



CITTA' DI BIELLA
MEDAGLIA D'ORO AL VALOR MILITARE

Regolamento per l'Imposta sulla Pubblicità ed i Diritti sulle Pubbliche Affissioni

I N D I C E

TITOLO I

Art . 1: Contenuto del regolamento pag. 3

Art . 2: Classificazione del Comune pag. 3

**Art . 3: Criteri per la formazione del piano generale degli impianti per la
pubblicità e per le pubbliche affissioni pag. 3**

Art . 4: Definizioni e tipologie d'impianti pag. 4

TITOLO II

IMPOSTA SULLA PUBBLICITA'

Art . 5: Oggetto e modalità d'applicazione dell'imposta pag. 5

Art . 6: Luoghi pubblici e luoghi aperti al pubblico pag. 6

Art . 7: Criterio residuale pag. 6

Art . 8: Soggetto passivo pag. 6

Art . 9: Dichiarazione pag. 6

Art .10: Qualità degli impianti pag. 7

Art .11: Limitazione delle forme di pubblicità per ragione di pubblico interesse pag. 7

Art .12: Individuazione delle località comprese nella categoria speciale pag. 7

Art .13: Caratteristiche dei cartelli e dei mezzi pubblicitari pag. 7

Art .14: Caratteristiche dei cartelli e dei mezzi pubblicitari luminosi pag. 8

Art .15: Dimensioni dei cartelli pubblicitari pag. 8

Art .16: Ubicazione lungo le strade e le fasce di pertinenza pag.10

Art .17: Ubicazione dei mezzi pubblicitari nelle stazioni di servizio e nelle aree di parcheggio pag.11

Art .18: Pubblicità su veicoli pag.11

Art .19: Pubblicità fonica pag.12

Art .20: Modalità per ottenere l'autorizzazione all'installazione di Impianti pag.13

Art .21: Installazione di materiale pubblicitario nei centri abitati pag.13

Art .22: Canone di concessione e TOSAP pag.13

Art .23: Autorizzazione all'installazione di materiale pubblicitario pag.14

Art .24: Obblighi del titolare dell'autorizzazione pag.15

Art .25: Modalità di effettuazione di pubblicità varia pag.15

Art .26: Targhette di identificazione pag.15

Art .27: Vigilanza pag.16

Art .28: Adattamenti delle forme di pubblicità esistenti pag.16

TITOLO III

AFFISSIONI

Art .29: Individuazione delle località comprese nella categoria speciale pag.17

Art .30: Soggetti tenuti al pagamento dei diritti sulle pubbliche affissioni pag.17

Art .31: Quantità delle superfici da adibire alle pubbliche affissioni pag.17

Art .32: Ripartizione della superficie degli impianti pubblici da destinare alle affissioni pag.18

Art .33: Spazi privati per le affissioni pag.18

Art .34: Modalità per l'effettuazione del servizio delle pubbliche affissioni pag.19

TITOLO IV

MODALITA' DI RISCOSSIONE DELL'IMPOSTA DI PUBBLICITA' E PUBBLICHE AFFISSIONI

Art .35: Atti contabili della gestione pag.19

Art .36: Funzionario responsabile. Rappresentante del concessionario pag.19

Art .37: Versamento e rendiconto della gestione del servizio pag.20

Art .38: Apertura dell'ufficio pag.20

Art .39: Pagamento dell'imposta pag.20

Art .40: Rateazioni pag.21

Art .41: Riduzioni pag.21

Art .42: Esenzione pag.22

Art .43: Tariffa pag.23

Art .44: Disciplina delle maggiorazioni e riduzioni dell'imposta pag.24

Art .45: Rimborsi – Modalità pag.24

Art .46: Deliberazione di affidamento della gestione in concessione. Principi generali pag.25

Art .47: Deliberazione affidamento gestione pag.25

Art .48: Controlli pag.25

Art .49: Disciplina per l'applicazione delle sanzioni pag.26

Art .50: Abrogazioni e sostituzioni pag.26

Art .51: Norme transitorie e finali pag.26

ALLEGATI:

Località comprese nella categoria speciale

DOCUMENTAZIONE:

- Testo Decreto Legislativo 507/1993 - CAPO I

- Decreto Ministero delle Finanze 26 Aprile 1994

TITOLO I

Art . 1

Contenuto del Regolamento

Il presente regolamento disciplina le modalità di applicazione dell'imposta di pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni, nonchè l'effettuazione del servizio relativo, ferme restando le disposizioni contenute nel D. Lgs. del 15/11/1993 n. 507.

Art . 2

Classificazione del Comune

In conformità all'Art .2 del D. Lgs. n.507/93 il Comune di Biella appartiene alla 3° classe, essendo la popolazione residente al 31/12/1992 di n. 47.945 unità.

Art . 3

Criteria per la formazione del piano generale degli impianti per la pubblicità e per le pubbliche affissioni.

In concomitanza alla redazione od aggiornamento dei piani urbani del traffico di cui all'Art .36 del vigente Codice della Strada, si procederà alla redazione o all'aggiornamento del piano degli impianti per la pubblicità e per le pubbliche affissioni, di cui all'Art .3 del D. Lgs..507/93, sentita la commissione edilizia.

I criteri per la redazione del suddetto piano sono i seguenti:

- a. Analisi del pregresso andamento della richiesta di pubblicità e pubbliche affissioni e del prevedibile incremento della domanda;
- b. Individuazione delle quantità di superficie da destinare alle pubbliche affissioni in maniera proporzionale al numero di abitanti di ogni quartiere. Nel numero degli abitanti si dovrà tenere conto anche dei soggetti non residenti, ma che per ragioni di lavoro, di accesso agli uffici, scuole ecc. frequentano il quartiere, ai fini della quantificazione dei rapporti di cui all'Art .18 – 3° comma - D. Lgs. 507 del 1993;
- c. Individuazione dei punti per la collocazione di impianti pubblicitari ed impianti per le PP. AA. nel rispetto della disciplina di cui all'Art .23 del D. Lgs. 30/4/1992 n. 285 (Nuovo Codice della strada) e degli articoli 47, 48, 49, 50, 51, 52, 53, 54, 55, 56, 57, 58, 59 del D.P.R. 16/12/1992 n. 495 (relativo Regolamento di esecuzione).
- d. Caratteristiche tipologiche dei materiali e degli impianti.
- e. Individuazione delle aree di posizionamento di materiali pubblicitari di arredo e di materiale parapetonale.
- f. Individuazione di posti per la installazione di frecce segnaletiche, di aziende, imprese ecc.

Art . 4

Definizioni e Tipologia impianti

Ferme restando le disposizioni degli artt.5 e 18 del D. Lgs. n. 507/93, per pubblicità si intende la diffusione di messaggi effettuata a cura diretta degli interessati, con proprie attrezzature ed apparecchiature indicate negli articoli 12,13,14,15 del citato D. Lgs.

Per affissioni pubbliche si intendono le esposizioni di manifesti avvisi o fotografie effettuate in spazi all'uopo riservati.

E' da considerare "insegna" la scritta in caratteri alfanumerici, completata eventualmente da un simbolo o da un marchio realizzata e supportata con materiali di qualsiasi natura, installata nella sede dell'attività a cui si riferisce con funzione di identificazione del luogo di esercizio della attività economica. Può essere luminosa sia di luce propria che per luce indiretta.

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.

