

REGOLAMENTO
del Comune di
SAN MAURO TORINESE
per
l'applicazione della

**Imposta Comunale sulla
Pubblicità e
Diritto sulle Pubbliche
Affissioni**

APPROVATO CON DELIBERAZIONE DEL COMMISSARIO PREFETTIZIO N. 113 DEL 30/11/1994
MODIFICATO CON DELIBERAZIONE DEL C.C. N. 20 DEL 27/03/1996
MODIFICATO CON DELIBERAZIONE DEL C.C. N. 73 DEL 15/11/2002

Regolamento Comunale sulla pubblicità esterna e sulle pubbliche affissioni

Indice

Disposizioni Generali	Articoli da 1 a 6
Imposta sulla pubblicità	Articoli da 7 a 22
Pubbliche affissioni	Articoli da 23 a 28
Piano generale degli impianti pubblicitari (P.G.I)	Articoli da 29 a 32
Autorizzazioni	Articoli da 33 a 35
Limitazioni e divieti	Articoli da 36 a 45
Disposizioni Finali e transitorie	Articoli da 46 a 51

Disposizioni generali

Art.1 Oggetto

Il presente regolamento disciplina nel territorio del Comune di San Mauro Torinese (TO) le modalità di esecuzione e l'applicazione del capo primo del Decreto Legislativo 15.11.93, n 507 ad oggetto: "Imposta comunale sulla pubblicità e diritto sulle pubbliche affissioni".

In particolare definisce le modalità di esecuzione della pubblicità esterna e l'applicazione dell'imposta relativa alla pubblicità esterna, regola il servizio delle pubbliche affissioni e la riscossione dei relativi diritti. Stabilisce inoltre i criteri per la realizzazione di un piano generale degli impianti (P.G.I.). Il P.G.I. detta i comportamenti, le limitazioni e le sanzioni relative all'installazione di impianti pubblicitari.

Art. 2 Classificazione del Comune

A norma dell'art.2 del D.L. 15.11.93 n° 507 il comune di San Mauro Torinese la cui popolazione residente al 31.12.1993 è di 17437 abitanti rientra nella classe IV e applica le tariffe previste nei successivi articoli del presente regolamento.

Art. 3 Gestione del servizio

Il servizio per l'accertamento e la riscossione dell'imposta comunale sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni è affidato in concessione ad apposita azienda speciale di cui all'art.22, comma III della legge 8.6.1990 n.142 o ai soggetti iscritti nell'Albo dei Concessionari per i Tributi Locali qualora tale forma di gestione risulti più conveniente sotto il profilo economico-funzionale ovvero mediante affidamento con le ulteriori modalità di cui al citato art.22 L. 142/1990

Art. 4 Le tariffe

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

Art. 5 Aumento stagionale. Esclusione

Considerato che il Comune di San Mauro Torinese non è interessato da rilevanti flussi turistici, la maggiorazione delle tariffe per la pubblicità e le pubbliche affissioni di cui all'art.3 D. Lgs 507/1993 non trova applicazione.

Art. 6 Compiti e funzioni di chi gestisce le concessioni

Il concessionario entro il mese di Gennaio di ciascun anno dovrà inviare all'Assessore alle Finanze e al Coordinatore dei Servizi Finanziari una dettagliata relazione sulla attività svolta nel corso dell'anno precedente con particolare riferimento ai risultati conseguiti sul fronte della lotta alla evasione con la proposizione delle eventuali iniziative ritenute utili per il miglioramento del pubblico servizio.

Imposta sulla pubblicità

Art. 7 Presupposto dell'imposta sulla pubblicità

Presupposto dell'imposta è la diffusione di messaggi pubblicitari effettuata attraverso forme di comunicazione visive diverse da quelle assoggettate al diritto sulle pubbliche affissioni, 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 una attività economica allo scopo di promuovere la domanda di beni e servizi, ovvero finalizzati a migliorare l'immagine del soggetto pubblicizzato.

Art. 8 Soggetto passivo

Soggetto passivo dell'imposta sulla pubblicità, tenuto al pagamento in via principale, è colui che dispone a qualsiasi titolo del mezzo attraverso il quale il messaggio pubblicitario viene diffuso, mentre è solidamente obbligato al pagamento dell'imposta colui che produce o vende la merce o fornisce i servizi oggetto della pubblicità.

