



COMUNE DI ROGNO
Provincia di Bergamo

REGOLAMENTO
per l'applicazione dell'imposta
sulla pubblicità
e del diritto sulle pubbliche
affissioni
e per l'effettuazione del servizio
delle pubbliche affissioni

e

PIANO GENERALE DEGLI
IMPIANTI

*(decreto R.G.VO 15 novembre 1993 n. 507)**

*Approvato con deliberazione del C.C. n. 3 del 11.02.2015 ad oggetto:
"Regolamento per l'applicazione dell'imposta sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche
affissioni e per l'effettuazione del servizio delle pubbliche affissioni e Piano Generale
degli Impianti"*

TITOLO I – NORME DI CARATTERE GENERALE.....	3
Art.1 – Oggetto del regolamento <i>*(Artt. 1-37)</i>	3
Art. 2 – Ambito di applicazione <i>*(Art. 2)</i>	3
Art. 3 – Classificazione del comune <i>*(Art. 2)</i>	3
Art. 4 – Tariffe <i>*(Art. 3.5)</i>	3
Art. 5 – Tipologia e quantità impianti pubblicitari <i>*(Art. 3.3)</i>	3
Art. 6 – Funzionario responsabile.....	4
Art. 7 – Forme di gestione del servizio <i>*(Art. 25.1.-2.-3.)</i>	4
TITOLO II – IMPOSTA SULLA PUBBLICITÀ	4
Art. 8 – Presupposto dell’imposta <i>*(Art. 5.1.-2.)</i>	4
Art. 9 – Soggetto passivo <i>*(Art. 6.1.2)</i>	4
Art. 10 – Modalità di applicazione dell’imposta <i>*(Art. 7.1.5)</i>	5
Art. 11 – Applicazione maggiorazioni e riduzione imposte <i>*(Art. 7.6)</i>	5
Art. 12 – Pubblicità luminosa e illuminata <i>*(Art. 7.7)</i>	5
Art. 13 – Dichiarazione d’imposta <i>*(Art. 8.1.2.3)</i>	5
Art. 14 – Pagamento dell’imposta <i>*(Art. 9)</i>	6
Art. 15 – Pubblicità effettuata su spazi o aree comunali <i>*(Art. 9.7)</i>	6
Art. 16 – Rettifica e accertamento d’ufficio <i>*(Art. 10.1.2.3)</i>	6
Art. 17 – Procedura coattiva.....	7
Art. 18 – Contenzioso	7
Art. 19 – Pubblicità ordinaria – Tariffe <i>*(Art. 12.1.2.3.4)</i>	7
Art. 20 – Pubblicità con veicoli – Tariffe <i>*(Art. 13.1.5)</i>	7
Art. 21 – Pubblicità effettuata con pannelli luminosi e proiezioni – Tariffe <i>*(Art. 14.1.2.3.4.5.)</i>	8
Art. 22 – Pubblicità varia – Tariffe <i>*(Art. 15.1.2.3.4.5.)</i>	9
Art. 23 – Riduzioni d’imposta <i>*(Art. 16)</i>	9
Art. 24 – Esenzioni dall’imposta <i>*(Art. 17)</i>	9
TITOLO III – AFFISSIONI	10
Art. 25 – Servizio delle pubbliche affissioni <i>*(Art. 18.1)</i>	10
Art. 26 – Diritto sulle pubbliche affissioni – Tariffe <i>*(Art. 19.1.2.3.4.5.6.7)</i>	10
Art. 27 – Riduzione del diritto <i>*(Art. 20)</i>	11
Art. 28 – Esenzioni del diritto <i>*(Art. 21)</i>	11
Art. 29 – Modalità per le pubbliche affissioni <i>*(Art. 22.2.3.4.5.6.7.8.10)</i>	12
Art. 30 – Affissioni urgenti, festive e notturne <i>*(Art. 22.9)</i>	12
Art. 31 – Contenzioso e procedimento esecutivo	12
TITOLO IV – SANZIONI TRIBUTARIE, AMMINISTRATIVE E INTERESSI	13
Art. 32 – Sanzioni tributarie <i>*(Art. 23.1.2.3)</i>	13
Art. 33 – Sanzioni amministrative <i>*(Art. 24.1.5)</i>	13
TITOLO V – PIANO GENERALE DEGLI IMPIANTI	14
Art. 34 – Oggetto <i>*(Art. 3.3)</i>	14
Art. 35 – Impianti pubblicitari – Caratteristiche, tipologia e posizionamento degli impianti.....	14
Art. 36 – Dimensioni.....	16
Art. 37 – Casi particolari - Caratteristiche, dimensioni e posizionamento.....	17

Art. 38 – Richiesta di autorizzazione.....	17
Art. 39 – Procedimento istruttorio.....	18
Art. 40 – Ammissibilità della comunicazione d’inizio attività	19
Art. 41 – Rilascio dell’autorizzazione.....	19
Art. 42 – Contenuti dell’autorizzazione	20
Art. 43 – Rimozione dei mezzi pubblicitari o degli impianti per affissioni dirette.....	21
Art. 44 – Limitazione alla pubblicità effettuata a mezzo apparecchi amplificatori	21
Art. 45 – Impianti destinati alle pubbliche affissioni	22
Art. 46 – Assegnazione di spazi per le affissioni dirette	23
Art. 47 – Divieti e limitazioni	23
TITOLO VI – NORME FINALI E TRANSITORIE	25
Art. 48 – Norme finali	25
Art. 49 – Norme transitorie	25
Art. 50 - Adattamenti dei mezzi pubblicitari esistenti	25
ALLEGATO 1	27
TOTEM TIPO PER AREE OMOGENEE	27
ALLEGATO 2	29
PREINSEGNE TIPO	29

TITOLO I – NORME DI CARATTERE GENERALE

Art.1 – Oggetto del regolamento **(Artt. 1-37)*

1. Il presente regolamento disciplina nell'ambito del territorio comunale e nel rispetto del Decreto legislativo 15.11.1993 n. 507 e dell'art. 52 del D.Lgs. 446/97, le modalità e l'applicazione dell'imposta sulla pubblicità nonché il servizio delle pubbliche affissioni e la riscossione dei relativi diritti.
2. Per le definizioni di mezzi pubblicitari non esplicitate dal presente regolamento si rimanda all'art. 23 del Regolamento di applicazione al Codice della strada (D.P.R. 16/12/92 n. 495 e successive modificazioni).

Art. 2 – Ambito di applicazione **(Art. 2)*

1. La pubblicità esterna e le pubbliche affissioni sono soggette rispettivamente ad un'imposta ovvero ad un diritto a favore del Comune nel cui territorio sono effettuate e nei limiti e secondo le prescrizioni degli articoli che seguono.

Art. 3 – Classificazione del comune **(Art. 2)*

1. Ai fini dell'articolo 2 del Decreto Legislativo 15.11.1993 n. 507 e successive modificazioni ed integrazioni, il Comune di Rogno appartiene alla classe V°, in base agli abitanti residenti al 31 dicembre del penultimo anno che ammontano a 3.955 unità. La presente classificazione si estende all'intero territorio comunale.
2. Nelle zone definite dal PGT vigente come "insediamenti produttivi industriali e artigianali", "insediamenti produttivi per depositi scoperti" e "insediamenti commerciali" e assimilate, la Giunta Comunale può applicare una maggiorazione fino al 100% delle tariffe.

Art. 4 – Tariffe **(Art. 3.5)*

1. Le tariffe dell'imposta sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni sono deliberate salvo proroghe di legge entro il 31 dicembre di ogni anno ed entrano in vigore il primo gennaio dell'anno successivo a quello in cui la deliberazione è divenuta esecutiva a norma di legge e, qualora non modificate entro il suddetto termine, si intendono prorogate di anno in anno.

Art. 5 – Tipologia e quantità impianti pubblicitari **(Art. 3.3)*

1. L'indicazione delle tipologie, delle modalità per ottenere i provvedimenti per l'installazione degli impianti, nonché la ripartizione quantitativa sono stabilite sulla base dei criteri fissati dal Titolo V del presente regolamento.
2. I mezzi finalizzati alla diffusione di avvisi pubblici, messaggi pubblicitari e simili sono suddivisi nelle seguenti categorie di utilizzazione:
 - Mezzi destinati alla pubblicità esterna
 - Mezzi destinati alle comunicazioni mediante affissioni
3. Quanto agli impianti per le affissioni, ferme restando le disposizioni di cui al Titolo V, il quantitativo unitario di esposizione è fissato in mq. 70 per ogni mille abitanti

talché, risultando la popolazione residente nel territorio comunale pari a n. 3.955 abitanti al 31.12.2013, la superficie complessiva risulta definita in mq. 277.

Art. 6 – Funzionario responsabile

1. La funzione ed i poteri per l'esercizio di ogni attività organizzativa e gestionale dell'imposta sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni, nonché i poteri di sottoscrivere richieste, avvisi, provvedimenti relativi e quelli di disporre rimborsi, sono attribuiti al Funzionario responsabile all'uopo designato.
2. Nel caso di gestione in concessione, le attribuzioni di cui al precedente comma sono interamente demandate al Concessionario.

Art. 7 – Forme di gestione del servizio *(Art. 25.1.-2.-3.)

1. Il servizio per la liquidazione, l'accertamento e la riscossione dell'imposta comunale sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni può essere gestito direttamente dal Comune o affidato a terzi a norma di legge. In tale ultimo caso tutti i riferimenti al Comune contenuti nel presente regolamento in materia di liquidazione, accertamento e riscossione debbono intendersi riferiti al soggetto terzo a cui l'incarico è affidato.

TITOLO II – IMPOSTA SULLA PUBBLICITÀ

Art. 8 – Presupposto dell'imposta *(Art. 5.1.-2.)