Si definisce "cartello" quel manufatto bifacciale/ monofacciale, supportato da una idonea struttura di sostegno, che è finalizzata alla diffusione di messaggi pubblicitari o propagandistici sia direttamente sia tramite sovrapposizione di altri elementi; esso è utilizzabile in entrambe le facciate anche per immagini diverse. Può essere luminoso sia per luce propria che per luce indiretta.

Si considera "manifesto" l'elemento bidimensionale realizzato in qualsiasi materiale, privo di rigidità, finalizzato alla diffusione di messaggi pubblicitari o propagandistici, affisso su apposita tabella, su strutture murarie o su altri supporti. Non può essere luminoso né per luce propria né per luce indiretta.

Si considera **striscione, locandina o stendardo** l'elemento bidimensionale realizzato in materiale di qualsiasi natura, privo di rigidità, mancante di una superficie di appoggio o comunque non aderente alla stessa, finalizzato alla promozione pubblicitaria di manifestazioni o spettacoli. Può essere luminoso per luce indiretta.

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

E' da qualificare "**impianto di pubblicità**" qualunque manufatto finalizzato alla pubblicità o alla propaganda sia di prodotti che di attività e non individuabile, secondo le definizioni precedenti, né come insegna, né come cartello, né come manifesto, né come segno orizzontale reclamistico. Può essere luminoso sia per luce propria che per luce indiretta.

Nel termine generico "**altri mezzi pubblicitari**", indicato negli articoli successivi, sono da ricomprendere i seguenti elementi inerenti la pubblicità: insegne, segni orizzontali reclamistici, impianti di pubblicità o propaganda, striscioni, locandine e stendardi.

TITOLO II

IMPOSTA SULLA PUBBLICITA'

Art . 5

Oggetto e modalità di applicazione dell'imposta

L'imposta sulla pubblicità si applica alla diffusione di messaggi pubblicitari, attraverso forme di comunicazione visive o acustiche, diverse da quelle assoggettate al diritto sulle pubbliche affissioni, effettuate in luoghi pubblici o aperti al pubblico o che sia da tali luoghi percepibile.

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

La predetta imposta si applica altresì agli impianti affissionistici recanti pubblicità effettuata mediante affissioni dirette, anche per conto altrui, di manifesti e simili di cui al comma 3 dell'Art .12 del D. Lgs.. n. 507/93.

L'imposta 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.

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 superfici inferiori a trecento centimetri quadrati.

Per i mezzi pubblicitari polifacciali l'imposta è calcolata in base alla superficie complessiva adibita alla pubblicità.

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.

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.

Qualora la pubblicità di cui agli articoli 12 e 13 del D. Lgs. 507/1993 venga effettuata in forma luminosa o illuminata la relativa tariffa di imposta è maggiorata del 100 per cento.

A chiarimento dell'Art .17 del D. Lgs.. 15/11/1993 n. 507, non rientrano nel concetto di pubblicità i cartelli, che seppur esposti al pubblico, non presentano alcun contenuto o richiamo pubblicitario diretto o indiretto, ma si limitano a mere comunicazioni, ancorché contengano la indicazione dell'impresa che effettua tali comunicazioni, quali gli avvisi di fermata degli autobus di linea, i cartelli SIP, quelli di singoli privati per indicare divieti di accesso o di circolazione etc.

Egualemente non sono soggette a imposta di pubblicità le iscrizioni contenute su utensili che rientrano nella esclusiva disponibilità del singolo utente e il relativo messaggio al pubblico.

Parimenti i depliant pubblicitari scontano la imposta di pubblicità solo se esposti in luogo pubblico o aperto al pubblico; sono esenti pure i mezzi pubblicitari la cui superficie sia inferiore a 300 cmq.

Art . 6

Luoghi pubblici e luoghi aperti al pubblico

Per luoghi pubblici si intendono le vie, le piazze, i giardini pubblici e le aree comunque aperte al pubblico passaggio o a cui chiunque può accedere in ogni momento senza limitazioni o condizioni. Per luoghi aperti al pubblico si intendono i locali e le aree che siano destinati a spettacoli pubblici, a pubblici esercizi, ad attività commerciali o ai quali chiunque può accedere soltanto in certi momenti o adempiendo a speciali condizioni poste da chi nel luogo medesimo eserciti un diritto o una potestà.

Art . 7

Criterio residuale

Le attività che non soggiacciono alla disciplina delle pubbliche affissioni, sono soggette alla disciplina della pubblicità, ancorché la non assoggettabilità alle pubbliche affissioni derivi dalla mancata attuazione del relativo servizio, ai sensi dell'Art .18 comma II del D. Lgs..15/11/1993 n. 507.

Art . 8

Soggetto passivo

E' tenuto al pagamento dell'imposta sulla pubblicità colui che dispone a qualsiasi titolo del mezzo attraverso il quale il messaggio pubblicitario viene diffuso.

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

Art . 9

Dichiarazione

Il soggetto passivo di cui all'Art .8 è tenuto, prima di iniziare la pubblicità, a presentare al comune apposita dichiarazione anche cumulativa, nella quale devono essere indicate le caratteristiche, la durata della pubblicità e l'ubicazione dei mezzi pubblicitari utilizzati su apposito modello all'uopo predisposto.

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; in tal caso si procederà al conguaglio fra l'importo dovuto in seguito alla nuova dichiarazione e quello pagato per lo stesso periodo.

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.

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. 507/1993, si presume effettuata in ogni caso con decorrenza dal primo gennaio dell'anno in cui è stata accertata; per le altre fattispecie la presunzione opera dal primo giorno del mese in cui è stato effettuato l'accertamento.

Art . 10

Qualità degli impianti.

Tutti gli impianti per la effettuazione di pubblicità dovranno essere realizzati con materiali durevoli, non deperibili e che peraltro si presentino esteticamente adeguati alle caratteristiche architettoniche ove avviene la installazione.

Art . 11

Limitazione forme di pubblicità per ragioni di pubblico interesse

Particolari limitazioni potranno essere introdotte dal Sindaco mediante emissione di apposita ordinanza laddove motivi di interesse pubblico lo richiedano, con riferimento in particolare alla pubblicità sonora e alla distribuzione di manifesti.

E' vietata la pubblicità mediante lancio di manifestini.

Art . 12

Individuazione delle località comprese nella categoria speciale

Agli effetti dell'Art .4 del D. Lgs.. 15/11/1993 n. 507 appartengono alla Categoria Speciale le località indicate nell'allegato A) al presente regolamento.

Appartengono alla categoria normale, le restanti località del territorio comunale.

Nelle località appartenenti alla categoria speciale la tariffa base della imposta sulla pubblicità è aumentata del 150 %.

Art . 13

Caratteristiche e dei cartelli e dei mezzi pubblicitari

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.

Qualora le suddette strutture costituiscano 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 all'installazione.

I cartelli e gli altri mezzi pubblicitari devono avere sagoma regolare, la quale in ogni caso non può essere quella di disco o di triangolo. L'uso del colore rosso deve essere limitato esclusivamente alla riproduzione di marchi depositati e non potrà comunque superare 1/5 dell'intera superficie del cartello o altro mezzo pubblicitario.

Il bordo inferiore di cartelli e degli altri mezzi pubblicitari posti in opera deve essere, in ogni suo punto, ad una quota superiore di mt. 1,5 rispetto a quella della banchina stradale misurata nella sezione stradale corrispondente. I segni orizzontali reclamistici ove consentiti, devono essere realizzati con materiali rimovibili ma ben ancorati, nel momento dell'utilizzo, alla superficie stradale e che garantiscano una buona aderenza dei veicoli sugli stessi.