Art. 9 Modalità di applicazione dell'imposta

L'imposta si determina in base alla superficie della minima figura piana geometrica in cui è iscritto il mezzo pubblicitario. 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 applica l'imposta per le 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 iscritto il mezzo stesso. I festoni, le bandierine e simili, nonchè i mezzi di identico contenuto, riferibili al medesimo oggetto passivo e collocati in connessione tra loro, si considerano, agli effetti del calcolo della superficie imponibile, come un unico mezzo pubblicitario. Qualora l'esposizione pubblicitaria venga effettuata in forma luminosa attraverso mezzi a luce diretta, indiretta, riflessa o propria la tariffa di imposta è maggiorata del 100%.

Art.10 Maggiorazioni e riduzioni di imposta

Le maggiorazioni di imposta a qualunque titolo previste sono cumulabili e devono essere applicate alla tariffa base. Le riduzioni non sono cumulabili.

Art. 11 Definizioni della pubblicità esterna e delle affissioni.

Il presente Regolamento definisce la pubblicità e le affissioni in base ad una apposita classificazione generale determinata in base al censimento dei mezzi pubblicitari esistenti nel Comune di San Mauro Torinese. Tale classificazione è parte organica del Piano Generale degli impianti (P.G.I.)

Art. 12 Dichiarazione di imposta.

I soggetti passivi di cui all'art.8 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 che viene messo a disposizione degli interessati. 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. Per le denunce di variazione dovrà

procedersi al conguaglio fra l'importo dovuto in seguito alla nuova dichiarazione e quello pagato per lo stesso periodo. La pubblicità annuale si intende prorogata con il semplice pagamento della relativa imposta da eseguirsi entro il 31 gennaio dell'anno di riferimento, sempre che non venga presentata denuncia di cessazione entro il medesimo termine.

Art. 13 Pagamento dell'imposta

Per la pubblicità ordinaria annuale, quella di durata superiore a tre mesi, la pubblicità effettuata con veicoli e quella vi aerea, l'imposta è dovuta per anno solare di riferimento cui corrisponde una autonoma obbligazione tributaria. Per le altre fattispecie imponibili, il periodo di imposta è quello specificato nelle relative disposizioni. Il pagamento dell'imposta deve essere eseguito mediante versamento a mezzo c.c.p. intestato al concessionario, con arrotondamento a mille lire per difetto se la frazione non è superiore a L. 500 o per eccesso se superiore. L'attestazione dell'avvenuto pagamento deve essere allegata alla prescritta dichiarazione. Per la pubblicità relativa a periodi inferiori all'anno, l'imposta deve essere corrisposta in unica soluzione, mentre per la pubblicità annuale l'imposta può essere corrisposta in rate trimestrali anticipate quando l'importo supera L. 3.000.000.

Art. 14 Pubblicità effettuata su spazi o aree comunali

E' consentito il pagamento diretto al concessionario dei diritti relativi ad affissioni non aventi carattere commerciale che beneficiano di particolari riduzioni di tariffa. Qualora la pubblicità sia effettuata su impianti installati su beni appartenenti al patrimonio disponibile del Comune è dovuto anche il pagamento di un canone a titolo di affitto o concessione; è invece dovuta la tassa O.S.AP se la pubblicità è effettuata su impianti installati su beni appartenenti al demanio o al patrimonio indisponibile del Comune.

Art. 15 Rettifica e accertamento d'ufficio

Entro diciotto mesi dalla data in cui la dichiarazione è stata o avrebbe dovuto essere presentata, il concessionario del servizio procede a rettifica o ad accertamento di ufficio notificando al contribuente, anche a mezzo posta mediante raccomandata con avviso di ricevimento, apposito avviso motivato. 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 gg.60 entro cui effettuare il relativo pagamento. Gli avvisi sono sottoscritti dagli uffici comunali e dal rappresentante del concessionario.

Art. 16 Pubblicità ordinaria

Per la pubblicità ordinaria effettuata mediante insegne, cartelli, locandine, targhe, stendardi o qualsiasi altro mezzo previsto dai successivi articoli e incluso nell'apposito abaco dei mezzi pubblicitari allegato al P.G.L, la tariffa dell'imposta per ogni metro quadrato di superficie e per anno solare è di L. 20.000. Per le fattispecie pubblicitarie di cui sopra che abbiano durata non superiore a tre mesi si applica per ogni mese o frazione una tariffa di L. 2.000. Per la pubblicità effettuata mediante affissioni dirette, anche per conto altrui, di manifesti e simili su apposite strutture adibite alla esposizione di tali mezzi, purchè regolarmente autorizzate, si applica l'imposta in base alla superficie complessiva degli impianti nella misura di L. 20.000 per metro quadrato con le modalità previste per la pubblicità ordinaria. In assenza di autorizzazione si applica la tariffa di cui al I comma per ogni singola esposizione pubblicitaria con la comminazione delle sanzioni di cui gli articoli del presente regolamento, trattandosi di esposizione affissionistico- pubblicitaria abusiva.

