell'imposta deve essere effettuato mediante versamento a mezzo di conto corrente postale intestato al comune ovvero, in caso di affidamento in concessione, al suo concessionario, con arrotondamento all'euro per difetto se la frazione inferiore a 49 centesimi ovvero per eccesso se superiore a detto importo.

2. Per la pubblicità relativa a periodi inferiori all'anno solare l'imposta deve essere corrisposta in unica soluzione; per la pubblicità annuale l'imposta può essere corrisposta in rate trimestrali anticipate qualora sia di importo superiore a euro 1.549,37.

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

Art. 31

Rettifica ed accertamento d'ufficio

1. Il Comune procede a rettifica o ad accertamento d'ufficio notificando al contribuente, anche a mezzo posta con raccomandata con avviso di ricevimento, apposito avviso motivato entro il 31 dicembre del 5° anno successivo a quello in cui la dichiarazione o il versamento sono stati o avrebbero dovuto essere effettuati. Entro gli stessi termini devono essere contestati o irrogate le sanzioni amministrative tributarie a norma degli articoli 16 e 17 D.lgs. 472/97.

2. Gli avvisi di accertamento sono sottoscritti dal funzionario designato dal comune per l'organizzazione e la gestione dell'imposta, ovvero, nel caso di gestione in concessione, da un rappresentante del concessionario.

Art. 32

Riscossione coattiva dell'imposta

1. La riscossione coattiva dell'imposta può essere effettuata secondo le disposizioni di cui al D.P.R. 602/73 se la riscossione sarà affidata all'Agente di riscossione oppure con le modalità stabilite dal regio decreto n. 639/1910 e successive modifiche ed integrazioni.

2. Il relativo titolo esecutivo deve essere notificato a pena di decadenza entro il 31 dicembre del 3° anno successivo a quello in cui l'accertamento è divenuto definitivo.

Art. 33

Rimborsi

1. Il contribuente può richiedere la restituzione delle somme versate non dovute mediante apposita istanza. Il rimborso delle somme versate non dovute deve essere richiesto dal contribuente entro il termine di cinque anni dal giorno del versamento ovvero da quello in cui è stato accertato il diritto alla restituzione. Il Comune provvede ad effettuare il rimborso entro 180 giorni.

Art. 34 Esenzioni dall'imposta

1. Sono esenti dall'imposta:

- a) la pubblicità realizzata all'interno dei locali adibiti alla vendita di beni o alla prestazione di servizi quando si riferisca all'attività negli stessi esercitata, nonché i mezzi pubblicitari, ad eccezione delle insegne, esposti nelle vetrine e sulle porte di ingresso dei locali medesimi purché siano attinenti all'attività in essi esercitata e non superino, nel loro insieme, la superficie complessiva di mezzo metro quadrato per ciascuna vetrina o ingresso;
- b) gli avvisi al pubblico esposti nelle vetrine o sulle porte di ingresso dei locali, o in mancanza nelle immediate adiacenze del punto di vendita, relativi all'attività svolta, nonché quelli riguardanti la localizzazione e l'utilizzazione dei servizi di pubblica utilità, che non superino la superficie di mezzo metro quadrato 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 di 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 comunque effettuata in via esclusiva dallo Stato e dagli enti pubblici territoriali;
- g) 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;
- h) 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.

- l) l'imposta non è dovuta per le insegne di esercizio di attività commerciali e di produzione di beni o servizi che contraddistinguono la sede ove si svolge l'attività cui si riferiscono, di superficie complessiva fino a 5 metri quadrati (comma 1/bis dell'art. 17 del Decreto).

Art. 35 Esclusioni dall'imposta

1. Non si fa luogo ad applicazione di imposta per la pubblicità effettuata per conto proprio su veicoli di proprietà dell'impresa, o adibiti ai trasporti per suo conto, quando questa è limitata alla sola indicazione del marchio, della ragione sociale e dell'indirizzo dell'impresa, purché sia apposta non più di due volte e ciascuna iscrizione non sia di superficie superiore a mezzo metro quadrato (art. 13, comma 4, del decreto).

2. Non si fa luogo ad applicazione di imposta per superfici inferiori a trecento centimetri quadrati (art. 7, comma 2, del decreto).

CAPO QUARTO

DIRITTO SULLE PUBBLICHE AFFISSIONI

Art. 36

Istituzione e finalità del servizio

1. E' istituito, in tutto il territorio comunale, verso il corrispettivo di diritti, in relazione al disposto dell'art. 18, comma 2, del decreto il servizio delle "Pubbliche Affissioni".