1. Costituisce atto generatore d'imposta 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 siano da tali luoghi percepibili. Si considerano rilevanti i messaggi diffusi nell'esercizio di un'attività economica allo scopo di promuovere la domanda di beni o servizi, ovvero finalizzati a migliorare l'immagine del soggetto pubblicizzato.
2. Si considerano rilevanti ai fini dell'imposizione:
 - a. I messaggi diffusi nell'esercizio di un'attività economica allo scopo di promuovere la domanda e la diffusione di beni e servizi di qualsiasi natura;
 - b. I messaggi finalizzati a migliorare l'immagine del soggetto pubblicizzato;
 - c. I mezzi e le forme atte ad indicare il luogo nel quale viene esercitata un'attività (cd. frecce direzionali).

Art. 9 – Soggetto passivo *(Art. 6.1.2)

1. In via principale è tenuto al pagamento dell'imposta sulla pubblicità colui che dispone a qualsiasi titolo del mezzo attraverso il quale il messaggio viene diffuso. Obbligato solidale al pagamento colui che produce o vende la merce o fornisce i servizi oggetto della pubblicità.

Art. 10 – Modalità di applicazione dell'imposta *(Art. 7.1.5)

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. Non si fa luogo ad applicazione di imposta per le superfici inferiori a trecento centimetri quadrati.
3. Per i mezzi pubblicitari polifacciali l'imposta è calcolata in base alla superficie complessiva adibita alla pubblicità.
4. Per i mezzi 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. Agli effetti del calcolo della superficie imponibile i festoni di bandierine, i mezzi di identico contenuto pubblicitario e quelli riferibili al medesimo soggetto passivo, perché collocati in connessione fra loro, senza soluzione di continuità e funzionalmente finalizzati a diffondere nel loro insieme lo stesso messaggio o ad accrescerne l'efficacia sono considerati come unico mezzo pubblicitario.
6. La pubblicità ordinaria effettuata mediante locandine da collocare a cura dell'utenza all'esterno o all'interno di locali pubblici o aperti al pubblico, è autorizzata dall'ufficio comunale, previo pagamento dell'imposta, mediante apposizione di timbro con la data di scadenza dell'esposizione.
Quando il collocamento diretto di locandine ha carattere ricorrente il committente deve presentare, con la prescritta dichiarazione, l'elenco completo dei locali nei quali detti mezzi pubblicitari vengono collocati.
Quando tale esposizione ha carattere occasionale si prescinde dall'obbligo di presentare l'elenco dei locali.

Art. 11 – Applicazione maggiorazioni e riduzione imposte *(Art. 7.6)

1. Le maggiorazioni d'imposta a qualunque titolo previste sono cumulabili e devono essere applicate alla tariffa base.
2. Le riduzioni non sono cumulabili.

Art. 12 – Pubblicità luminosa e illuminata *(Art. 7.7)

1. Qualora la pubblicità venga effettuata in forma luminosa o illuminata, la relativa tariffa d'imposta è maggiorata del 100 per cento.
2. Per pubblicità luminosa si intende quella il cui mezzo è dotato di luminosità propria costituendo esso stesso fonte di luce; per pubblicità illuminata si intende quella resa visibile da sorgente luminosa esterna.

Art. 13 – Dichiarazione d'imposta *(Art. 8.1.2.3)

1. Fatti salvi gli obblighi di cui al titolo V del presente Regolamento, i soggetti passivi di cui all'art. 9 sono tenuti, prima di iniziare la pubblicità, a presentare all'ufficio competente apposita dichiarazione, anche cumulativa, nella quale devono essere indicate le caratteristiche, la durata della pubblicità e l'ubicazione dei mezzi pubblicitari esposti utilizzando il modello predisposto dal Comune.

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.
3. Per denunce di variazione dovrà procedersi al conguaglio fra l'importo dovuto in seguito alla nuova dichiarazione e quello pagato per lo stesso periodo.
4. La dichiarazione della pubblicità annuale ha effetto anche per gli anni successivi, purché non si verifichino modificazioni degli elementi dichiarati cui consegua un diverso ammontare dell'imposta dovuta; tale pubblicità si intende prorogata con il pagamento della relativa imposta da eseguirsi entro 31 gennaio dell'anno di riferimento, sempre che non venga presentata denuncia di cessazione entro il medesimo termine, con rimozione dell'impianto. In tal caso l'imposta non sarà più dovuta, salvo verifica della veridicità delle dichiarazioni.
5. Qualora venga omessa la presentazione della dichiarazione, la pubblicità di cui agli articoli 12, 13 e 14 commi 1, 2 e 3, del D.lgs. 507/93 si presume effettuata in ogni caso con decorrenza dal 1° gennaio dell'anno in cui è stata accertata; per le altre fattispecie la presunzione opera dal primo giorno del mese in cui è stato effettuato l'accertamento.

Art. 14 – Pagamento dell'imposta *(Art. 9)

1. Per la pubblicità ordinaria annuale, relativamente a quella di durata superiore a tre mesi, la pubblicità effettuata con veicoli e a quella effettuata con pannelli luminosi e proiezioni, l'imposta è dovuta per anno solare di riferimento cui corrisponde un'autonoma obbligazione.
2. Per le altre fattispecie imponibili, il periodo d'imposta è quello specificato nelle relative disposizioni.
3. Il pagamento dell'imposta deve essere eseguito mediante versamento sul conto corrente postale o bonifico bancario intestato al Comune, oppure in contanti allo Sportello della Tesoreria Comunale, ovvero, in caso di affidamento in concessione, al suo concessionario, con arrotondamento all'euro per difetto se la frazione non è superiore a cinquanta centesimi di euro o per eccesso se è superiore. L'attestazione dell'avvenuto pagamento deve essere allegata alla prescritta dichiarazione.
4. 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 su richiesta in rate trimestrali anticipate qualora sia di importo superiore a euro millecinquecentoquarantanove,37 (€ 1.549,37).

Art. 15 – Pubblicità effettuata su spazi o aree comunali *(Art. 9.7)

1. Qualora la pubblicità sia effettuata su impianti installati su beni appartenenti o 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 eventuali canoni di locazione o di concessione.

Art. 16 – Rettifica e accertamento d'ufficio *(Art. 10.1.2.3)

1. Il Comune, entro due anni dalla data in cui la dichiarazione è stata o avrebbe dovuta essere presentata, procede a rettifica o ad accertamento d'ufficio, notificando al contribuente, anche a mezzo posta mediante raccomandata con

avviso di ricevimento o altro mezzo comprovante la consegna, apposito avviso motivato.

2. Nell'avviso devono essere indicati il soggetto passivo, le caratteristiche e l'ubicazione del mezzo pubblicitario, l'importo dell'imposta o della maggiore imposta accertata, delle soprattasse dovute e dei relativi interessi, nonché il termine di sessanta giorni entro cui effettuare il relativo pagamento.
3. Gli avvisi di accertamento sono sottoscritti dal funzionario designato dal Comune per l'organizzazione e la gestione dell'imposta, ovvero, nel caso di gestione in concessione, da un rappresentante del concessionario.

Art. 17 – Procedura coattiva

1. La riscossione coattiva dell'imposta si effettua secondo le disposizioni di legge vigenti tempo per tempo. 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 o di rettifica 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.

Art. 18 – Contenzioso

1. Sono soggette alla giurisdizione delle Commissioni Tributarie di cui all'art. 2 del Decreto Legislativo 31 dicembre 1992 n. 546 le controversie concernenti i tributi richiamati nel presente Regolamento.
2. Valgano al riguardo ed ove compatibili, le disposizioni processuali contenute nel citato D.Lgs. 546/92.

Art. 19 – Pubblicità ordinaria – Tariffe *(Art. 12.1.2.3.4)

1. Per la pubblicità effettuata mediante insegne, cartelli, locandine, targhe, stendardi o qualsiasi altro mezzo non previsto dai successivi articoli, la tariffa dell'imposta per ogni metro quadrato di superficie e per anno solare è stabilita nell'ambito delle norme di legge dalla Giunta Comunale ai sensi di quanto previsto dall'art. 42 del D.Lgs. 267/2000.
2. Per le fattispecie pubblicitarie di cui al comma 1 che abbiano durata non superiore a tre mesi si applica per ogni mese o frazione una tariffa pari a un decimo di quella ivi prevista.
3. Per la pubblicità effettuata mediante affissioni dirette, anche per conto altrui, di manifesti e simili su apposite strutture adibite alle esposizioni di tali mezzi, si applica l'imposta in base alla superficie complessiva degli impianti nella misura e con le modalità previste dal comma 1.
4. Per la pubblicità di cui ai commi precedenti che abbia superficie compresa tra mq 5,5 e 8,5 la tariffa dell'imposta è maggiorata del 50 per cento; per quella di superficie superiore a mq 8,5 la maggiorazione è del 100 per cento.

Art. 20 – Pubblicità con veicoli – Tariffe *(Art. 13.1.5)

1. Per la pubblicità visiva effettuata per conto proprio o altrui all'interno e all'esterno di veicoli in genere, di vetture autofilotramviarie, battelli, barche e simili, di uso pubblico o privato, è dovuta l'imposta sulla pubblicità in base alla superficie

complessiva dei mezzi pubblicitari installati su ciascun veicolo nella misura e con le modalità previste dall'art. 19, comma 1; per la pubblicità effettuata all'esterno dei veicoli suddetti sono dovute le maggiorazioni di cui all'art. 19, comma 4.