Le installazioni a bandiera possono essere consentite anche in forma di pannello monofacciale o bifacciale a condizione che si presentino traforate onde consentire una minore resistenza ai venti. In ogni caso la responsabilità per eventuali rotture o cadute farà carico esclusivamente nei confronti dell'installatore il quale risponderà per eventuali danni causati a terzi o a cose di proprietà di terzi.

Art . 14

Caratteristiche dei cartelli e dei mezzi pubblicitari luminosi

Le sorgenti luminose, i cartelli e gli altri mezzi pubblicitari posti fuori dai centri abitati, lungo o in prossimità delle strade dove non è consentita l'installazione, 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.

Entro i centri abitati valgono le limitazioni previste dal Regolamento di Polizia Urbana.

Art . 15

Dimensioni dei cartelli pubblicitari

I cartelli e gli altri mezzi pubblicitari previsti dal presente regolamento, se installati fuori dai centri abitati non devono superare la superficie di 6 metri quadrati, ad eccezione delle insegne poste parallelamente al senso di marcia dei

veicoli che possono raggiungere la superficie di 20 metri quadrati; se installati entro i centri abitati le limitazioni dimensionali suddette sono stabilite dai regolamenti comunali.

Peraltro la loro installazione dovrà avvenire in maniera tale da non impedire la visibilità della segnaletica stradale o di altri cartelli di interesse pubblico, quali indicazioni di servizi pubblici, fermate di mezzi di linea i quali dovranno essere visibili da una distanza nel senso di marcia, di almeno mt. 20.

Art . 16

Ubicazione lungo le strade e le fasce di pertinenza

Fuori e dentro i centri abitati è vietata l'affissione di manifesti a distanza inferiore a mt. 10 dalla sede stradale. L'affissione è consentita nelle piazze, parcheggi, giardini e superfici non interessate al transito veicolare.

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

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

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

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

Il posizionamento di cartelli e di altri mezzi pubblicitari entro i centri abitati, salvo quanto previsto al successivo comma 5, è vietato in tutti i punti indicati al

comma precedente, e, ove consentito, esso deve essere autorizzato ed effettuato nel rispetto delle seguenti distanze minime:

- m. 50 dagli altri cartelli e mezzi pubblicitari, dai segnali stradali e dalle intersezioni;
- m. 100 dal punto di tangenza delle curve orizzontali e dagli imbocchi delle gallerie;
- m. 100 dal vertice dei raccordi verticali concavi e convessi.

Per le distanze dal limite della carreggiata si applicano le norme del regolamento comunale.

Le limitazioni di cui sopra non si applicano alle transenne parapetonali a condizione che i messaggi pubblicitari siano posti solo sulla facciata rivolta ai pedoni.

Le norme di cui ai commi 2 e 4, e quella di cui al comma 3 limitatamente al posizionamento in curva, non si applicano per le insegne collocate parallelamente al senso di marcia dei veicoli ed in aderenza a fabbricati o comunque ad una distanza non inferiore a 3 m. dal limite della sede stradale, semprechè siano rispettate le disposizioni dell'Art .23 comma I del Codice della Strada approvato con D. Lgs.. 30-4-1992 n. 285.

Le distanze indicate ai commi 2 e 4, ad eccezione di quelle relative alle intersezioni, non devono essere rispettate per i cartelli e gli altri mezzi pubblicitari collocati in posizione parallela al senso di marcia dei veicoli e posti in aderenza, per tutta la loro superficie, a fabbricati o comunque ad una distanza non inferiore a m. 3 dal limite della sede stradale.

Entro i centri abitati, in occasione della redazione del piano generale della pubblicità di cui al precedente Art .3, vengono individuati gli spazi ove è consentita la collocazione di cartelli degli altri mezzi pubblicitari.

Fuori dai centri abitati può essere autorizzata la collocazione per ogni senso di marcia, di un solo cartello pubblicitario di indicazione delle stazioni di rifornimento di carburante e delle stazioni di servizio, della superficie massima di mq. 3 ferme restando tutte le altre disposizioni del presente articolo. I cartelli non possono essere collocati a distanza inferiore a 200 m. tra di loro e dagli altri cartelli.

Lungo le strade e in prossimità delle stesse è ammessa la posa in opera di cartelli o altri mezzi pubblicitari abbinati alla prestazione di servizi per gli utenti della strada, quali orologi, contenitori per rifiuti, panchine, pensiline, indicazioni toponomastiche ed altre, semprechè siano rispettate le distanze minime previste dai commi 2 e 4 del presente articolo. Nel caso in cui ciascun cartello abbinato ad un servizio abbia una superficie di esposizione inferiore a mq. 1,00 non si applicano le distanze rispetto ai cartelli ed agli altri mezzi pubblicitari.

I segni orizzontali reclamistici sono ammessi unicamente:

- all'interno di aree ad uso pubblico di pertinenza di complessi industriali o commerciali;
- lungo il percorso di manifestazioni sportive o su aree delimitate, destinate allo svolgimento di manifestazioni di vario genere, limitatamente al periodo di svolgimento delle stesse ed alle 24 ore precedenti e successive.

Per essi non si applica il comma 3 e le distanze di cui ai commi 2 e 4 si applicano unicamente rispetto ai segnali stradali orizzontali.

L'esposizione di striscioni, locandine e stendardi è ammessa unicamente durante il periodo di svolgimento della manifestazione o dello spettacolo cui si riferisce oltre che durante la settimana precedente e le 24 ore successive allo stesso. Per gli striscioni, le locandine e gli stendardi le distanze, dagli altri cartelli e mezzi pubblicitari, previste dai commi 2 e 4 si riducono rispettivamente a m. 100 ed a m. 25.

E' vietata la collocazione di cartelli ed altri mezzi pubblicitari a messaggio variabile, aventi un periodo di variabilità inferiore a 10 minuti, in posizione trasversale al senso di marcia dei veicoli.

E' vietata la collocazione di cartelli e di altri mezzi pubblicitari sui bordi dei marciapiedi e dei cigli stradali.

Art . 17

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

Nelle stazioni di servizio e nelle aree di parcheggio possono essere collocati cartelli e mezzi pubblicitari la cui superficie complessiva non superi il 5% delle aree occupate dalle stazioni di servizio e dalle aree di parcheggio, se trattasi di strade di tipo C e F, e 1% delle stesse aree se trattasi di strade di tipo A e B, come classificate dall'Art .2 del D. Lgs.. 30/4/1992 n. 285, sempreché gli stessi non siano collocati lungo il fronte stradale, lungo le corsie di accelerazione e decelerazione e in corrispondenza degli accessi.

Nelle stazioni di servizio e nelle aree di parcheggio lungo le strade di tipo D ed E, ferme restando le norme relative alla installazione nei centri abitati, valgono le percentuali previste rispettivamente per le strade di cui alla lettera C e alla lettera F, come classificate dall'Art .2 del D. Lgs.. 30-4-1992, n. 285.

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

Art . 18

Pubblicità sui veicoli.