2. Il servizio delle pubbliche affissioni è inteso a garantire specificatamente l'affissione, a cura del Comune, in appositi impianti a ciò destinati, di manifesti di qualunque materiale costituiti, contenenti comunicazioni aventi finalità istituzionali, sociali o comunque prive di rilevanza economica, ovvero di messaggi diffusi nell'esercizio di attività economiche.

Art. 37

Soggetto passivo

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

Art. 38

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. I committenti devono consegnare o far pervenire, franco di ogni spesa, all'ufficio competente il quantitativo di manifesti da affiggere e provvedere contemporaneamente al versamento dei relativi diritti, restando ad esclusivo carico degli utenti l'obbligo di munirsi delle ulteriori autorizzazioni o concessioni eventualmente previste da altre leggi o regolamenti.

3. La richiesta di affissione, di norma, dovrà essere soddisfatta utilizzando le postazioni presenti su tutto il territorio comunale come risultanti dal Piano Generale degli Impianti.

4. La durata dell'affissione decorre dal giorno in cui è stata eseguita al completo; nello stesso giorno, su richiesta del committente, il Comune deve mettere a sua disposizione l'elenco delle posizioni utilizzate con l'indicazione dei quantitativi affissi.

5. Il ritardo nell'effettuazione delle affissioni causato dalle avverse condizioni atmosferiche si considera causa di forza maggiore. In ogni caso, qualora il ritardo sia superiore a dieci giorni dalla data richiesta, il Comune deve darne tempestiva comunicazione per iscritto al committente.

6. La mancanza di spazi disponibili nel capoluogo o in una o più frazioni deve essere comunicata al committente per iscritto entro dieci giorni dalla richiesta di affissione.

7. Nei casi di cui ai commi 4 e 5 il committente può annullare la commissione senza alcun onere a suo carico e il Comune è tenuto al rimborso delle somme versate entro novanta giorni oppure chiedere che essa venga eseguita in tempi e con modalità diverse da quelle indicate in precedenza.

8. Il committente ha facoltà di annullare la richiesta di affissione prima che venga eseguita, con l'obbligo di corrispondere in ogni caso la metà del diritto dovuto.

9. Il Comune 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 tempestivamente comunicazione al richiedente mantenendo, nel frattempo, a sua disposizione i relativi spazi.

10. Per le affissioni richieste per il giorno in cui è stato consegnato il materiale da affiggere od entro i due giorni successivi, se trattasi di affissioni di contenuto commerciale, ovvero per le ore notturne dalle 20 alle 7 o nei giorni festivi, è dovuta la maggiorazione del 10 per cento del diritto, con un minimo di € 26,00 per ciascuna commissione; nel caso che il servizio sia affidato in concessione, tale maggiorazione può, con apposita previsione del capitolato d'oneri, essere attribuita in tutto o in parte al concessionario stesso.

11. Il Comune può autorizzare le imprese di pompe funebri ad affiggere direttamente, negli spazi a ciò destinati, gli annunci funebri previa accettazione sottoscritta dai medesimi di attenersi alle condizioni poste dal Comune.

12. Gli annunci funebri sono esclusi dal pagamento del diritto di urgenza previsto dal precedente comma 10.

11. Nell'ufficio del servizio delle pubbliche affissioni devono essere esposti, per la pubblica consultazione, le tariffe del servizio, l'elenco degli spazi destinati alle pubbliche affissioni con l'indicazione delle categorie alle quali detti spazi appartengono e il registro cronologico delle commissioni.

12. Nessuna affissione può avere luogo prima del pagamento dei diritti dovuti.

13. Con la comunicazione di cui ai precedenti commi 4 e 5 dovrà essere indicato il giorno in cui l'affissione avrà luogo.

14. Il materiale abusivamente affisso fuori dagli spazi stabiliti sarà immediatamente defisso e quello negli spazi stabiliti, coperto, salvo la responsabilità, sempre solidale, a norma del presente regolamento, di colui o coloro che hanno materialmente eseguito l'affissione e della ditta in favore della quale l'affissione è stata fatta.

15. Un esemplare del manifesto o fotografia sarà trattenuto dall'ufficio per essere conservato negli archivi. Detta copia non potrà essere restituita neppure nel caso di revoca della richiesta di affissione.