2. Per i veicoli adibiti ad uso pubblico l'imposta è dovuta al Comune che ha rilasciato la licenza d'esercizio; per i veicoli adibiti a servizi di linea interurbana l'imposta è dovuta nella misura della metà a ciascuno dei Comuni in cui ha inizio e fine la corsa; per i veicoli adibiti ad uso privato l'imposta è dovuta al Comune in cui il proprietario del veicolo ha la residenza anagrafica o la sede.
3. Per la pubblicità effettuata per conto proprio su veicoli di proprietà dell'impresa o adibiti ai trasporti per suo conto, l'imposta è dovuta per anno solare al Comune ove ha sede l'impresa stessa o qualsiasi altra sua dipendenza, ovvero al Comune ove sono domiciliati i suoi agenti o mandatari che alla data del primo gennaio di ciascun anno, o a quella successiva di immatricolazione, hanno in dotazione detti veicoli, secondo la tariffa stabilita dalla legge n. 507/1993:
 - a. per autoveicoli con portata superiore a 3.000 Kg (*art. 13, c. 3 lett. a*);
 - b. per autoveicoli con portata inferiore a 3.000 kg (*art. 13, c. 3 lett. b*);
 - c. per motoveicoli e veicoli non ricompresi nelle due precedenti categorie (*art. 13, c. 3 lett. c*)

Per i veicoli circolanti con rimorchio la tariffa di cui al presente comma è raddoppiata.

4. Per i veicoli di cui al comma 3 non è dovuta l'imposta per l'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.
5. È fatto obbligo di conservare l'attestazione dell'avvenuto pagamento dell'imposta e di esibirla a richiesta degli agenti autorizzati.

Art. 21 – Pubblicità effettuata con pannelli luminosi e proiezioni – Tariffe *(Art. 14.1.2.3.4.5.)

1. Per le pubblicità effettuate 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 simile l'imposta dovuta indipendentemente dal numero dei messaggi, per metro quadrato di superficie e per anno solare, è stabilita in base alle norme di legge dalla Giunta Comunale così come previsto dall'art. 42 del D.Lgs. 267/2000;
2. Per la pubblicità di cui al comma 1 di durata non superiore a tre mesi si applica, per ogni mese o frazione, una tariffa pari a un decimo di quella ivi prevista.
3. Per la pubblicità prevista dai commi 1 e 2 effettuata per conto proprio dall'impresa si applica l'imposta in misura pari alla metà delle rispettive tariffe.
4. Per la pubblicità realizzata in luoghi pubblici o aperti al pubblico attraverso diapositive, proiezioni luminose o cinematografiche effettuate su schermi o pareti riflettenti l'imposta dovuta per ogni giorno, indipendentemente dal numero dei messaggi e dalla superficie adibita alla proiezione, è prevista dal D.Lgs. 507/1993 all'art. 14 c. 4;
5. Qualora la pubblicità di cui al comma 4 abbia durata superiore a trenta giorni, dopo tale periodo si applica una tariffa giornaliera pari alla metà di quella ivi prevista.

Art. 22 – Pubblicità varia – Tariffe *(Art. 15.1.2.3.4.5.)

1. 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 15 giorni o frazione, è prevista dall'art. 15, comma 1 del Dlgs 507/1993.
2. Per la pubblicità effettuata da aeromobili mediante scritte, striscioni, disegni fumogeni, lancio di oggetti o manifestini, ivi compresa quella eseguita su specchi d'acqua e fasce marittime limitrofi al territorio comunale, per ogni giorno o frazione, indipendentemente dai soggetti pubblicizzati, è dovuta l'imposta a ciascun Comune sul cui territorio la pubblicità stessa viene eseguita, nella misura prevista dal D.Lgs. 507/93 art. 15, c. 2.
3. Per la pubblicità eseguita con palloni frenati e simili si applica l'imposta in base alla tariffa pari alla metà di quella prevista dal comma 2.
4. Per la pubblicità effettuata mediante distribuzione, anche con veicoli, di manifestini o di altro materiale pubblicitario, oppure mediante persone circolanti con cartelli o altri mezzi pubblicitari, è dovuta l'imposta per ciascuna persona impiegata nella distribuzione od effettuazione e per ogni giorno o frazione, indipendentemente dalla misura dei mezzi pubblicitari o dalla quantità di materiale distribuito, ai sensi di quanto previsto dal D.Lgs. 507/93, art. 15 c. 4. Il volantinaggio di natura commerciale è consentito esclusivamente se effettuato a mani e/o nelle cassette postali.
5. Per la pubblicità effettuata a mezzo di apparecchi amplificatori e simili, salvo le limitazioni di cui all'art. 44, la tariffa dell'imposta dovuta per ciascun punto di pubblicità e per ciascun giorno o frazione è quella prevista dal D.Lgs. 507/93.

Art. 23 – Riduzioni d'imposta *(Art. 16)

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

Art. 24 – Esenzioni dall'imposta *(Art. 17)

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 esposta all'interno delle vetture ferroviarie, degli aerei e delle navi ad eccezione dei battelli di cui all'art. 20;
 - 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 le disposizioni di legge o di regolamento sempre che le dimensioni del mezzo usato, qualora non espressamente stabilite, non superino il mezzo metro quadrato di superficie;
 - j. i cartelli pubblicitari relativi a sponsor che si assumono l'onere economico della manutenzione di aree verdi pubbliche se i cartelli insistono su tali aree.
2. In applicazione del comma 1-bis dell'art. 17 del D.Lgs. 507/1993, introdotto dall'art. 10 della legge n. 448/2001, l'imposta non è dovuta per le insegne di esercizio di attività commerciali e di produzione di beni o servizi che contraddistinguono la sede dove si svolge l'attività cui si riferiscono, di superficie complessiva fino a 5 metri quadrati. In caso di superfici maggiori a cinque metri quadrati, l'imposta è dovuta per l'intera superficie.

TITOLO III – AFFISSIONI

Art. 25 – Servizio delle pubbliche affissioni *(Art. 18.1)

1. Il servizio delle pubbliche affissioni è istituito in modo da garantire l'affissione, a cura del Comune, negli 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.
2. Per i quantitativi e le ripartizioni degli impianti, si fa espresso riferimento a quanto indicato nel titolo V del presente Regolamento.

Art. 26 – Diritto sulle pubbliche affissioni – Tariffe *(Art. 19.1.2.3.4.5.6.7)

1. Per l'effettuazione delle pubbliche affissioni è dovuto in solido, da chi richiede il servizio e da colui nell'interesse del quale il servizio stesso è richiesto, un diritto,

comprensivo dell'imposta sulla pubblicità, a favore del Comune che provvede alla loro esecuzione.

2. La misura del diritto sulle pubbliche affissioni ai sensi di quanto previsto dal D.Lgs. 267/2000 è stabilito dalla Giunta Comunale nel rispetto delle norme di legge. Per ciascun foglio di dimensione fino a cm 70x100 e per i periodi di seguito indicati è la seguente:
 - per i primi 10 giorni: € 1,24
 - per ogni periodo successivo di 5 giorni o frazione: € 0,37
3. Per ogni commissione inferiore a cinquanta fogli il diritto di cui al comma 2 è maggiorato del 50 per cento.
4. Per i manifesti costituiti da otto fino a dodici fogli il diritto è maggiorato del 50 per cento; per quelli costituiti da più di dodici fogli è maggiorato del 100 per cento.
5. Le disposizioni previste per l'imposta sulla pubblicità si applicano, per quanto compatibili, anche al diritto sulle pubbliche affissioni.
6. Il pagamento del diritto sulle pubbliche affissioni deve essere effettuato contestualmente alla richiesta del servizio, secondo le modalità di cui all'art. 14 del presente Regolamento. Per il recupero di somme comunque dovute a tale titolo e non corrisposte si osservano le disposizioni dello stesso articolo.

Art. 27 – Riduzione del diritto *(Art. 20)

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. 28;
 - 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 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. 28 – Esenzioni del diritto *(Art. 21)

1. Sono esenti dal diritto sulle pubbliche affissioni:
 - a. i manifesti riguardanti le attività istituzionali del Comune da esso svolte in via esclusiva, esposti nell'ambito del proprio territorio;
 - b. i manifesti delle autorità militari relativi alle iscrizioni nelle liste di leva, alla chiamata ed ai richiami alle armi;
 - c. i manifesti dello Stato, delle regioni e delle province in materia di tributi;
 - d. i manifesti delle autorità di polizia in materia di pubblica sicurezza;
 - e. i manifesti relativi ad adempimenti di legge in materia di referendum, elezioni politiche, per il parlamento europeo, regionali, amministrative;
 - f. ogni altro manifesto la cui affissione sia obbligatoria per legge;
 - g. i manifesti concernenti corsi scolastici e professionali gratuiti regolarmente autorizzati.

Art. 29 – Modalità per le pubbliche affissioni *(Art. 22.2.3.4.5.6.7.8.10)

1. Le pubbliche affissioni vanno effettuate secondo l'ordine di precedenza risultante dal ricevimento della commissione che verrà annotata in apposito registro cronologico.
2. Le richieste devono comunque risultare da idonea commissione nella quale devono risultare le generalità del richiedente o della persona o dell'ente nell'interesse del quale il servizio viene richiesto completo di indirizzo e codice fiscale, la durata di esposizione con l'indicazione della data di inizio, l'oggetto del manifesto i quantitativi espressi in formato e numero di manifesti. *(Art. 22.1)
3. La durata dell'affissione decorre dal primo giorno in cui è stata eseguita al completo; nello stesso giorno, su richiesta del committente, il Comune metterà a sua disposizione l'elenco delle posizioni utilizzate con l'indicazione dei quantitativi affissi.
4. Il ritardo nell'effettuazione delle affissioni causato dalle avverse condizioni atmosferiche si considera caso 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.
5. La mancanza di spazi disponibili deve essere comunicata al committente per iscritto entro dieci giorni dalla richiesta di affissioni.
6. Nei casi di cui ai commi 4 e 5, il committente può annullare la commissione senza alcun onere a suo carico ed il Comune è tenuto al rimborso delle somme versate entro novanta giorni.
7. 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.
8. 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.
9. Nell'ufficio del servizio delle pubbliche affissioni devono essere esposti, per la pubblica consultazione, le tariffe del servizio, l'elenco degli spazi destinati alle pubbliche affissioni con l'indicazione delle categorie alle quali detti spazi appartengono ed il relativo cronologico delle commissioni.