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

- a. che sia realizzata con un pannello rettangolare piano bifacciale, saldamente ancorato al di sopra dell'abitacolo del veicolo e posto in posizione parallela al senso di marcia;
- b. che esponga messaggi di immediata percezione che non impegnino particolarmente l'attenzione dei conducenti di altri veicoli;
- c. che sia resa luminosa solamente in condizione di marcia del veicolo;
- d. che il pannello abbia le dimensioni esterne di cm. 75x35 e le dimensioni utili per l'esposizione del messaggio pubblicitario di cm. 70x30;
- e. che la superficie di esposizione sia realizzata, in misura non inferiore ai 4/10, con un colore di fondo neutro;
- f. che siano esclusi i colori rosso, verde e giallo;
- g. che l'intensità luminosa del pannello non sia superiore a 100 candele per metro quadrato.

L'apposizione sui veicoli di pubblicità non luminosa è consentita, salvo quanto previsto ai successivi commi 3 e 4, se realizzata senza creare sporgenze rispetto alla superficie del veicolo. Sulle autovetture ad uso privato è consentita unicamente l'apposizione del marchio e della ragione sociale della ditta cui appartiene il veicolo, entro i limiti dell'Art .13 del D. Lgs.. 15/11/1993 n. 507.

La pubblicità non luminosa per conto terzi è consentita sui veicoli adibiti al trasporto di linea alle seguenti condizioni:

- a. che non sia realizzata mediante messaggi variabili;
- b. che non sia esposta sulla parte anteriore del veicolo;
- c. che sulle altre parti del veicolo sia limitata alle superfici distanti almeno cm. 20 dai dispositivi di segnalazione visiva e di illuminazione e dalle targhe;
- d. che sia contenuta entro forme geometriche regolari;
- e. che, se realizzata mediante pannelli aggiuntivi, gli stessi non sporgano di oltre tre centimetri rispetto alla superficie sulla quale sono applicati.

La pubblicità non luminosa per conto terzi è consentita sui veicoli adibiti al servizio taxi alle seguenti condizioni:

- A. che sia realizzata con un pannello rettangolare piano bifacciale, saldamente ancorato al di sopra dell'abitacolo del veicolo e posto in posizione parallela al senso di marcia;
- B. che il pannello abbia le dimensioni esterne di cm.75x35;
- C. che non sia realizzata mediante messaggi variabili;
- D. mediante apposizione di pannelli esterni al veicolo e che non costituisca limitazioni alla visibilità da parte del conducente.

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

- a. che la pellicola utilizzata abbia caratteristiche di rifrangenza non superiori a quelle di classe 1;
- b. che la superficie della parte rifrangente non occupi più di due terzi della fiancata del veicolo e comunque non sia superiore a tre metri quadrati;
- c. che il colore bianco sia contenuto nella misura non superiore ad 1/6 della superficie;
- d. che sia esposta unicamente sui fianchi del veicolo a distanza non inferiore a cm.70 dai dispositivi di segnalazione visiva;
- e. che non sia realizzata mediante messaggi variabili.

In tutti i casi di cui ai commi precedenti le scritte, i simboli e la combinazione dei colori non devono generare confusione con i segnali stradali e in particolare non devono avere: forme di disco o di triangolo; disegni confondibili con simboli segnaletici regolamentari di pericolo, obbligo, prescrizione o indicazione; colore rosso, salvo per la riproduzione di marchi depositati nei limiti di 1/5 della superficie utilizzata.

E' vietata qualunque forma di pubblicità luminosa all'interno dei veicoli.

Art . 19

Pubblicità fonica

Ai fini di cui all'articolo 155 del D. Lgs.. 30-4-1992, n. 285, con gli autoveicoli, motoveicoli, rimorchi e ciclomotori non è consentito effettuare pubblicità fonica. Possono essere diffusi unicamente messaggi di pubblico interesse disposti dall'autorità di pubblica sicurezza o dal sindaco.

La pubblicità fonica è consentita, previa autorizzazione del sindaco, da candidati a cariche pubbliche per tutto il tempo della campagna elettorale.

Art . 20

Modalità per ottenere l'autorizzazione alla installazione degli impianti

Il presente regolamento prevede una armonizzazione degli iter autorizzatori con quanto previsto dalle statuizioni del codice della strada.

In via generale si statuisce che il Comune in virtù delle linee principali del piano generale degli impianti, si avvale della facoltà di cui al comma 6 dell'Art .23 del Codice della Strada, ossia della facoltà di concedere deroghe alle norme relative alle distanze minime per il posizionamento dei cartelli e degli altri mezzi pubblicitari nel rispetto delle esigenze di sicurezza della circolazione stradale.

Se il mezzo viene collocato fuori del centro abitato si rimanda integralmente alle norme del Codice della Strada e suo Regolamento di esecuzione e di attuazione.

Il comune non dà corso alle istanze per l'installazione di impianti pubblicitari, ove i relativi provvedimenti non siano già stati adottati alla data di entrata in vigore

del D. L.vo 507/1993 né può autorizzare l'installazione di nuovi impianti fino all'approvazione del piano generale previsto dall'Art .3 del presente Regolamento.

Art . 21

Installazione di materiale pubblicitario nei centri abitati

Se il mezzo viene collocato nel centro urbano, così come definito dall'Art .3 del Codice della Strada, si applicherà il seguente iter:

1. Domanda in carta legale, indirizzata al Sindaco contenente le generalità del richiedente, nonché l'esatta individuazione delle zone in cui il mezzo stesso viene installato.
2. Disegno in duplice copia riportante le esatte misure del mezzo stesso nonché le caratteristiche tecniche.
3. Foto della zona in cui verrà installato il mezzo pubblicitario.
4. Documentazione di cui alle lettere a), b) e c) del comma I dell'Art .23 del presente Regolamento.

Per il procedimento valgono le norme di cui al successivo Art .23.

Art . 22

Canone di concessione e tassa occupazione spazi ed aree pubbliche

Qualora la pubblicità 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.

Nel determinare la misura dei canoni il Comune avrà riguardo alle soggezioni che derivano alla strada e al vantaggio che l'utente ne ricava.

Art . 23

Autorizzazione alla installazione di materiale pubblicitario

Ferme restando le disposizioni contenute nell'Art .53 del Regolamento di attuazione del Codice stradale approvato con D.P.R. 16-12-1992 n. 495 il soggetto interessato al rilascio di una autorizzazione per l'installazione di cartelli o di altri mezzi pubblicitari deve presentare la relativa domanda presso il competente ufficio del Comune, allegando:

- a. una dichiarazione, redatta ai sensi della legge 4 gennaio 1968 n. 15, con la quale si attesti che il manufatto che si intende collocare è stato calcolato e realizzato e sarà posto in opera, tenendo conto della natura del terreno e della spinta del vento, in modo da garantire la stabilità;

- b. un bozzetto del messaggio da esporre e una planimetria in duplice copia ove è riportata la posizione nella quale si richiede l'autorizzazione all'installazione. Possono essere allegati anche più bozzetti, precisando il tempo di esposizione previsto per ciascuno di essi e che comunque non può essere inferiore a tre mesi. Se la domanda è relativa a cartelli o a altri mezzi pubblicitari per l'esposizione di messaggi variabili devono essere allegati bozzetti di tutti i messaggi previsti;
- c. autorizzazione dell'Ente proprietario della strada se diverso dal Comune, ovvero, nulla osta di cui all'Art .23 comma 5 codice stradale.

L'ufficio ricevente la domanda restituisce all'interessato una delle due copie della planimetria riportando sulla stessa gli estremi di ricevimento.