16. Il richiedente e colui nell'interesse del quale l'affissione viene richiesta, restano comunque direttamente responsabili delle eventuali infrazioni di legge sia penali, che civili, che fiscali, vigenti in materia.

Art. 39 Tariffe

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

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

3. Il diritto sulle pubbliche affissioni è dovuto, per ciascun foglio di dimensioni fino a cm 70X100, nella misura stabilita per la classe del Comune dal secondo comma dell'art. 19 del D.Lgs. n. 507/1993, distintamente per i primi 10 giorni e per ogni periodo successivo di 5 giorni o frazione.

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

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

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

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

8. Qualora il committente richieda espressamente che l'affissione avvenga in determinati spazi da lui prescelti, è dovuta una maggiorazione del 100%.

9. Un esemplare della tariffa deve essere esposto nell'ufficio cui è affidato il servizio sulle pubbliche affissioni in modo che possa essere facilmente consultato da chi vi abbia interesse.

10. Le tariffe sul diritto delle pubbliche affissioni sono deliberate entro la data fissata dalle norme statali per la deliberazione del bilancio di previsione. Detta deliberazione, anche se approvata successivamente all'inizio dell'esercizio purchè entro il termine indicato in precedenza, hanno effetto dal 01 gennaio dell'anno di riferimento. In caso di mancata approvazione entro il suddetto termine le tariffe si intendono prorogate anno per anno.

Art. 40 **Riduzioni del diritto**

1. La tariffa per il servizio delle pubbliche affissioni è ridotta alla metà:
 - a) per i manifesti riguardanti in via esclusiva lo Stato e gli enti pubblici territoriali e che non rientrano nei casi per i quali è prevista l'esenzione ai sensi dell'art. 21 del decreto;
 - b) per i manifesti di comitati, associazioni, fondazioni ed ogni altro ente che non abbia scopo di lucro;
 - c) per i manifesti relativi ad attività politiche, sindacali e di categoria, culturali, sportive, filantropiche e religiose, da chiunque realizzate, con il patrocinio o la partecipazione degli enti pubblici territoriali;
 - d) per i manifesti relativi a festeggiamenti patriottici, religiosi, a spettacoli viaggianti e di beneficenza;
 - e) per gli annunci mortuari.

Art. 41 **Pagamento del diritto – Recupero di somme**

1. Il pagamento del diritto sulle pubbliche affissioni deve essere effettuato contestualmente alla richiesta del servizio secondo le modalità di cui all'art. 9 del decreto.

2. Il Comune per particolari esigenze di carattere organizzativo consente il pagamento diretto del diritto relativo ad affissioni non aventi carattere commerciale.

3. Per il recupero di somme comunque dovute a tale titolo e non corrisposte si osservano le disposizioni previste dall'art. 31 del presente regolamento.

Art. 42 **Esenzioni dal diritto**

1. Sono esenti dal diritto sulle pubbliche affissioni:
 - a) i manifesti riguardanti le attività istituzionali del Comune da esso svolte in via esclusiva, esposti nell'ambito del proprio territorio;

- b) i manifesti delle autorità militari relativi alle iscrizioni nelle liste di leva, alla chiamata ed ai richiami alle armi;
- c) i manifesti dello Stato, delle Regioni e delle Provincie in materia di tributi;
- d) i manifesti delle autorità di polizia in materia di pubblica sicurezza;
- e) i manifesti relativi ad adempimenti di legge in materia di referendum, elezioni politiche, per il parlamento europeo, regionali, amministrative;
- f) ogni altro manifesto la cui affissione sia obbligatoria per legge;
- g) i manifesti concernenti corsi scolastici e professionali gratuiti regolarmente autorizzati.
- h) I manifesti di Associazioni, Comitati, Fondazioni e di altri Enti di carattere privato, con o senza personalità giuridica, i cui statuti o atti costitutivi oltre a prevedere la residenza fiscale e legale nel Comune, prevedano anche il volontariato, l'assistenza sociale e socio sanitaria, la beneficenza, la formazione, lo sport dilettantistico, la promozione della cultura, dell'arte e del turismo locale.

2. Per i manifesti di cui alla lettera a) si fa riferimento alle attività e funzioni che il Comune esercita secondo le leggi statali e regionali, le norme statutarie, le disposizioni regolamentari e quelle che hanno per finalità la cura degli interessi e la promozione dello sviluppo della comunità, ai sensi della D.Lgs. 267/2000.