Art. 30 – Affissioni urgenti, festive e notturne *(Art. 22.9)

1. Per le affissioni richieste per il giorno in cui è stato consegnato il materiale da affiggere od entro i due giorni successivi, se trattasi di affissioni di contenuto commerciale, ovvero per le ore notturne dalle ore venti alle ore sette o nei giorni festivi, è dovuta la maggiorazione del 10 per cento del diritto, con un minimo di € 31,00 per ciascuna commissione; tale maggiorazione può, con apposita previsione del capitolato d'onori di cui all'art. 28 del D.Lgs. 507/93, essere attribuita in tutto o in parte al concessionario del servizio.

Art. 31 – Contenzioso e procedimento esecutivo

1. Per il procedimento esecutivo e per il contenzioso si applicano rispettivamente le disposizioni di cui agli articoli 16, 17 e 18 del presente Regolamento.

TITOLO IV – SANZIONI TRIBUTARIE, AMMINISTRATIVE E INTERESSI

Art. 32 – Sanzioni tributarie *(Art. 23.1.2.3)

1. Per l'omessa presentazione della dichiarazione di cui all'art. 13 del presente Regolamento si applica la sanzione amministrativa dal cento al duecento per cento dell'imposta o del diritto dovuti, con un minimo di euro cinquantadue (€ 52,00).
2. Per la dichiarazione infedele si applica la sanzione amministrativa dal cinquanta al cento per cento della maggiore imposta o diritto dovuti. Se l'errore o l'omissione attengono ad elementi non incidenti sulla determinazione di questi, si applica la sanzione da euro cinquantadue (€ 52,00) a euro duecentocinquanta (€ 258,00).
3. Le sanzioni indicate nei commi 1 e 2 sono ridotte ad un quarto se, entro il termine per ricorrere alle commissioni tributarie, interviene adesione del contribuente con il pagamento dell'imposta o del diritto, se dovuti, e della sanzione.
4. È fatto salvo quanto previsto dall'art. 33 del presente Regolamento e in quanto compatibile con le norme di legge in materia di sanzioni amministrative di carattere tributario.

Art. 33 – Sanzioni amministrative *(Art. 24.1.5)

1. Il Comune è tenuto a vigilare sulla corretta osservanza delle disposizioni legislative e regolamentari riguardanti l'effettuazione della pubblicità. Alle violazioni di dette disposizioni conseguono sanzioni amministrative per la cui applicazione si osservano le norme contenute nelle sezioni I e II del capo I della legge 24 novembre 1981, n. 689, o, per le violazioni delle norme tributarie, quelle sulla disciplina generale delle relative sanzioni amministrative, salvo quanto previsto nei successivi commi.
2. Per le violazioni delle norme regolamentari stabilite dal Comune in esecuzione del presente capo nonché di quelle contenute nei provvedimenti relativi all'installazione degli impianti, si applica la sanzione da euro 206,00 ad euro 1.549,00, con notificazione agli interessati, entro centocinquanta giorni dall'accertamento, degli estremi delle violazioni riportati in apposito verbale. Il comune dispone altresì la rimozione degli impianti pubblicitari abusivi facendone menzione nel suddetto verbale; in caso di inottemperanza all'ordine di rimozione entro il termine stabilito, il comune provvede d'ufficio, addebitando ai responsabili le spese sostenute.
3. Il Comune, o il concessionario del servizio, può effettuare, indipendentemente dalla procedura di rimozione degli impianti e dall'applicazione delle sanzioni di cui al comma 2, la immediata copertura della pubblicità abusiva, in modo che sia privata di efficacia pubblicitaria, ovvero la rimozione delle affissioni abusive, con successiva notifica di apposito avviso secondo le modalità previste dall'art. 16.
4. I mezzi pubblicitari esposti abusivamente possono, con ordinanza del Responsabile del Servizio, essere sequestrati a garanzia del pagamento delle spese di rimozione e di custodia, nonché dell'imposta e dell'ammontare delle relative soprattasse ed interessi; nella medesima ordinanza deve essere stabilito un termine entro il quale gli interessati possono chiedere la restituzione del materiale sequestrato previo versamento di una congrua cauzione stabilita nella ordinanza stessa.
5. I proventi delle sanzioni amministrative sono devoluti al Comune e destinati al potenziamento ed al miglioramento del servizio e dell'impiantistica comunale,

nonché alla redazione ed all'aggiornamento del piano generale degli impianti pubblicitari Il Comune è tenuto a vigilare sulla corretta osservanza delle disposizioni legislative e regolamentari riguardanti le effettuazioni della pubblicità. Alle violazioni di dette disposizioni conseguono sanzioni amministrative per la cui applicazione si osservano le norme contenute nelle sezioni I e II del capo I della legge 24 novembre 1981, n. 689.

TITOLO V – PIANO GENERALE DEGLI IMPIANTI

Art. 34 – Oggetto *(Art. 3.3)

1. Il piano generale degli impianti pubblicitari prevede la tipologia, la quantità, le caratteristiche e la distribuzione degli impianti su tutto il territorio comunale attenendosi ai criteri di cui ai successivi articoli, con riguardo alle esigenze di carattere sociale, alla concentrazione demografica ed economica, nonché alla tutela ambientale, paesaggistica, della circolazione e del traffico.

Art. 35 – Impianti pubblicitari – Caratteristiche, tipologia e posizionamento degli impianti.

1. Per mezzi pubblicitari, ai sensi dell'art. 47 del D.P.R. 16 dicembre 1992 n. 495 e s.m.i. "Regolamento di esecuzione e di attuazione del nuovo Codice della Strada", si intende ogni struttura o manufatto, rigido o no, finalizzato alla pubblicità o propaganda sia di prodotti che di attività, collocata in luogo pubblico o aperto al pubblico o da tali luoghi percepibile. Vengono classificati in:
 - a) Mezzi pubblicitari di esercizio.
Si intendono per tali le scritte, tabelle e simili, a carattere permanente, esposte esclusivamente nella sede di una attività, industria, commercio, arte o professione, che contengono il nome del titolare o la ragione sociale, la qualità o l'attività, l'indicazione generica dei prodotti o dei servizi.
 - b) Mezzi pubblicitari non di esercizio.
Si intendono per tali le scritte o simboli o altri impianti, a carattere permanente, esposti in luogo diverso dalla sede di attività, che contengono o meno l'indicazione generica dei prodotti o dei servizi.
2. I mezzi pubblicitari di esercizio (insegne, targhe, pannelli e simili) si classificano secondo la loro sistemazione in:
 - a) a bandiera (orizzontale o verticale) sporgenti dal muro;
 - b) frontali (orizzontali o verticali) contro muro;
 - c) a giorno (su tetti, pensiline, cancelli, paline).
3. I cartelli e simili possono essere classificati:
 - I. secondo la funzione:
 - a) pubblicità in genere;
 - b) informativi, ubicazionali, di servizio o di attività.
 - II. secondo la collocazione:
 - a) a parete;
 - b) su pannello appoggiato al muro, ma infisso nel perimetro stradale;
 - c) isolati, che possono essere mono o bifacciali.
4. I mezzi pubblicitari, nel rispetto di quanto prescritto dal Titolo II, capo I del Codice della strada (D.Lgs. 30 aprile 1992 n. 285 così come modificato dal D.Lgs. 10 settembre 1993 n. 360 ed in particolare dall'art. 23), nonché le ulteriori prescrizioni

previste dal Titolo II capo I, paragrafo 3 del DPR 16 dicembre 1992 n. 495 riguardante il Regolamento di esecuzione e di attuazione del nuovo Codice della Strada, devono avere le seguenti caratteristiche:

a) Cartelli e mezzi pubblicitari non luminosi:

I cartelli e gli altri mezzi pubblicitari devono essere realizzati 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, saldamente realizzate ed ancorate, sia globalmente che nei singoli elementi.

b) Cartelli e mezzi pubblicitari luminosi:

Le sorgenti luminose, i cartelli e gli altri mezzi pubblicitari posti fuori dai centri abitati, lungo o in prossimità delle strade, non possono avere luce né intermittente né di colore rosso, né di intensità luminosa superiore a 150 watt per metro quadrato, o che comunque provochi abbagliamento.

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 triangolo.

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

c) Totem:

I totem, posizionati nei blocchi commerciali previa autorizzazione comunale, potranno essere realizzati a bandiera, secondo lo schema "Allegato 1", con insegne colorate e/o illuminate, o con struttura alternativa che dovrà essere approvata dall'Ufficio preposto al rilascio dell'autorizzazione. Non sono ammessi totem per singola azienda fatta eccezione per aziende che non appartengono ad alcun blocco commerciale o contiguo con altre attività che potranno collocare il totem su propria proprietà e comunque in prossimità dell'accesso al negozio o all'attività.

5. I mezzi pubblicitari di esercizio devono avere le seguenti posizioni:

- L'insegna deve essere installata nell'ambito dell'attività alla quale si riferisce. Se realizzata su palina, qualora l'attività sia inserita in un blocco commerciale omogeneo, dovrà essere collocata su un unico impianto (totem) raggruppante le insegne dell'area omogenea stessa.
- Non è ammessa la collocazione di insegne in punti tali da ingenerare confusione con la segnaletica stradale esistente o comunque da intralciare la circolazione.
- Quando si rende necessaria la collocazione di segnaletica stradale, le insegne preesistenti che possono ingenerare confusione devono essere rimosse.