L'ufficio competente entro i 60 giorni successivi, concede o nega, in tal caso motivandolo, il rilascio dell'autorizzazione. L'autorizzazione all'installazione di cartelli o di altri mezzi pubblicitari ha validità per un periodo di tre anni ed è rinnovabile; essa deve essere intestata al soggetto richiedente.

Il corrispettivo che il soggetto richiedente deve versare per il rilascio dell'autorizzazione deve essere determinabile da parte dello stesso soggetto sulla base di un prezzario annuale, comprensivo di tutti gli oneri esclusi solo quelli previsti dall'Art .405 del regolamento di attuazione del codice stradale.

Tale prezzario deve essere predisposto e reso pubblico da parte dell'ufficio competente entro il trenta novembre dell'anno precedente a quello di applicazione del listino.

Fuori dai centri abitati, qualora il soggetto titolare dell'autorizzazione decorsi almeno tre mesi, fermo restando la durata della stessa, intenda variare il messaggio pubblicitario riportato su un cartello o su un altro mezzo pubblicitario, deve farne domanda, allegando il bozzetto del nuovo messaggio, all'ente competente, il quale è tenuto a rilasciare l'autorizzazione entro i successivi quindici giorni, decorsi i quali si intende rilasciata.

Entro i centri abitati è ammessa, senza ulteriore autorizzazione, la variazione dei messaggi esposti sui cartelli e sugli altri mezzi pubblicitari, dopo un periodo di esposizione degli stessi non inferiore a quindici giorni, purché tale intendimento sia dichiarato nella domanda di autorizzazione e, comunque, nel rispetto dei termini della stessa.

Le disposizioni di cui ai commi precedenti si applicano anche per i cartelli e gli altri mezzi pubblicitari, di proprietà delle amministrazioni comunali, dati in concessione ad altri soggetti.

Art . 24

Obblighi del titolare dell'autorizzazione

E' fatto obbligo al titolare dell'autorizzazione di:

- a. verificare il buono stato di conservazione dei cartelli e degli altri mezzi pubblicitari;
- b. effettuare tutti gli interventi necessari al loro buon mantenimento;
- c. adempiere nei tempi richiesti a tutte le prescrizioni impartite dall'ente competente ai sensi dell'Art .405 comma 1 del regolamento di esecuzione del Codice della Strada, al momento del rilascio dell'autorizzazione od anche successivamente per intervenute e motivate esigenze;
- d. procedere alla rimozione nel caso di decadenza o revoca dell'autorizzazione o di insussistenza delle condizioni di sicurezza prevista all'atto dell'installazione o di motivata richiesta da parte dell'ente competente al rilascio.

E' fatto obbligo al titolare dell'autorizzazione, rilasciata per la posa di segni orizzontali reclamistici, nonché di striscioni, locandine e stendardi, nei casi previsti dall'Art .51 comma 9 del regolamento di attuazione del codice stradale, di provvedere alla rimozione degli stessi entro le 24 ore successive alla conclusione della manifestazione o dello spettacolo per il cui svolgimento sono stati autorizzati, ripristinando il preesistente stato dei luoghi ed il preesistente grado di aderenza delle superfici stradali.

Art . 25

Modalità di effettuazione della pubblicità varia

Relativamente alla pubblicità varia di cui all'Art .15 del D. Lgs.. 15 novembre 1993 n. 507 valgono i seguenti principi:

- La pubblicità effettuata con aeromobili o palloni frenati è soggetta al pagamento della relativa imposta ove il mezzo pubblicitario insista sul territorio comunale.
- La distribuzione di volantini resta subordinata, al rispetto del regolamento comunale di Polizia urbana. Ove tale regolamento non lo consenta in tutto o su parte del territorio comunale detta attività non potrà essere autorizzata.
- La pubblicità sonora in conformità alla previsione del regolamento attuativo del Nuovo Codice della Strada D. Lgs.. 16-12-1992 n. 495 è consentita soltanto mediante installazione in posto fisso e fermo restando il rispetto delle condizioni e limitazioni di cui al precedente articolo 18 del presente regolamento.

Art . 26

Targhette di identificazione

Su ogni cartello o mezzo pubblicitario autorizzato dovrà essere saldamente fissata, a cura e a spese del titolare dell'autorizzazione, una targhetta metallica, posta in posizione facilmente accessibile, sulla quale sono riportati con caratteri incisi i seguenti dati:

- amministrazione che l'autorizza;

- soggetto titolare;
- numero dell'autorizzazione;
- progressiva chilometrica del punto di installazione;
- data di scadenza.

La targhetta di cui al comma precedente deve essere sostituita ad ogni rinnovo dell'autorizzazione ed ogni qualvolta intervenga una variazione di uno dei dati su di essa riportati.

Art . 27

Vigilanza

Gli enti proprietari delle strade sono tenuti a vigilare, a mezzo del proprio personale competente in materia di viabilità, sulla corretta realizzazione e sull'esatto posizionamento dei cartelli e degli altri mezzi pubblicitari rispetto a quanto autorizzato.

Gli stessi enti sono obbligati a vigilare anche sullo stato di conservazione e sulla buona manutenzione dei cartelli e degli altri mezzi pubblicitari oltrechè sui termini di scadenza delle autorizzazioni concesse.

Qualunque inadempienza venga rilevata da parte del personale incaricato della vigilanza, dovrà essere contestata a mezzo di specifico verbale al soggetto titolare dell'autorizzazione che dovrà provvedere entro il termine fissato. Decorso tale termine l'ente proprietario, valutate le osservazioni avanzate entro dieci giorni dal soggetto, provvede d'ufficio rivalendosi per le spese sul soggetto titolare dell'autorizzazione.

La vigilanza può essere, inoltre, svolta da tutto il personale di cui all'Art .12, comma 1 del Codice Stradale il quale trasmette le proprie segnalazioni all'ente proprietario della strada per i provvedimenti di competenza.

Limitatamente al disposto dell'articolo 23, comma 3 del Codice Stradale, la vigilanza può essere svolta, nell'ambito delle rispettive competenze, anche da funzionari dei Ministeri dell'Ambiente e dei Beni Culturali, i quali trasmettono le proprie segnalazioni all'ente proprietario della strada per i provvedimenti di competenza.

Tutti i messaggi pubblicitari e propagandistici che possono essere variati senza autorizzazione ai sensi dell'articolo 23, se non rispondenti al disposto dell'articolo 23, comma 1 del Codice Stradale, devono essere rimossi entro le 48 ore successive alla notifica del verbale di contestazione, a cura e spese del soggetto titolare dell'autorizzazione o del concessionario. In caso di inottemperanza si procede d'ufficio.

Tutti i messaggi, esposti difformemente dalle autorizzazioni rilasciate, dovranno essere rimossi, previa contestazione scritta, a cura e spese del soggetto titolare dell'autorizzazione o del concessionario, entro il termine di 48 ore dalla diffida pervenuta.

In caso d'inottemperanza si procede d'ufficio.

Art . 28

Adattamenti delle forme di pubblicità esistenti

I cartelli o mezzi pubblicitari installati sulla base di autorizzazioni in essere all'atto dell'entrata in vigore del presente Regolamento e non rispondenti alle disposizioni dello stesso, devono essere rimossi entro 12 mesi dalla sua entrata in vigore, a cura e a spese del titolare dell'autorizzazione, fatto salvo il diritto dello stesso al rimborso della somma anticipata per la residua durata dell'autorizzazione non sfruttata.