3. Per i manifesti di cui alla lettera f) il soggetto che richiede l'affissione gratuita è tenuto a precisare, in tale richiesta, la disposizione di legge per effetto della quale l'affissione sia obbligatoria.

4. Per l'affissione gratuita dei manifesti di cui alla lettera g) il soggetto richiedente deve allegare alla richiesta copia dei documenti dai quali risulta che i corsi sono gratuiti e regolarmente autorizzati dall'autorità competente.

CAPO QUINTO DISPOSIZIONI FINALI

Art. 43 Norme di rinvio

1. Per quanto non espressamente previsto nel presente regolamento valgono le disposizioni legislative di cui al Decreto Legislativo 15 novembre 1993, n. 507 e successive modifiche ed integrazioni.

2. Il Comune è tenuto a vigilare, a mezzo del Corpo di Polizia Municipale, dell'Ufficio Tecnico e del Servizio pubblicità ed affissioni, sulla corretta osservanza delle disposizioni legislative e regolamentari riguardanti l'effettuazione della pubblicità, delle affissioni dirette e delle pubbliche affissioni, richiamate o stabilite nel presente regolamento.

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

4. Per la violazione delle norme stabilite dal presente regolamento in esecuzione del decreto e di quelle stabilite nelle autorizzazioni alle installazioni degli impianti si applica la sanzione da € 103,00 a € 1.033,00. Il verbale con riportati gli estremi delle violazioni e l'ammontare della sanzione è notificato agli interessati entro 150 giorni dall'accertamento delle violazioni.

5. Per le violazioni relative alla pubblicità sulle strade e sui veicoli si applicano le sanzioni previste dall'art.23 del codice della strada D.Lgs. 285/92.

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

7. I proventi delle sanzioni amministrative, da chiunque accertate, sono dovuti al Comune. Sono dallo stesso destinati al potenziamento ed al miglioramento del servizio pubblicità e pubbliche affissioni, se gestito direttamente, all'impiantistica facente carico al comune, alla vigilanza nello specifico settore e alla realizzazione, aggiornamento, integrazione e manutenzione del piano generale degli impianti.

Art. 44 Norme finali e transitorie

1. Il presente regolamento entra in vigore dalla data di esecutività della deliberazione di Consiglio Comunale che lo ha approvato, ad esso deve essere data la massima diffusione e pubblicità a mezzo dei sistemi in uso.

2. Per quanto non previsto dal presente regolamento si applicano le disposizioni di legge vigenti.

3. Sono abrogati i precedenti regolamenti nel quale era disciplinata la presenta materia.

Allegato A

PIANO GENERALE IMPIANTI PUBBLICITARI

Capo I - Criteri generali

1. Il Piano disciplina la distribuzione degli impianti pubblicitari su tutto il territorio comunale, con riguardo alle esigenze di carattere sociale, alla concentrazione demografica ed economica, nonché alla tutela ambientale, paesaggistica, alla circolazione e al traffico.

2. Il Piano disciplina la materia concernente i mezzi pubblicitari collocati nel territorio comunale, nell'osservanza delle disposizioni di carattere generale contenute nel D.Lgs. 30/04/1992, n.285 (nuovo Codice della strada) e successive modificazioni ed integrazioni, nel relativo Regolamento di esecuzione e di attuazione, DPR 16/12/1992, n. 495, nel Piano territoriale paesistico regionale, approvato con deliberazione del Consiglio regionale n. 1338 del 28/01/1993, nel D.Lgs 15/11/1993, n.507 e successive modificazioni.

3. Esso, oltre a disciplinare la comunicazione pubblicitaria, si prefigge anche lo scopo, con riferimento all'impiantistica pubblicitaria, di tutelare i valori storico-architettonici dell'ambiente urbano e quelli paesaggistici del territorio comunale.

Capo II - Tipologie degli impianti: dimensione - localizzazione

Dimensioni dei mezzi pubblicitari e tipologie

1. I cartelli, le insegne di esercizio e gli altri mezzi pubblicitari, come definiti dal Codice della strada e dal presente Piano, se installati fuori dai centri abitati, devono rispettare i limiti dimensionali stabiliti dall'art. 48 del DPR 495/92 e successive modifiche ed integrazioni.

2. I cartelli, le insegne di esercizio e gli altri mezzi pubblicitari collocati nel centro abitato devono rispettare le dimensioni massime stabilite nel presente Piano.