6. Gli impianti in genere si distinguono inoltre in:

- Permanenti: costituiti da manufatti mono o bifacciali saldamente ancorati a terra o ad una superficie verticale (esempio: a muro), la cui installazione e/o esposizione è a tempo indeterminato e comunque si protrae oltre l'anno solare (la cui collocazione è comunque subordinata ad autorizzazione amministrativa da parte del Comune);
- Temporanei: costituiti da manufatti mono o bifacciali, la cui esposizione e rimozione avviene all'interno dello stesso anno solare. Nel territorio comunale tale tipologia di pubblicità è consentita solo nelle seguenti modalità:
 - in facciata o all'interno della vetrina dell'attività;
 - pubblicità nel cantiere edile;
 - l'esposizione di striscioni, locandine e standardi in occasione di manifestazioni temporanee limitata (come previsto dal Regolamento di

applicazione del CdS DPR 495/92 art. 51. C. 10) 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;

7. All'interno del centro abitato, ai sensi dell'art. 23 comma 6 del C.d.S., è possibile derogare quanto previsto dall'art. 51 comma 4, nel rispetto delle esigenze di sicurezza della circolazione stradale, alle seguenti distanze minime:
 - a. 25 m, lungo le strade urbane di scorrimento e le strade urbane di quartiere, prima dei segnali stradali di pericolo e di prescrizione, degli impianti semaforici e delle intersezioni;
 - b. 20 m, lungo le strade locali, prima dei segnali stradali di pericolo e di prescrizione, degli impianti semaforici e delle intersezioni;
 - c. 15 m dagli altri cartelli e mezzi pubblicitari, dai segnali di indicazione e dopo i segnali stradali di pericolo e di prescrizione, gli impianti semaforici e le intersezioni;
 - d. 100 m dagli imbocchi delle gallerie.
8. Le insegne a bandiera dovranno essere collocate ad un'altezza non inferiore a mt. 3,50 dal piano stradale. La loro collocazione dovrà salvaguardare luci e vedute di terzi e non pregiudicare l'areoilluminazione degli edifici serventi e terzi.
9. La distanza del punto più sporgente degli impianti pubblicitari dal limite della carreggiata non potrà essere inferiore a 1,00 m. Le distanze si applicano nel senso delle singole direttrici di marcia. 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.

Art. 36 – Dimensioni

1. I cartelli, le insegne di esercizio e gli altri mezzi pubblicitari previsti dall'articolo 23 del codice e definiti nell'articolo 35, se installati fuori dai centri abitati non devono superare la superficie di 6 m², ad eccezione delle insegne di esercizio poste parallelamente al senso di marcia dei veicoli o in aderenza ai fabbricati, che possono raggiungere la superficie di 20 m²; qualora la superficie di ciascuna facciata dell'edificio ove ha sede l'attività sia superiore a 100 m², è possibile incrementare la superficie dell'insegna di esercizio nella misura del 10% della superficie di facciata eccedente 100 m², fino al limite di 50 m².
2. I cartelli, le insegne di esercizio e gli altri mezzi pubblicitari previsti dall'articolo 23 del codice e definiti nell'articolo 35, se installati entro i centri abitati non devono superare la superficie di 6 m², ad eccezione:
 - delle insegne di esercizio poste parallelamente al senso di marcia dei veicoli che possono raggiungere la superficie massima di 20 m²
 - delle insegne di esercizio poste in aderenza ai fabbricati, o sul tetto degli stessi che possono raggiungere la superficie massima di 70 m².
3. Le insegne, a base rettangolare, poste sui totem potranno avere una misura massima di mq 2,5 per ragione sociale, per una superficie complessiva di mq. 40;
4. L'eventuale logo del blocco commerciale, posto a cappello sul totem potrà avere forma diversa dalla base rettangolare.

Art. 37 – Casi particolari - Caratteristiche, dimensioni e posizionamento

1. È prevista la collocazione di preinsegne, per le attività del territorio, secondo lo schema "Allegato 2" al presente documento, realizzato e posizionato dall'Ente secondo le richieste presentate al Protocollo dell'Ente dalle aziende interessate.
2. La struttura su totem a bandiera delle preinsegne di cui al comma precedente potrà supportare due gruppi di sei preinsegne, se affiancate, per ogni senso di marcia.
3. La segnaletica ancorata al totem sarà realizzata in scatolato di dimensioni 150 cm di lunghezza per 30 cm di altezza e 20 cm di profondità. Avrà scritte gialle su fondo grigio e potrà contenere il logo colorato dell'azienda a cui si riferisce.
4. A cappello sul totem verrà posizionata un'insegna a cura dell'Ente, riportante la via e il logo dell'Area Shopping.
5. Qualora nella zona in cui si intende realizzare un impianto di preinsegne, le aziende che vi hanno sede sono di numero inferiore o uguale a tre, la struttura di sostegno potrà avere un'altezza di 2,5 m dalla sede stradale.
6. All'interno della "Zona Sagra", è consentito il posizionamento di un massimo di 5 cartelli, di dimensioni massime 3 mq, in base all'ordine di presentazione al protocollo comunale di dichiarazione su apposito modulo. La collocazione di tali cartelloni è consentita solo sulla parete del locale adibito a zona pranzo e avrà durata per un periodo non superiore a 12 mesi. In occasione di manifestazioni temporanee, la dichiarazione di posizionamento di cartelli dovrà essere effettuata a cura dell'organizzatore dell'evento e in tal caso il limite numerico potrà essere superato e il posizionamento sarà valutato dall'ufficio competente.

Art. 38 – Richiesta di autorizzazione

1. Chiunque intenda installare nel territorio comunale impianti pubblicitari deve inoltrare al competente ufficio, apposita domanda, in carta legale su stampato appositamente predisposto, di autorizzazione all'installazione di nuovo mezzo pubblicitario come definito dal presente Regolamento.
2. L'istanza dovrà contenere le seguenti indicazioni complete:
 - generalità, residenza e codice fiscale, del richiedente e dichiarazione dell'attività autorizzata;
 - strada o piazza e numero civico relativi alla collocazione o trasformazione;
 - nel caso di mezzi pubblicitari luminosi o illuminati, è necessario che sia dichiarato l'obbligo a presentare idonea certificazione di conformità dell'impianto a regola d'arte, ai sensi dell'art 7 del D.M. n. 37/2008;
 - la ragione sociale e la sede legale della ditta installatrice nonché il relativo numero di codice fiscale o partita IVA o il numero di iscrizione alla C.C.I.A.A.
3. Alla domanda deve essere allegata obbligatoriamente la seguente documentazione:
 - fotocopia del documento di identità del richiedente;
 - relazione tecnica descrittiva del manufatto richiesto e del luogo di inserimento dello stesso, comprensiva delle caratteristiche di realizzazione, dei materiali impiegati, dell'eventuale supporto e della qualità della luce emessa;
 - progetto del manufatto richiesto, con indicate dimensioni e caratteristiche, completo di sezione e verifica statica a firma di un tecnico abilitato (fondazioni e spinta del vento);

- autodichiarazione, redatta ai sensi della legge 4 gennaio 1968, n. 15, con la quale si attesti che il manufatto che si intende collocare sarà realizzato e posto in opera in modo da garantirne la stabilità, nella quale l'interessato si assume la totale responsabilità della sicurezza dell'impianto. Per ciascuna pratica verrà valutata la necessità di avvalersi di autocertificazione o se invece richiedere la certificazione a firma di un tecnico abilitato;
 - bozzetto del messaggio pubblicitario, se conosciuti; in caso di decisione successiva, sarà obbligo del gestore del supporto comunicare preventivamente tale bozzetto cui gli uffici comunali rilasceranno nulla osta, prima della sua collocazione nel supporto autorizzato.
 - rilievo dello stato dei luoghi ove il mezzo pubblicitario verrà collocato attraverso documentazione grafica e fotografica, particolareggiata e panoramica;
 - dichiarazione di consenso della proprietà allegando fotocopia del documento di identità nel caso che il richiedente diverso dal proprietario, ovvero la richiesta inerisca aree private diverse;
 - ulteriore documentazione richiesta dagli uffici comunali in riferimento alla tipologia dell'impianto pubblicitario;
4. La domanda potrà riferirsi a più impianti pubblicitari, allegando per ogni impianto l'opportuna documentazione.
 5. Qualora si intenda installare l'impianto su suolo pubblico, dovrà contestualmente essere richiesta l'apposita concessione di occupazione di suolo il cui rilascio sarà subordinato all'autorizzazione per l'installazione dell'impianto.
 6. I competenti uffici del Comune verificano la conformità dell'istanza alle norme e ai regolamenti entro 15 giorni dalla richiesta; entro lo stesso termine procedono alla richiesta di eventuali integrazioni. Nei 60 giorni successivi a tale termine deve avvenire il rilascio dell'autorizzazione o il motivato diniego.
 7. Trascorso il termine previsto al comma precedente senza che il Comune comunichi il proprio diniego, ovvero la motivata sospensione del procedimento per carenza e/o incompletezza della documentazione, la domanda s'intende rigettata.

Art. 39 – Procedimento istruttorio

1. Le richieste di cui all'articolo precedente devono essere istruite e definite in funzione di:
 - garantire la salvaguardia del patrimonio artistico ed architettonico, e il decoro dell'ambiente;
 - verificare il rispetto della legislazione vigente;
 - garantire l'esigenza dell'utenza.
2. Il Responsabile del procedimento, appositamente individuato dal Responsabile del Servizio Finanziario, acquisisce entro il termine indicato al quinto comma dell'articolo precedente, il parere del Comando di Polizia Locale ed eventualmente di altri Settori o Enti per quanto di rispettiva competenza e dispone contestualmente il procedimento di concessione di suolo pubblico qualora il mezzo pubblicitario interessi il suolo pubblico. Decorso i termini assegnati per l'emissione dei pareri, non superiori a 30 giorni, si prescinde dagli stessi.
3. I compiti del Responsabile del procedimento sono:
 - esaminare le domande in ordine progressivo al numero di protocollo di registrazione d'ufficio;
 - accertare la conformità della documentazione tecnica necessaria;

- proporre le eventuali modifiche ritenute necessarie per rendere i mezzi pubblicitari, oggetto di esame, conformi alle norme regolamentari;
 - convocare direttamente il richiedente e/o la ditta installatrice, nell'eventuale necessità di chiarimenti;
 - chiedere, per i mezzi pubblicitari da collocarsi su edifici di particolare interesse storico-artistico o per quelli di cui all'art. 35, l'eventuale campionatura del materiale impiegato e del colore prescelto;
 - prescrivere le modifiche ritenute necessarie affinché i mezzi pubblicitari possano inserirsi adeguatamente ed armoniosamente nell'ambiente;
 - acquisire i pareri di competenza di Settori diversi dell'Amministrazione Comunale;
 - convocare apposita conferenza di servizi ai sensi dell'art. 9 della legge n. 340/2000 qualora si renda necessario per il rispetto dei tempi e per i contenuti della domanda;
 - esprimere parere ampiamente motivato, specialmente in caso di rigetto della domanda formulando proposta al Responsabile di Servizio per la definizione del procedimento.
4. Ogni comunicazione inerente il procedimento è effettuata ai sensi, nei modi e per gli effetti previsti dalla legge n. 241/1990 e successive modificazioni ed integrazioni.