Per i cartelli e gli altri mezzi pubblicitari per i quali, in base alle distanze minime occorre provvedere, a cura e a spesa del titolare dell'autorizzazione, ad uno spostamento, si procede, per ogni lato della marcia, effettuando gli spostamenti unicamente negli interspazi risultanti tra i successivi punti di riferimento (intersezioni, segnali stradali). I cartelli e gli altri mezzi pubblicitari che non possono più trovare collocazione in ciascuno degli interspazi devono essere rimossi e possono essere ricollocati in altro tratto stradale disponibile solo dopo il rilascio di una nuova autorizzazione per la diversa posizione, fermi restando la durata e gli importi già corrisposti con l'autorizzazione originaria.

TITOLO III

DIRITTI SULLE PUBBLICHE AFFISSIONI

Art . 29

Individuazione delle località comprese nella categoria speciale

Agli effetti dell'Art .4 del D. Lgs. 15/11/1993 n. 507 sono comprese nella Categoria Speciale le località indicate nell'allegato A) al presente regolamento.

Appartengono alla Categoria normale le restanti località del territorio comunale.

Nelle località appartenenti alla categoria speciale la tariffa base del diritto sulla Pubbliche Affissioni limitatamente a quelle commerciali, è aumentato del 150 %.

Art . 30

Soggetti tenuti al pagamento dei diritti sulle pubbliche affissioni

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.

Per colui nell'interesse del quale il servizio è richiesto" si intende il soggetto, persona fisica o giuridica nel cui interesse immediato il messaggio viene pubblicizzato e/o il cui prodotto viene ad essere reclamizzato.

Art . 31

Quantità delle superfici da adibire alle pubbliche affissioni

La superficie complessiva degli impianti delle pubbliche affissioni nell'ambito del territorio comunale è fissata in complessivi mq 1.728 pari a mq 36 per ogni 1000 abitanti su una popolazione di n. 47.945 abitanti al 31/12/1992 arrotondati a n. 48.000.

Detta superficie include le affissioni dirette, quelle a domanda nonché quelle istituzionali sociali senza rilevanza economica. In caso di variazione della popolazione si procederà all'adeguamento automatico delle superfici.

Art . 32

Ripartizione della superficie degli impianti pubblici da destinare alle affissioni

In esecuzione della previsione di cui all'Art .3 comma III del D. Lgs..15/11/1993 n. 507 gli impianti pubblici da destinare alle affissioni pubbliche individuati al precedente Art .31 sono suddivisi nelle seguenti percentuali:

- a. spazi di natura istituzionale, sociale e comunque privi di rilevanza economica: 10%;
- b. spazi per affissioni di natura commerciale: 80%;
- c. spazi destinati all'affissione diretta da parte di privati, comunque diversi dal concessionario del pubblico servizio 10%.

Quanto alla ubicazione dei medesimi, questi dovranno essere possibilmente suddivisi percentualmente come segue:

- quanto alle quote di cui alle lettere a) e c): limite massimo 50% in Categoria Speciale;
- quanto alla quota di cui alla lettera b): limite massimo 40% in Categoria Speciale.

Art . 33

Spazi privati per le affissioni

Gli spazi di cui all'Art .32 comma 1, lett. c), dovranno essere usati esclusivamente per l'effettuazione di affissioni commerciali, essendo le affissioni

di natura istituzionale, sociale o culturale già previste negli spazi affissionistici pubblici, soddisfacenti in maniera completa le esigenze del settore.

Gli spazi privati verranno assegnati a seguito delibera di giunta.

L'iter autorizzativo può nascere in due modi:

- a. a seguito di domanda spontanea di ditta o società specializzata;
- b. In virtù di riscontrate nuove esigenze e in conformità alle linee generali del piano enunciate all'Art .3. In ogni caso, la giunta dovrà contattare più ditte o società specializzate onde meglio verificare le proposte formulate al fine di scegliere la migliore in rapporto alle esigenze del Comune.

Se l'iter nasce secondo i dettami di cui alla lettera a), l'ordine di presentazione dell'offerta costituisce, nei limiti della congruità della stessa, titolo preferenziale.

In ogni caso lo stesso soggetto privato non potrà possedere più di un terzo degli spazi privati destinati alle affissioni.

Con la delibera di aggiudicazione viene approvato anche il relativo disciplinare.

Art . 34

Modalità per l'effettuazione del servizio delle affissioni

I committenti devono consegnare o far pervenire, franco di ogni spesa, all'ufficio competente il quantitativo dei 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 e regolamenti.

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

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

Le pubbliche affissioni devono essere effettuate secondo l'ordine di precedenza risultante dal ricevimento della commissione, che deve essere annotata in apposito registro cronologico.

La mancanza di spazi disponibili deve essere comunicata al committente per iscritto entro 10 giorni dalla richiesta di affissione.

TITOLO IV

MODALITA' DI RISCOSSIONE DELL' IMPOSTA DI PUBBLICITA' E PUBBLICHE AFFISSIONI

Art . 35

Atti contabili della gestione

Fermo restando la disposizione di cui agli artt.9 e 19 del D. Lgs..15/11/1993 n. 507 in ordine alle modalità di riscossione della imposta di pubblicità e dei diritti sulle pubbliche affissioni, la gestione contabile del servizio sarà regolata dal D.M. Finanze in data 26/04/1994 (B.U. n. 130/94) e dal citato D. Lgs.. n. 507/93.

In conformità all'Art .9 comma III del D. Lgs..15/11/1993 n. 507 per le affissioni di carattere non commerciale è consentito il pagamento diretto presso l'ufficio delle affissioni pubbliche il cui addetto ne rilascerà ricevuta mediante stacco di bolletta a madre e figlia e contabilizzazione nel relativo registro giornaliero degli incassi e annotazione sul registro delle comunicazioni.

Art . 36

Funzionario responsabile . Rappresentante del Concessionario

Il Comune, nel caso di gestione diretta, designa un funzionario cui sono attribuiti la funzione ed i poteri per l'esercizio di ogni attività organizzativa e gestionale della tassa per l'occupazione di spazi ed aree pubbliche; il predetto funzionario sottoscrive anche le richieste, gli avvisi di accertamento, i provvedimenti relativi e dispone i rimborsi.

Nel caso di gestione del servizio in concessione le attribuzioni di cui al comma 1 spettano al Concessionario del servizio, sotto la supervisione e vigilanza del Comune.

L'Amministrazione comunicherà alla Direzione Centrale per la Fiscalità Locale del Ministero delle Finanze il nominativo del funzionario responsabile entro sessanta giorni dalla sua nomina.

Nell'espletamento dell'attività il Concessionario del servizio può agire per mezzo di un rappresentante, munito di apposita procura, che non si trovi nei casi di incompatibilità previsti dall'Art .29 del decreto legislativo 507/1993. Di cui dovrà essere fornita al Comune dichiarazione, resa a norma della Legge n° 15/68, unitamente al deposito dell'atto di conferimento della procura.

Il personale addetto al servizio dovrà essere munito di apposita tessera di riconoscimento, rilasciata dal Comune.

Art . 37

Versamento e rendiconto della gestione del servizio

Per il versamento dei proventi del servizio e per la resa del rendiconto si osserveranno le norme di cui all'Art .26 del D. Lgs. N. 507/93 e del D.M. Finanze 26/4/94.