3. Le tipologie dei mezzi pubblicitari si distinguono in:

Insegna di esercizio

1. E' da considerarsi "insegna di esercizio" la scritta in caratteri alfanumerici, completata eventualmente da simboli o da marchi, realizzata e supportata con materiali di qualsiasi natura, installata nella sede dell'attività a cui si riferisce o nelle pertinenze accessorie alla stessa. Può essere luminosa sia per luce propria che per luce indiretta.

2. Le insegne di esercizio si distinguono, secondo la loro collocazione, in:

- a) insegna a bandiera orizzontale (in oggetto da una costruzione);
- b) insegna a bandiera verticale (in oggetto da una costruzione);
- c) insegna frontale;
- d) insegna a tetto, o su pensilina o sulle facciate di edifici destinati ad attività produttive, del terziario o a funzioni direzionali;
- e) insegna su palina (insegna collocata su supporto proprio).

3. Sono equiparate alle insegne di esercizio, le iscrizioni che identificano l'attività o l'esercizio cui si riferiscono, realizzate con tecniche pittoriche direttamente su muro.

Preinsegna

1. Si definisce "preinsegna" la scritta in caratteri alfanumerici, completata da freccia di orientamento, ed eventualmente da simboli e da marchi, realizzata su manufatto bifacciale e bidimensionale, utilizzabile su una sola o su entrambe le facce. supportato da una idonea struttura di sostegno, finalizzata alla pubblicizzazione direzionale della sede dove si esercita una determinata attività ed installata in modo da facilitare il reperimento della sede stessa e comunque nel raggio di 1 km. Non può essere luminosa, nè per luce propria, nè per luce indiretta.

Cartello

1. Si definisce "cartello" il manufatto bidimensionale, supportato da una idonea struttura di sostegno, con una sola o entrambe le facce finalizzate alla diffusione di messaggi pubblicitari o propagandistici sia direttamente, sia tramite sovrapposizione di altri elementi quali manifesti, adesivi ecc. Può essere luminoso sia per luce propria, che per luce indiretta.

2. Il cartello può essere collocato su struttura propria (cartello isolato) oppure su supporto esistente (cartello a parete).

Manifesto

1. Si considera "manifesto" l'elemento bidimensionale realizzato in materiale di qualsiasi natura, ma prevalentemente cartaceo, privo di rigidità, finalizzato alla diffusione di messaggi pubblicitari o propagandistici, posto in opera su appositi supporti, comunque diversi dai cartelli e dagli altri mezzi pubblicitari. Non può essere luminoso ne per luce propria nè per luce indiretta.

Striscione, locandina, stendardo e bandiera

1. Si considera "striscione, locandina, stendardo e bandiera" 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. Può essere luminoso per luce indiretta. La locandina, se posizionata sul terreno, può essere realizzata anche in materiale rigido.

2. Oltre al titolo, al luogo ed al periodo di svolgimento dello spettacolo o della manifestazione, è consentito apporre su tale mezzo il marchio o la denominazione di enti, associazioni, ditte o sponsor in generale.

Segno orizzontale reclamistico

1. E' da considerare "segno orizzontale reclamistico" la riproduzione sulla superficie stradale, con pellicole adesive, di scritte in caratteri alfanumerici, di simboli e di marchi, finalizzata alla diffusione di messaggi pubblicitari o propagandistici.

Impianto di pubblicità o propaganda

1. E' qualificato "impianto di pubblicità o propaganda" qualunque manufatto finalizzato alla pubblicità o alla propaganda sia di prodotti che di attività e non individuabile, secondo le rispettive definizioni, come insegna di esercizio, preinsegna, cartello, manifesto, striscione, locandina, stendardo, bandiera, segno orizzontale reclamistico e impianto pubblicitario di servizio. Può essere luminoso sia per luce propria che per luce indiretta.