Art. 40 – Ammissibilità della comunicazione d’inizio attività

1. La procedura della comunicazione di inizio attività ai sensi dell'art. 19 e seguenti della legge n. 241/1990 e successive modifiche ed integrazioni è ammessa nei seguenti casi purché conformi alle prescrizioni del presente Regolamento:
 - mera sostituzione di insegne aventi le stesse caratteristiche di quella precedentemente autorizzata;
 - variazione, modifica o integrazione del messaggio pubblicitario delle insegne senza aumento di superficie dell'area interessata o del supporto;
 - collocazione di insegne e cartelli provvisori;
2. La comunicazione di cui sopra sarà oggetto di verifica tecnica e trasmessa ai servizi interessati per quanto di competenza, con rilascio all'interessato di copia della comunicazione presentata corredata di apposito visto.
3. Alla comunicazione di posa di mezzi pubblicitari temporanei su territorio comunale dovrà essere allegata ricevuta del versamento della relativa imposta di pubblicità e dell'eventuale tassa di occupazione suolo pubblico.

Art. 41 – Rilascio dell'autorizzazione

1. Entro il termine di 60 gg. dalla presentazione della richiesta verrà rilasciata l'autorizzazione all'installazione oppure verrà data comunicazione motivata del diniego al rilascio.
2. Il termine di cui al comma 1 è sospeso nel caso in cui l'Ufficio inviti il richiedente a produrre ulteriore documentazione.
3. Qualora la pubblicità sia effettuata su spazi ed aree pubbliche appartenenti al demanio o al patrimonio indisponibile del Comune, il pagamento dell'imposta di pubblicità non esclude il pagamento, oltre che della tassa di occupazione temporanea spazi ed aree pubbliche, di eventuali canoni di concessione.
4. L'autorizzazione si intende rilasciata a condizione che il richiedente provveda alla periodica manutenzione del relativo impianto.

Conseguentemente il Comune ha facoltà di richiedere quei lavori di pulizia, verniciatura e sostituzione e in genere di manutenzione che saranno ritenuti necessari per mantenere i mezzi pubblicitari in buono stato secondo le esigenze del decoro cittadino.

In caso di mancata ottemperanza entro 30 giorni dalla richiesta delle suindicate prescrizioni l'autorizzazione si intende revocata senza che l'utente abbia diritto a compensi o indennità di sorta.

5. Nel caso di mancata installazione nel termine di mesi sei, l'autorizzazione si intende revocata. Potrà essere riattivata previa presentazione di nuova istanza nei modi di cui all'art. 38.
6. L'autorizzazione sarà revocata per verificate inadempienze nell'assolvimento dei relativi obblighi tributari, per sopravvenute motivazioni riguardanti la sicurezza, o modifiche di norme e/o regolamenti.
7. L'autorizzazione non sostituisce la dichiarazione di cui all'articolo 13 del presente Regolamento che deve essere comunque e sempre presentata ai fini dell'assolvimento tributario di cui al Titolo II.
8. L'esposizione di mezzi pubblicitari è consentita senza il rilascio della prescritta autorizzazione nei casi di esposizione di targhe professionali di formato non superiore a cm 40x40, di locandine, targhe o scritte sui veicoli in genere, di pubblicità relativa a vendite e locazione di immobili posta sui fabbricati in vendita, fermo restando l'obbligo dell'assolvimento tributario di cui al punto 13.

Art. 42 – Contenuti dell'autorizzazione

1. Tutte le autorizzazioni sono rilasciate fatti salvi i diritti di terzi ed il Comune resta sollevato dal contenuto del messaggio pubblicitario. L'autorizzazione può essere revocata motivatamente per ragioni di pubblico interesse, fatti salvi gli altri casi di revoca.
2. L'autorizzazione rilasciata al richiedente deve contenere:
 - il numero di registro cronologico annuale di riferimento, al fine della catalogazione
 - il richiamo alle leggi, norme, regolamenti e disposizioni di riferimento, sia di natura urbanistica che commerciale;
 - l'obbligo del titolare dell'autorizzazione di provvedere alle misure di sicurezza eventualmente disposte dalle autorità competenti o dalla ditta installatrice;
 - la durata di tre anni, fatta salva l'indicazione di periodi minori;
 - la decadenza della stessa se non usufruita entro 180 giorni dalla data di comunicazione di avvenuto rilascio;
 - la decadenza in caso d'inosservanza delle prescrizioni contenute;
 - la decadenza in caso vengano meno le condizioni che costituivano i presupposti per il rilascio.
3. L'autorizzazione all'installazione di cartelli, insegne d'esercizio e di altri mezzi pubblicitari a carattere permanente ha validità per un periodo di tre anni solari (nel conteggio va calcolato l'anno di rilascio e fino al 31 dicembre dell'anno solare di scadenza) e si intende tacitamente rinnovata per ulteriori tre anni, qualora non intervenga in proposito disdetta da parte dell'interessato o da parte dell'Amministrazione comunale, a condizione che:
 - non risultino variazioni nella titolarità dell'autorizzazione (voltura, subentro o altro);
 - non siano state apportate modifiche di alcun tipo (colore, immagini, loghi, scritte, ecc...) agli impianti pubblicitari elencati nell'autorizzazione;

- si sia adempiuto al regolare assolvimento dei relativi obblighi tributari.

Art. 43 – Rimozione dei mezzi pubblicitari o degli impianti per affissioni dirette

1. Gli impianti pubblicitari installati senza aver inoltrato e ottenuto la prevista autorizzazione all'installazione sono abusivi. Sono da ritenersi impianti abusivi anche quegli impianti per i quali si è provveduto alla revoca dell'autorizzazione ai sensi del precedente art. 41 comma 5.
2. Il Comune dispone, mediante ordinanza del Responsabile del Servizio Finanziario, la rimozione degli impianti pubblicitari abusivi nonché la rimozione o lo spostamento di qualsiasi mezzo pubblicitario, di tabelle murali, di stendardi o di impianti destinati alle affissioni dirette in altre posizioni del territorio del Comune, quando ciò sia imposto da esigenze estetiche, di servizio o di viabilità, oppure da cause di forza maggiore quali la demolizione o la costruzione di edifici o altre esigenze di interesse pubblico. L'onere della rimozione incombe in solido sui soggetti di cui all'art. 9 del presente Regolamento e sul proprietario dell'immobile cui è posta l'installazione.
3. Nell'ordinanza viene prevista, in caso di inottemperanza all'ordine di rimozione o di spostamento entro il termine assegnato, l'esecuzione d'ufficio, addebitando all'utente le spese relative.
4. Il sistema pubblicitario rimosso, è custodito presso locali o spazi individuati allo scopo dal Responsabile del Servizio LL.PP. e Manutenzione del Patrimonio. Gli oneri della custodia sono parimenti e interamente a carico dei responsabili dell'abuso. Tali oneri sono determinati in 5 Euro per ogni giorno o frazione di durata della custodia.
5. La rimozione non esclude l'applicazione delle sanzioni previste dall'art. 33.
6. Ogni comunicazione o notizia agli interessati inerente il contenuto del presente articolo è effettuata ai sensi, nei modi e per gli effetti della legge n. 241/1990 e successive modificazioni ed integrazioni.
7. Per il recupero di somme comunque dovute e non corrisposte ai sensi del precedente articolo si osserva il procedimento esecutivo previsto dal R.D. n. 639/1910.
8. Per la riscossione dell'imposta sulla pubblicità e dei diritti sulle pubbliche affissioni opera a favore del Comune il privilegio previsto dall'art. 2752, terzo comma, del Codice Civile.

Art. 44 – Limitazione alla pubblicità effettuata a mezzo apparecchi amplificatori

1. È consentita nel territorio comunale, esclusivamente previa istanza, la pubblicità effettuata a mezzo apparecchi amplificatori e simili, secondo quanto stabilito dall'art. 13 del D.Lgs 30.4.92 n. 285, così come modificato dal D.Lgs. 19.9.93 n. 360 con le seguenti limitazioni:
 - a) la pubblicità, effettuata in modo da essere percepibile dalle vie o altro luogo pubblico è consentita dalle ore 9 alle ore 12 e dalle ore 16 alle ore 19.
 - b) è vietata la pubblicità con apparecchi amplificatori e simili, in prossimità di case di cura e di riposo e, durante le ore di lezione o di cerimonie, in prossimità di scuole pubbliche e di edifici di culto.

- c) l'intensità della voce e dei suoni deve essere in ogni caso attenuata e tale da non arrecare disturbo acustico alle persone.