Art . 38

Apertura dell'ufficio

Con provvedimento del Sindaco viene fissato l'orario di apertura dell'ufficio al pubblico, possibilmente nell'arco della intera giornata onde facilitare l'accesso del pubblico.

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

Art . 39

Pagamento dell'imposta

L'imposta sulla pubblicità è dovuta per le fattispecie previste dall'Art .12, commi 1 e 3, dall'Art .13 e dall'Art .14, commi 1 e 3 del D. Lgs. 507/1993, per anno di riferimento cui corrisponde una autonoma obbligazione tributaria. Per le altre fattispecie il periodo d'imposta è quello specificato nelle relative disposizioni.

Il pagamento deve essere effettuato mediante versamento in conto corrente postale intestato al Comune ovvero, in caso di affidamento in concessione, al suo concessionario, cui arrotondamento a mille lire per difetto se la frazione non è superiore a lire cinquecento o per eccesso se è superiore. L'attestazione dell'avvenuto pagamento deve essere allegata alla prescritta dichiarazione.

La ricevuta del bollettino postale attestante il pagamento della imposta sulla pubblicità o del diritto sulle pubbliche affissioni deve essere conservata a cura del richiedente ed essere esibita a richiesta degli agenti del Comune o del concessionario del servizio. Per la pubblicità veicolare essa deve essere trattenuta in copia unitamente ai documenti di circolazione del mezzo.

Per le attività e le installazioni che non abbisognano di particolari autorizzazioni, la ricevuta di pagamento costituisce titolo autorizzato alla effettuazione dell'attività.

Art . 40

Rateazioni

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 lire tre milioni.

Il ritardo nel pagamento della rata determina l'applicazione della sanzione di cui al 2° comma dell'Art .23 del D. Lgs..507/1993; ove il ritardo abbia a superare 15 giorni è facoltà dell'ufficio procedere alla rimozione e all'oscuramento del materiale pubblicitario, revocando la facoltà del pagamento rateale.

E' facoltà del responsabile dell'imposta richiedere la prestazione di un versamento cauzionale a garanzia pari all'importo di ogni trimestralità.

Art . 41

Riduzioni

IMPOSTA SULLA PUBBLICITA'

La tariffa è ridotta del 50%:

- 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.

DIRITTI SULLE PUBBLICHE AFFISSIONI

La tariffa per il servizio è ridotta del 50%:

- 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;
- 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 . 42

Esenzioni

IMPOSTA SULLA PUBBLICITA'

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, nonchè 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, nonchè 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, nonchè 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;
- g. la pubblicità comunque effettuata in via esclusiva dallo Stato e dagli enti pubblici territoriali;
- h. le insegne, le targhe e simili apposte per l'individuazione delle sedi di comitati, associazioni, fondazioni ed ogni altro ente che non persegua scopo di lucro;
- i. le insegne, le targhe e simili la cui esposizione sia obbligatoria per disposizione di legge o di regolamento sempre che le dimensioni del mezzo usato, qualora non espressamente stabilite, non superino il mezzo metro quadrato di superficie.

DIRITTI SULLE PUBBLICHE AFFISSIONI

Sono esenti dal diritto:

- 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 . 43

Tariffe

Per effetto della deliberazione della C.C. n. 38 del 22/2/1994 esecutiva per d. t. la tariffa base per l'imposta sulla pubblicità e i diritti sulle pubbliche affissioni sono le seguenti (importi ancora da aumentare del 18% ex deliberazioni di C.C. n.14 del 20/01/98 e n.21 del 08/02/99):

IMPOSTA SULLA PUBBLICITA'

Pubblicità ordinaria: (Art .12 D. Lgs.n.507/93)

1. Per la pubblicità annuale: L. 24.000 annue al mq.
2. Per le pubblicità aventi durata non superiore a tre mesi: L. 2.400 al mq. per ogni mese o frazione

Per la pubblicità veicolare (Art .13 D. Lgs..507/93) effettuata all'interno o all'esterno di veicoli in genere di uso pubblico o privato:

1. Per anno solare L. 24.000 al mq. sulla superficie complessiva dei mezzi pubblicitari posti su ciascun veicolo. Ove la pubblicità posta all'esterno del veicolo abbia una superficie compresa fra mq. 5,5 e mq. 8,5 la tariffa di cui al punto 1) è aumentata del 50%; se di superficie superiore a mq. 8,5 la tariffa di cui al punto 1) è aumentata del 100%.
2. Con veicoli di proprietà per anno solare
 - per autoveicoli con portata superiore a Kg 3000 L. 144.000
 - per autoveicoli con portata inferiore a Kg 3000 L. 96.000
 - altri veicoli e motoveicoli L. 48.000

La tariffa suddetta è raddoppiata per i veicoli circolanti con rimorchio; non è dovuta l'imposta per l'indicazione del marchio, della ragione sociale e dell'indirizzo dell'impresa, purchè sia apposta non più di 2 volte e ciascuna iscrizione non sia di superficie superiore a 1/2 mq.

Per i veicoli adibiti ad uso pubblico l'imposta è dovuta al comune che ha rilasciato la licenza di esercizio; per i veicoli adibiti a servizi di linea interurbana l'imposta è dovuta nella misura della metà a ciascuno dei comuni in cui ha inizio e fine la corsa; per i veicoli adibiti ad uso privato l'imposta è dovuta al comune in cui il proprietario del veicolo ha la residenza anagrafica o la sede.

Pubblicità con pannelli luminosi a messaggio variabile o intermittente (Art .14 D.L.gs.507/93).

Se effettuata per conto altrui:

1. Per anno solare: L. 96.000 al mq.
2. Per un periodo non superiore a tre mesi: L. 9.600 al mq. per ogni mese o frazione.

Se effettuata per conto proprio dell'impresa, le tariffe di cui ai precedenti n. 1) e sono ridotte alla metà.

Pubblicità con proiezioni luminose, cinematografiche, diapositive (indipendentemente dalla superficie adibita alla proiezione):

1. Per ogni giorno e fino a 30 giorni: L. 6.000
2. Per ogni giorno oltre i 30 giorni: L.3.000

Pubblicità varia

1. Pubblicità con striscioni o similari per ogni mq. e per ogni 15 gg. o frazione: L. 24.000
2. Pubblicità con aeromobili per ogni giorno o frazione: L.144.000
3. Pubblicità con pallone frenato per ogni giorno o frazione: L. 72.000
4. Pubblicità con distribuzione, anche con veicoli, i manifestini o materiali analoghi per ogni giorno e per ogni persona impiegata: L. 6.000
5. Pubblicità sonora. Per ogni punto di pubblicità e ciascun giorno: L. 18.000

DIRITTI SULLE PUBBLICHE AFFISSIONI:

Per ogni foglio fino a cm. 70 x 100

1. Per i primi dieci giorni: L. 2.400
2. Per ogni periodo successivo di cinque giorni o frazione: L.720

Per ogni commissione inferiore a 50 fogli il diritto è maggiorato del 50%.

Per i manifesti costituiti da otto fino a dodici fogli il diritto è maggiorato del 50%; per quelli costituiti da più di dodici fogli è maggiorato del 100%.

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

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 L. 50.000 per ciascuna commissione.

Art . 44

Disciplina delle maggiorazioni e riduzioni dl Imposta

Tutte le maggiorazioni di tariffa previste dal decreto legislativo e dal presente regolamento si applicano singolarmente sulla tariffa base e sono cumulabili; le riduzioni non sono cumulabili.