2. Sono "impianti di pubblicità o propaganda" a titolo esemplificativo:

a) "targa di esercizio", ossia la scritta in caratteri alfanumerici completata eventualmente da un simbolo o marchio, con le caratteristiche previste all'art 25, installata nella sede di esercizio

dell'attività o nelle pertinenze accessorie di cui all'art. 4, comma 2, nel caso in cui l'attività stessa sia priva di vetrine. Deve essere priva di luminosità propria;

b) **“targa pubblicitaria”**, cioè la targa di esercizio di cui alla precedente lettera a), quando è posta in luogo diverso da quello in cui ha sede l'esercizio dell'attività e dalle relative pertinenze accessorie, come disciplinata dall'art. 26 del presente Piano;

c) **“bacheca”**, ossia la vetrinetta, con frontale apribile o a giorno, installata a muro o collocata a terra su supporto proprio, destinata all'esposizione di quotidiani, periodici o altri mezzi di stampa o alla diffusione di informazioni o propaganda dell'attività di enti pubblici, partiti politici e associazioni varie, per pubblici spettacoli, nonché all'esposizione di messaggi attinenti all'attività commerciale esercitata (menù, tariffe e prezzi di pubblici esercizi e alberghi, e merce varia);

d) **“tenda o tendone”**, ossia il manufatto mobile o semimobile, in tessuto o in materiale simile, posto esternamente a protezione di vetrine o ingressi;

e) **“impianti fissi per le affissioni”**, cioè gli impianti destinati alla affissione di manifesti, avvisi, fotografie, di qualunque materiale costituiti, il cui formato si sviluppa su multipli di cm 70 x 100 e disciplinati, quanto alla loro collocazione, secondo le seguenti tipologie:

- “poster”: impianto a muro o collocato a terra con supporti propri, mono o bifacciale; -
 “stendardo”: impianto bifacciale, collocato a terra su supporto proprio, montato sia orizzontalmente che verticalmente;

- “tabella”: cornice o quadro monofacciale in lamiera, fissato a muro;

f) **“impianto di pubblicità o propaganda a messaggio variabile”**, cioè il manufatto finalizzato alla pubblicità e/o alla propaganda sia di prodotti che di attività e caratterizzato dalla variabilità del messaggio e/o delle immagini trasmesse. Può essere luminoso per luce diretta o indiretta;

g) **“impianto di insegne o targhe coordinate”**, ossia il manufatto destinato alla collocazione di una pluralità di insegne o targhe di esercizio monofacciali o bifacciali;

h) **“vetrofanìa”**, cioè la riproduzione, su superfici vetrate, con pellicole adesive, di scritte in caratteri alfanumerici, di simboli e di marchi, finalizzata alla diffusione di messaggi pubblicitari e/o propagandistici;

i) **“telo per ponteggi di cantiere”** il manufatto mobile posto in aderenza alla copertura dei ponteggi di cantiere, riportante messaggi pubblicitari.

Impianto pubblicitario di servizio

1. E' definito “impianto pubblicitario di servizio”, qualunque manufatto avente quale scopo primario un servizio di pubblica utilità nell'ambito dell'arredo urbano e stradale (fermate autobus, pensiline, transenne parapetonali, cestini, panchine, orologi o simili) recante uno spazio pubblicitario che può anche essere luminoso sia per luce diretta che per luce indiretta.

Sorgente luminosa

1. E' da qualificare sorgente luminosa qualsiasi corpo illuminante o insieme di corpi illuminanti che, diffondendo luce in modo puntiforme o lineare o planare, illumina aree, fabbricati, monumenti, manufatti di qualsiasi natura ed emergenze naturali.

Capo III - Caratteristiche tecniche degli impianti

Caratteristiche dei mezzi pubblicitari

1. La collocazione dei cartelli, delle insegne d'esercizio e dei mezzi pubblicitari deve rispettare i criteri di un corretto ed equilibrato inserimento, sia ambientale che architettonico.

2. I cartelli, le insegne d'esercizio e gli altri mezzi pubblicitari devono essere realizzati nelle loro parti strutturali con materiali non deperibili e resistenti agli agenti atmosferici. Le strutture di sostegno e di fondazione devono essere calcolate per resistere alla spinta del vento ed anche ad eventuali cedimenti del suolo, saldamente realizzate ed ancorate ad una profondità congrua e con tecniche specifiche di fondazione, sia globalmente che nei singoli elementi. Qualora le suddette strutture costituiscono manufatti la cui realizzazione e posa in opera è regolamentata da specifiche norme, l'osservanza delle stesse e l'adempimento degli obblighi da queste previste deve essere documentato prima del ritiro dell'autorizzazione di cui all'articolo 23, comma 4, del Codice della strada.

3. I cartelli, le insegne di esercizio e gli altri mezzi pubblicitari hanno sagoma regolare che, in ogni caso, non deve generare confusione con la segnaletica stradale.