Art. 45 – Impianti destinati alle pubbliche affissioni

1. Rientrano fra gli impianti pubblici, tutti quei manufatti che per caratteristiche strutturali e collocazione, sono destinate alle affissioni di natura istituzionale, sociale e commerciale e vengono gestiti dal Comune, ovvero dal suo concessionario, secondo le norme di cui al D.Lgs. 15 novembre 1993 n. 507 e del Titolo III del presente Regolamento.
2. Gli impianti, di norma, sono costituiti da strutture metalliche che supportano tabelle aventi dimensioni multiple del modulo di cm 70x100 atte a contenere manifesti, così come definiti dal comma 4 dell'art. 47 del DPR 16 dicembre 1992 n. 495 concernenti il regolamento di attuazione del nuovo codice della Strada a seconda della loro struttura e dimensione, gli impianti vengono così ripartiti:
 - a. Tabelle monofacciali, supportate o meno da pali di sostegno, collocate su posizioni murali o in aderenza a muri o comunque costituite di una sola faccia, posizionate in senso verticale o orizzontale rispetto a piano stradale ed aventi le seguenti dimensioni:
 - Verticali.....cm 70x100, 100x140, 140x200
 - Orizzontalicm 100x70, 140x100, 200x140
 - b. Tabelle bifacciali (stendardi), costituite da tabelle del tipo di cui alla lettera a) supportate da strutture in ferro di sezione adeguata, opportunamente protette da zincatura a caldo, ed i cui pali di sostegno siano ancorati al suolo in modo da assicurare stabilità statica all'impianto. La distanza del bordo inferiore delle tabelle su pali dalla banchina stradale non deve superare l'altezza di cm 100 – le dimensioni delle singole tabelle sono identiche a quelle monofacciali e precisamente:
 - tabelle verticali.....cm 70x100, 100x140, 140x200
 - tabelle orizzontalicm 100x70, 140x100, 200x140
 - c. Impianti grandi formati (POSTERS)

Vi rientrano quegli impianti normalmente destinati alle affissioni di natura commerciale e possono essere collocati su pareti, ovvero su palificazioni di sezione adeguata e tale da assicurare la stabilità statica al manufatto.

La parte tabellare destinata alle affissioni può raggiungere la dimensione massima di cm 600x300 e deve essere delimitata, perimetralmente, da cornice non superiore a cm 15 di altezza.

Detti impianti devono essere costituiti da materiale resistente alle intemperie e possono, all'occorrenza, essere collocati in posizione bifacciale.
3. La superficie complessiva degli impianti è quella indicata nel precedente articolo 5 comma 3; essa è interamente posta nella disponibilità del servizio pubblico.

Detta superficie è ripartita nelle seguenti fasce di utilizzazione, con indicazione per ciascuna fascia del quantitativo percentuale rispetto alla superficie complessiva.

 - a. Impianti destinati alle affissioni di natura istituzionale

Vi rientrano tutte le comunicazioni amministrative e sociali effettuate dal Comune, dallo Stato, dalle Provincie e dalle Regioni o altri Enti pubblici (escluso le affissioni elettorali) per un quantitativo pari al 20% della superficie complessiva di cui all'art. 5 comma 3, pari a mq 50;
 - b. Impianti destinati alle affissioni prive di rilevanza economica

Vi rientrano in particolare gli impianti, localizzati con criteri zonal, destinati all'affissione di necrologi ed ove del caso regolati con opportuno disciplinare per un quantitativo pari al 10% della superficie complessiva di cui all'art. 5 comma 3, pari a mq 28;

c. Impianti destinati alle affissioni commerciali

Vi rientrano tutti gli impianti attraverso i quali il servizio pubblico si riserva la collocazione dei manifesti aventi rilevanza economica e per la parte non affidata a soggetti privati per un quantitativo pari al 70% della superficie complessiva di cui all'art. 5 comma 3, pari a mq 199;

4. In eccedenza alla superficie complessiva di cui all'articolo 5 comma 3 viene disposta l'attribuzione a privati per l'installazione di impianti pubblicitari per l'affissione diretta una superficie massima pari al 20% della superficie obbligatoria prevista dall'art. 18 comma 3 del D.L.gs. 507/1993.
5. Vengono confermate le localizzazioni, i quantitativi e le tipologie degli impianti per le affissioni già installate alla data di entrata in vigore del presente Regolamento. In base ai criteri sopra indicati il Dirigente competente, previa ricognizione e verifica del rispetto delle quantità di cui al precedente articolo 5, comma 3 e delle relative ripartizioni di cui al punto 3 del presente articolo, le localizzazioni degli impianti di pubblica affissione distribuendole per destinazione d'uso. Ove del caso disporrà le integrazioni necessarie agli impianti esistenti, ovvero le sostituzioni parziali o totali degli impianti onde adeguarli ai quantitativi e destinazioni previsti dal presente Regolamento.

Art. 46 – Assegnazione di spazi per le affissioni dirette

1. Ai sensi dell'articolo 3, del D.Lgs. 507/93 potrà essere attribuita a soggetti privati, in forma concessoria, la facoltà di installare impianti per l'effettuazione di affissioni dirette.

La superficie complessiva assegnabile a tale scopo è fissato in 55 mq.

Detta superficie non è compresa in quella complessivamente destinata al servizio pubblico secondo il disposto di cui al precedente articolo 45, talché deve considerarsi eccedente la disponibilità pubblica, e riferita esclusivamente agli impianti di grande formato.

Tali impianti devono essere forniti e collocati a cura e spese del privato richiedente nel rispetto di tutte le norme previste per gli impianti pubblicitari e specificate negli artt. 36 e seguenti del presente Regolamento.

2. Detti spazi, ove del caso, saranno affidati in concessione ai privati mediante la procedura concorsuale della licitazione previa predisposizione di apposito capitolato d'oneri che preveda la durata della concessione, l'ammontare del deposito cauzionale, l'obbligo del pagamento di un canone di concessione e della tassa di occupazione spazi ed aree pubbliche se collocati, gli impianti, sul suolo pubblico nonché tutte le disposizioni cautelative con esplicito richiamo alle procedure concernenti le autorizzazioni relative agli impianti pubblicitari.
3. Sono fatti salvi i diritti nascenti da contratti di concessione in atto.

Art. 47 – Divieti e limitazioni

1. È vietata l'installazione di qualsiasi mezzo pubblicitario permanente nelle aree verdi pubbliche e private (aiuole, parchi e giardini) e nelle piazze, ove sono consentite solo installazioni di insegne di esercizio e di impianti a carattere temporaneo

nonché installazioni pubblicitarie posizionate dal gestore del verde pubblico da concordare con il competente Ufficio. È fatta deroga per i cartelli informativi posti direttamente dall'Amministrazione Comunale.

2. È vietato utilizzare alberi, pali di illuminazione pubblica o strutture provvisorie per l'apposizione di mezzi pubblicitari.
3. È vietata l'apposizione dei mezzi pubblicitari su impianti della segnaletica stradale.
4. È vietata la collocazione di mezzi pubblicitari di qualsiasi tipo sulla carreggiata.
5. È vietata la posa o l'installazione di mezzi pubblicitari sui marciapiedi.
6. È vietata la collocazione dei mezzi pubblicitari a ridosso delle abitazioni, quando tale installazione, per le dimensioni del manufatto, sia d'impedimento o di preclusione anche parziale, alla visibilità esterna dalle finestre dell'immobile prospettanti l'area interessata all'installazione o la strada pubblica.
7. È vietata l'esposizione di pubblicità avente contenuto e/o immagini lesive del decoro, del buon costume, del pubblico pudore, della fede religiosa e/o delle appartenenze di genere, culturali e nazionali delle persone. Nel caso in cui la comunicazione commerciale apparisse manifestamente contraria ai principi sopra esposti, il Responsabile del Servizio Finanziario, fermo restando quanto previsto dagli artt. 528 e 725 del C.P. e dalla Legge 12.dicembre.1960 n° 1591, ordina alla Ditta proprietaria dell'impianto, obbligata in solido con il soggetto pubblicizzato, l'immediata copertura del messaggio pubblicitario e dispone che l'ufficio competente provveda ad emettere, previa diffida, provvedimento di decadenza dell'autorizzazione e sanzione amministrativa nei confronti della Ditta proprietaria dell'impianto.
8. È vietato collocare nell'ambito e in prossimità di luoghi sottoposti a vincoli a tutela di bellezze naturali e paesaggistici o di edifici o di luoghi di interesse storico, artistico o religioso cartelli e altri mezzi pubblicitari di qualsiasi natura.
9. Per motivi di pubblico interesse le disposizioni di cui al comma precedente possono essere derogate, previa autorizzazione del competente ufficio, relativamente a cartelli pubblicitari non permanenti riferiti allo svolgimento di manifestazioni aventi carattere ricreativo, culturale, sportivo, religioso, politico, limitatamente al periodo di svolgimento delle manifestazioni a cui i cartelli fanno riferimento e ai 7 giorni precedenti e 24 ore successive. Sono fatte salve le norme di legge relative alla pubblicità elettorale e politica.
10. In tutto il territorio comunale non è consentita l'installazione di insegne, di cartelli e di targhe che vadano a coprire od offuscare gli elementi decorativi degli edifici, quali fregi, lesene, fasce marcapiano e marcadavanzale, cantonate, conci, chiavi di volta, lunette dei vani, e quanto a questo assimilabile.
11. Le scritte sulle insegne, sui cartelli e sulle targhe, nonché su qualsiasi altro mezzo iconografico pubblicitario, devono essere, di norma, in lingua italiana. Sono ammesse scritte in lingua estera purché accompagnate dalla fedele traduzione in lingua italiana.
12. Sono escluse dalle disposizioni del comma precedente, i loghi, i termini e i vocaboli di lingue estere ormai entrati nella terminologia corrente, nonché i marchi di fabbrica e i nomi di aziende.
13. È vietato utilizzare lo stemma del Comune di Rogno, nella realizzazione di mezzi pubblicitari ad eccezione dei casi in cui il Comune ha concesso il patrocinio. L'emblema suddetto è costituito nelle forme e caratteristiche riprodotte sul gonfalone della città.
14. In tutto il territorio comunale è vietato il volantaggio effettuato mediante lancio di volantini sul suolo pubblico o affissione ai parabrezza delle auto in sosta. La

stessa forma di pubblicità potrà essere effettuata previa richiesta da presentarsi al Servizio Finanziario, nelle forme previste all'art. 23, c. 4.