Art . 45

Rimborsi - Modalità

Qualora risultino versate somme non dovute, i contribuenti possono richiedere al Comune, con istanza motivata, il loro rimborso entro 2 anni dal pagamento, oppure da quello in cui è stato effettivamente accertato il diritto alla restituzione, allegando alla richiesta l'originale della/e ricevuta/e del versamento.

Il responsabile dell'imposta, entro 60 giorni dalla presentazione dell'istanza ne dispone il rimborso ovvero ne dispone il rigetto motivandolo.

Eventuali richieste di integrazioni o chiarimenti sospendono il termine di cui al 2° comma del presente articolo che tornerà a decorrere dalla data di integrazione della documentazione.

Sulle somme rimborsate saranno corrisposti gli interessi di mora in misura del 7% per ogni semestre compiuto dalla data dell'eseguito pagamento.

Art . 46

Deliberazione di affidamento della gestione in concessione. Principi Generali

In conformità all'Art .25 del D. Lgs..15/11/1993 n. 507 il servizio di accertamento e riscossione della imposta di pubblicità e delle pubbliche affissioni può essere esercitato dal Comune nelle seguenti forme organizzative:

- a. in forma diretta
- b. in concessione ad apposita azienda speciale di cui all'Art .22 comma 3 lett. c) della legge 8-6-1990 n. 142;
- c. ovvero in concessione a soggetti privati.

Ove l'Amministrazione Comunale intenda avvalersi delle forme di cui alle lettere b) e c) la relativa scelta deve essere preceduta da apposito studio comparativo che dimostri essere quella prescelta la forma più conveniente sotto il profilo economico e funzionale, cumulativamente considerati.

Quanto alle modalità di scelta del concessionario si procederà mediante gara di evidenza pubblica per la ipotesi di cui alla lettera c).

Per le forme di gestione affidate a terzi torneranno applicabili le disposizioni di cui agli articoli 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35 del D. Lgs..15 novembre 1993 n. 507.

Art . 47

Deliberazione affidamento gestione

In caso di gestione in concessione, sia che venga affidata a soggetti terzi che ad azienda speciale, la deliberazione con la quale viene effettuata tale scelta, deve essere accompagnata oltre che dallo studio comparativo delle varie forme di gestione di cui all'Art .45 del presente regolamento, da tutti i documenti da porsi a base fra Comune e concessionario, sia nella fase di scelta del contraente che nella fase successiva del rapporto di concessione .

In particolare dovranno essere approvati in conformità all'Art .56 della legge 8-6-1990 n.142:

- la disciplina tecnico-amministrativa;
- lo schema di contratto
- la lettera di invito in caso di procedimento di evidenza con indicazione delle modalità di scelta del contraente;
- la lettera di invito alla gara di eventuale prequalificazione.

Art . 48

Controlli

In caso di gestione in concessione del servizio di accertamento e riscossione della imposta di pubblicità e del servizio delle pubbliche affissioni, l'A.C. si riserva ogni più ampio diritto di ispezione e controllo, nonchè di esame della documentazione della gestione affidata, con facoltà di richiedere notizie e documentazione.

Art . 49

Disciplina per l'applicazione delle sanzioni

Fatta salva l'applicazione delle sanzioni tributarie e gli interessi di cui all'Art .23 del D. Lgs.. 15/11/1993 n. 507, le violazioni alle norme del presente Regolamento sono sanzionate in conformità all'Art .24 del D. Lgs.. sopracitato, secondo l'ammontare ivi previsto e con la procedura della legge 24 novembre 1981 n. 689.

Art . 50

Abrogazioni e sostituzioni

Il presente regolamento sostituisce ogni precedente norma regolamentare e tariffaria in materia.

Per quanto non espressamente previsto nel presente regolamento si rinvia alle norme contenute nel decreto legislativo 507/93 e successive modificazioni ed integrazioni nonchè a tutte le norme di legge vigenti in materia.

Il presente regolamento esplica la sua efficacia dal primo gennaio 1994, così come disposto dalla normativa di cui al decreto legislativo 507/93.

Art . 51

Norme transitorie e finali

I soggetti che, alla data di entrata in vigore del presente decreto, gestiscono ai sensi dell'Art .38 del decreto del Presidente della Repubblica 26 ottobre 1972, n. 639, il servizio di accertamento e riscossione dell'imposta comunale sulla pubblicità e dei diritti sulle pubbliche affissioni, possono continuare la gestione del servizio, sino alla scadenza del contratto in corso, purchè, entro un anno dalla suddetta data, ottengano l'iscrizione nell'albo di cui all'Art .32.

In deroga alle disposizioni dell'Art .31, comma 3, è ammessa la cessione dei contratti in corso alla data di entrata in vigore del presente decreto a soggetti iscritti nell'albo di cui all'Art .32 entro il termine di un anno dalla suddetta data, previo consenso del comune interessato e nulla osta della direzione centrale della fiscalità locale del Ministero delle Finanze; entro lo stesso termine é altresì consentita, previa comunicazione al comune, la cessione degli impianti pubblicitari detenuti dai soggetti iscritti nell'albo.

Sono fatte salve le disposizioni contenute nella legge 18.3.1959 n. 132 (riserva allo Stato del diritto di esercitare la pubblicità sui beni demaniali e patrimoniali affidati alla Amministrazione delle Ferrovie dello Stato) e nell'Art .10 della legge 5.12.1986 n. 856 (esenzione dall'imposta sulla pubblicità delle scritte sui containers indicanti il nome del proprietario o dell'utilizzatore).

ALLEGATO A

PERIMENTAZIONE DELLE AREE IN CATEGORIA SPECIALE

(Approvata con atto c.c. n. 38 del 22.2.1994 ex Art .4 D. Lgs. n.507/1993).

1) IMPOSTA SULLA PUBBLICITA'

E' incluso nella Categoria Speciale il territorio circoscritto dalle seguenti perimentrazioni:

- **Biella Piano - Piazza:**

Piazza San Paolo - Via Carso - Via Bertodano - Via Repubblica - Via Matteotti - Via Carducci - Via Galilei - Via Marocchetti - Piazza Battiani - Viale C. Battisti - Via C. Zegna - Costa Del Piazzo - Piazza Cucco - Piazza Cisterna - Corso Del Piazzo - Via Mentegazzi - Via Ivrea - Via Rigola - Via Rosselli - Via Gersen - Via Rosmini - Via Valle d'Aosta - Via Cottolengo - Corso San Maurizio - Via Candelo - Via Trossi - Piazza San Paolo.

- **Biella Chiavazza:**

Via Milano - Via C.A. Coda - Via Della Vittoria - Piazza Beretta - Via Rosazza - Via Cadorna - Via Milano.

2) DIRITTI SULLE PUBBLICHE AFFISSIONI

E' incluso nella Categoria Speciale il territorio circoscritto dalla seguente perimetrazione:

Viale Macallè - Piazza Adua - Viale Roma - Piazza San Paolo - Via Carso - Via Bertodano - Via Repubblica - Viale Matteotti - Viale Carducci - Viale Galilei - Via Marocchetti - Piazza Battiani - Viale C. Battisti - Via Cavour - Piazza Martiri - Via P. Micca - Via Ferrero - Via Q. Sella - Piazza Cossato - Via Ivrea - Via Rigola - Via Rosselli.