4. Particolare cautela è adottata nell'uso dei colori, specialmente del rosso, e del loro abbinamento, al fine di non generare confusione con la segnaletica stradale, specialmente in corrispondenza e in prossimità di intersezioni. Occorre, altresì, evitare che il colore rosso utilizzato nei cartelli, nelle insegne di esercizio e negli altri mezzi pubblicitari costituisca sfondo di segnali stradali di pericolo, di precedenza e d'obbligo, limitandone la percettibilità.

5. Il bordo inferiore dei cartelli, delle insegne di esercizio e degli altri mezzi pubblicitari, ad eccezione degli impianti pubblicitari di servizio, posti in opera fuori dai centri abitati, deve essere, in ogni suo punto, ad una quota non inferiore di 1,5 m rispetto a quella della banchina stradale misurata nella sezione stradale corrispondente. Il bordo inferiore degli striscioni, delle locandine e degli stendardi, se posizionati al di sopra della carreggiata, sia sulle strade urbane che sulle strade extraurbane, deve essere in ogni suo punto ad una quota non inferiore a 5,1 m. rispetto al piano della carreggiata.

Caratteristiche dei mezzi pubblicitari luminosi

1. Le sorgenti luminose, i cartelli, le insegne di esercizio e gli altri mezzi pubblicitari luminosi, per luce propria o per luce indiretta, posti fuori dai centri abitati, lungo o in prossimità delle strade dove ne è consentita l'installazione, non possono avere luce nè intermittente, nè di intensità luminosa superiore a 150 candele per metro quadrato, o che, comunque, provochi abbagliamento.

2. Le sorgenti luminose, i cartelli, le insegne di esercizio e gli altri mezzi pubblicitari luminosi hanno urna sagoma regolare che in ogni caso non deve generare confusione con la segnaletica stradale. Particolare cautela è adottata nell'uso dei colori, specialmente del rosso e del verde, e del loro abbinamento, al fine di non generare confusione con la segnaletica luminosa specialmente in corrispondenza e in prossimità delle intersezioni. Nel caso di intersezioni semaforizzate, ad una distanza dalle stesse inferiore a 300 m, fuori dai centri abitati, è vietato l'uso dei colori rosso e verde nelle sorgenti luminose, nei cartelli, nelle insegne di esercizio e negli altri mezzi pubblicitari posti a meno di 15 m. dal bordo della carreggiata, salvo motivata deroga da parte dell'ente concedente l'autorizzazione.

3. La croce rossa luminosa è consentita esclusivamente per indicare farmacie, ambulatori e posti di pronto soccorso.

4. Fermo restando quanto disposto dal precedente comma, per l'installazione di nuove croci per la segnalazione delle farmacie, in conformità a quanto praticato nei Paesi della Comunità europea, è consentito l'utilizzo della croce verde luminosa.

5. Le sorgenti luminose, i cartelli, le insegne di esercizio e gli altri mezzi pubblicitari luminosi, per luce propria o per luce indiretta, nei centri abitati, lungo o in prossimità delle strade dove ne è consentita l'installazione, non possono avere luce né intermittente, né di intensità luminosa superiore a 150 candele per metro quadrato, o che comunque provochi abbagliamento. Nei centri abitati, nel caso di intersezioni semaforizzate, è vietato l'uso dei colori rosso e verde nelle sorgenti luminose, nei cartelli, nelle insegne di esercizio e negli altri mezzi pubblicitari posti a una distanza dal bordo della carreggiata inferiore a 10 metri, salvo motivata deroga da parte dell'Ente concedente l'autorizzazione.

Ubicazione lungo le strade e le fasce di pertinenza

1. Lungo o in prossimità delle strade, fuori e dentro i centri abitati, è consentita l'affissione di manifesti esclusivamente sugli appositi spazi o supporti installati dal Comune.

2. Il posizionamento di cartelli, di insegne di esercizio e di altri mezzi pubblicitari fuori dai centri abitati e dai tratti di strade extraurbane per i quali, in considerazione di particolari situazioni di carattere non transitorio, è imposto un limite di velocità non superiore a 50 Km/h, salvo i casi specifici previsti ai successivi commi, lungo o in prossimità delle strade dove ne è consentita l'installazione, deve essere autorizzato ed effettuato nel rispetto delle seguenti distanze minime:

- a) m. 1 dal limite della carreggiata;
- b) m. 30 dagli altri cartelli e mezzi pubblicitari;
- c) m. 50 dai segnali stradali di pericolo e di prescrizione;
- d) m. 50 dopo i segnali stradali di pericolo e di prescrizione;
- e) m. 50 prima dei segnali di indicazione;
- f) m. 50 dopo i segnali di indicazione;
- g) m. 100 dal punto di tangenza delle curve come definite all'art. 3, comma 1, punto 20), dal Codice della strada;
- h) m. 100 prima delle intersezioni;
- i) m. 100 dopo le intersezioni;

Le distanze si applicano nel senso delle singole direttrici di marcia. Nel caso in cui lateralmente, alla sede stradale e in corrispondenza del luogo in cui viene chiesto il posizionamento di cartelli, di insegne di esercizio o di altri mezzi pubblicitari, già esistano a distanza inferiore a 1 metro dalla carreggiata, costruzioni fisse, muri, filari di alberi, di altezza non inferiore a 1 metro, è ammesso il posizionamento stesso in allineamento con la costruzione fissa, con il muro e con i tronchi degli alberi. I cartelli, le insegne di esercizio e gli altri mezzi pubblicitari non devono, in ogni caso, ostacolare la visibilità dei segnali stradali entro lo spazio di avvistamento.

3. L'esposizione di striscioni è ammessa unicamente per la promozione pubblicitaria di manifestazioni e spettacoli. L'esposizione di locandine e stendardi è ammessa per la promozione pubblicitaria di manifestazioni e spettacoli, oltre che per il lancio di iniziative commerciali. L'esposizione di striscioni, locandine e stendardi è limitata al periodo di svolgimento della manifestazione, dello spettacolo o della iniziativa cui si riferisce, oltre che alla settimana precedente ed alle ventiquattro ore successive allo stesso.

4. Fuori ed entro i centri abitati è vietata la collocazione di cartelli ed altri mezzi pubblicitari a messaggio variabili, aventi un periodo di variabilità inferiore a cinque minuti, in posizione trasversale al senso di marcia dei veicoli. Entro i centri abitati è consentito un periodo di variabilità inferiore a cinque minuti unicamente per i messaggi riportanti informazioni di interesse utile alla sicurezza ed alla regolamentazione della circolazione stradale.

5. E' vietata l'apposizione di messaggi pubblicitari sui bordi dei marciapiedi e dei cigli stradali.

6. fuori dal centro storico è consentita, nelle posizioni e con le modalità stabilite dall'Amministrazione comunale, l'esposizione temporanea di teli pubblicitarie attraversano strade, vie o piazze, per iniziative di carattere commerciale.

Capo IV – Localizzazione e Categorie degli impianti

La localizzazione degli impianti viene stabilita annualmente col piano di allocazione redatto, di concerto, dall'Ufficio Tecnico Comunale e dall'Ufficio di Polizia Municipale ed approvato dalla Giunta Municipale; quest'ultima, con proprio atto, provvede altresì a definire (al fine di evitare negative concentrazioni) il limite massimo degli spazi assegnabili ad un medesimo soggetto, nonché ad approvare lo schema di convenzione di cui all'art. 10, comma 2, del presente regolamento stabilendo, in particolare, la durata della concessione (disciplinando in via transitoria per l'impiantistica già esistente), il relativo canone annuo dovuto al Comune e tutte le altre condizioni necessarie per un corretto rapporto in ordine a spese, modalità e tempi di installazione, manutenzione, responsabilità per eventuali danni, rinnovo e revoca della concessione.

L'art. 4, comma 1, del D.Lgs. 15 novembre 1993, n. 507, come modificato dall'art. 10, comma 1, lett. b) della legge 28 dicembre 2001, n. 448, prevede che, a decorrere dall'anno 2002, anche i Comuni appartenenti alle categorie IV e V, di cui all'art. 2 del citato D.Lgs. 507/93, possono suddividere le località del proprio territorio in due categorie in relazione alla loro importanza, applicando alla categoria speciale una maggiorazione fino al centocinquanta per cento della tariffa normale.

Il medesimo art. 4 del D.Lgs. 507/93 prevede che il regolamento comunale deve specificare le località comprese nella categoria speciale, la cui superficie complessiva non può superare il 35% di quella del centro abitato, come delimitato ai sensi dell'art. 4 del D.Lgs. 30 aprile 1992, n. 285.

Questo Comune non intende avvalersi di tale facoltà per cui agli effetti della applicazione della imposta sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni, le località del territorio comunale sono suddivise in un'unica categoria anche in relazione alla loro importanza dal punto di vista della comunicazione commerciale.