15. È vietata la pubblicità effettuata mediante la sosta di veicoli pubblicitari di cui all'art. 54, comma 1 lett. g) D.Lgs. n. 285/1992 e dell'art. 203, comma 2, lett. q) del D.P.R. n. 495/1992 (c.d. "posterbus" o "vela"), salvo presentazione di dichiarazione di posa di mezzi pubblicitari (vela) e di eventuale occupazione suolo pubblico, qualora la sosta avvenga su suolo comunale (per un periodo non superiore a mesi 3), vistata da parte del competente Ufficio Comunale. Copia della dichiarazione vistata dovrà essere esposta in modo visibile sull'automezzo e corredata delle ricevute di versamento dell'imposta di pubblicità e dell'eventuale tassa di occupazione suolo pubblico. In assenza del visto sulla dichiarazione o in assenza di esposizione della stessa sui veicoli in sosta, la pubblicità dovrà essere rimossa ovvero coperta in modo tale che sia privata di efficacia.

TITOLO VI – NORME FINALI E TRANSITORIE

Art. 48 – Norme finali

1. Per tutto quanto non previsto dal presente Regolamento si applicano, in materia di imposta comunale sulla pubblicità e di diritto sulle pubbliche affissioni, le disposizioni di cui al Capo I del Decreto Legislativo 15 novembre 1993 n. 507, oltre che le altre norme di legge in materia.
2. Per quanto non espressamente previsto nel presente Regolamento valgono le disposizioni di cui al C.D.S. e relativo Regolamento di esecuzione ed ogni altra disposizione normativa afferente la materia.
3. Viene contestualmente abrogato il Regolamento dell'imposta sulla pubblicità e dei diritti sulle pubbliche affissioni approvato dal Consiglio Comunale in data 16.05.2012 con atto n. 18, successivamente modificato in data 27.11.2013 con atto n. 28.
4. Il presente Regolamento entra in vigore a far data dal 01.01.2015.

Art. 49 – Norme transitorie

1. I mezzi pubblicitari installati sulla base di autorizzazioni in essere all'entrata in vigore del presente Regolamento e non rispondenti alle disposizioni dello stesso, dovranno essere adeguati alla nuova normativa, o in caso di impossibile adeguamento rimossi, entro il 31 dicembre 2015. In caso di mancato adeguamento o rimozione si applica l'art. 43 del presente Regolamento, considerandosi tali installazioni come abusive.
2. Il tacito rinnovo del titolo autorizzativo di cui all'art. 42 c. 3, non trova applicazione per i mezzi e gli impianti pubblicitari installati in difformità al presente Piano Generale degli Impianti Pubblicitari.

Art. 50 - Adattamenti dei mezzi pubblicitari esistenti

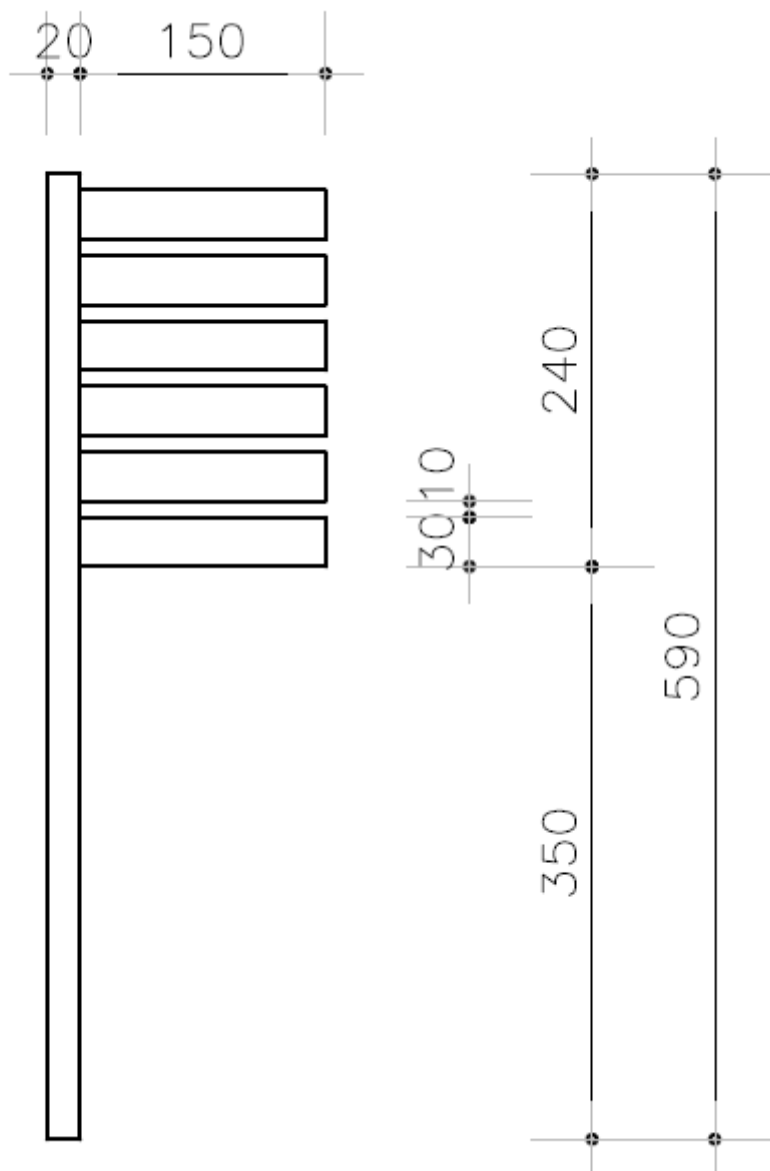
1. L'Ufficio competente provvede alla verifica e all'eventuale conferma delle situazioni esistenti sul territorio comunale, secondo le procedure di cui ai commi seguenti.
2. Tutti gli impianti conformi al Regolamento si intendono confermati secondo le prescrizioni e i limiti fissati nel relativo titolo abilitativo; in caso di insegne di esercizio, di cui al precedente articolo 35, realizzate da oltre dieci anni e non

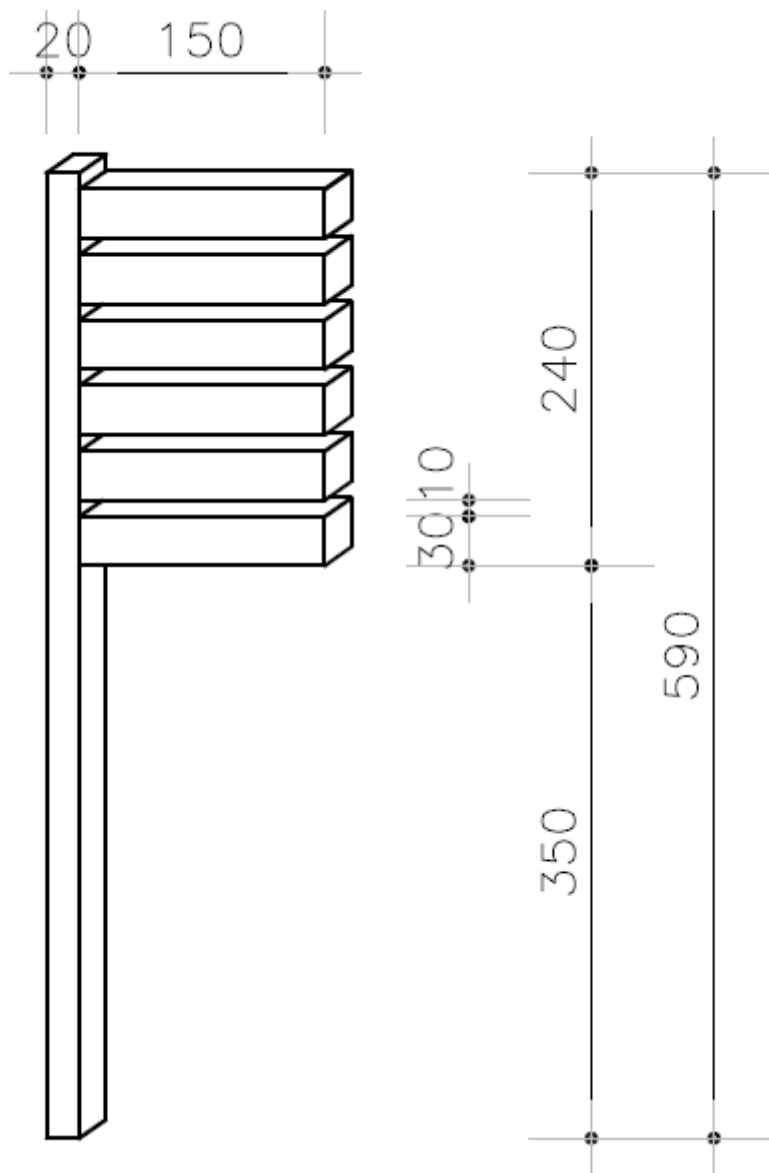
palesamente difformi, si procede alla presa d'atto da parte dell'Ufficio competente, previa autocertificazione da parte dell'interessato, con idonea documentazione allegata e versamento dei diritti di segreteria. Nella presa d'atto l'Ufficio competente può indicare tempi e modi per la migliore armonizzazione dell'impianto.

3. Le installazioni di cui al precedente art. 35 che risultino non conformi alle prescrizioni del Regolamento, sono adeguate entro il 31 dicembre 2015; in mancanza si procede alla rimozione in danno del soggetto proprietario.
4. Le insegne esistenti su palina, dovranno essere raggruppate in totem per area omogenea, entro il 31 dicembre 2015, nel rispetto dell'art. 35 comma 5 del presente regolamento.

ALLEGATO 1

TOTEM TIPO PER AREE OMOGENEE





ALLEGATO 2

PREINSEGNE TIPO