Art. 17. Pubblicità straordinaria effettuata con veicoli

Per la pubblicità visiva effettuata per conto proprio o altrui o all'interno e all'esterno di veicoli in genere, di uso pubblico o privato, fatte salve le limitazioni previste dal presente regolamento, l'imposta è dovuta in base alla superficie complessiva dei mezzi pubblicitari installati su ciascun veicolo nella misura di L. 20.000 per ogni metro quadrato con le modalità previste per la pubblicità ordinaria. Per la pubblicità che abbia superficie compresa tra 5,5 e 8,5 metri quadrati la tariffa è maggiorata del 50 per cento per quella di superficie maggiore a 8,5 metri quadrati la maggiorazione è del 100%. 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. 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 seguente tariffa:

- a) autoveicoli con portata sup. a kg. 3000 L. 144.000
- b) motoveicoli con portata inf. a kg. 3000 L. 96.000
- c) motoveicoli e veicoli non compresi nelle due precedenti categorie L. 48.000 Per i veicoli circolanti con rimorchio, la tariffa di cui sopra è raddoppiata. E' fatto obbligo di conservare l'attestazione dell'avvenuto pagamento dell'imposta e di esibirla a richiesta degli agenti autorizzati.

Art. 18 Pubblicità straordinaria effettuata con pannelli luminosi e proiezioni

Per la pubblicità effettuata per conto altrui con insègne, pannelli, o altre analoghe strutture caratterizzate dall'impiego di diodi luminosi, lampadine e simili mediante controllo elettronico, elettromeccanico o comunque programmate in modo da garantire la variabilità del messaggio o la sua visione in forma lampeggiante o similare, si applica l'imposta, per metro quadrato e per anno solare in base alla tariffa di L. 80.000.

Per le fattispecie pubblicitarie di cui sopra che abbiano durata non superiore a tre mesi si applica per ogni mese o frazione una tariffa di L. 8.000. Per la pubblicità realizzata in luoghi pubblici o aperti al pubblico attraverso diapositive, proiezioni luminose o cinematografiche effettuate su schermi o pareti riflettenti, si applica l'imposta per ogni giorno, indipendentemente dal numero dei messaggi e dalla superficie adibita alla proiezione, in base alla tariffa di L. 5.000.

Art.19 Pubblicità straordinaria viaria

Per la pubblicità effettuata con stendardi o altri mezzi simili, (esclusi gli striscioni), che attraversano strade o piazze la tariffa dell'imposta, per ciascun metro quadrato e per ogni periodo di esposizione di quindici giorni o frazione, è di L. 20.000.

La concessione di esporre tale pubblicità potrà essere rilasciata solo quando per la ubicazione, le dimensioni, i disegni e le iscrizioni delle tele, i relativi mezzi siano compatibili con quanto previsto dal P.G.I. I mezzi dovranno essere collocati ad una altezza non inferiore a mt. 3,50 dal piano stradale. Per la pubblicità effettuata da aeromobili mediante scritte, striscioni, per ogni giorno o

frazione, indipendentemente dai soggetti pubblicizzati, è dovuta l'imposta nella misura di L. 120.000. Per la pubblicità eseguita con palloni frenati e simili, si applica l'imposta in base alla tariffa pari a L. 60.000.

Art. 20 Riduzioni dell'imposta

La tariffa dell'imposta è ridotta, fatte salve le limitazioni previste dal P.G.!, alla metà:

- a) per la pubblicità effettuata da comitati, associazioni, fondazioni ed ogni altro Ente non avente scopo di lucro;
- b) per la pubblicità relativa a manifestazioni politiche, sindacali, 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 o di beneficenza.

Art.21 Esenzioni dall'imposta Sono esenti dall'imposta:

- a) la pubblicità realizzata all'interno dei locali adibiti alla vendita di beni e alle prestazioni di servizi quando si riferisce all'attività negli stessi esercitata, nonchè i mezzi pubblicitari, ad esclusione delle insegne fisse ordinarie, esposti nelle vetrine o sulle porte di ingresso dei locali medesimi purchè siano attinenti alla attività in essi esercitata e non superino, nel loro insieme, la superficie complessiva di mezzo metro quadrato per ciascuna vetrina o ingresso.
- b) gli avvisi esposti al pubblico nelle vetrine o sulle porte di ingresso dei locali relativi alla attività svolta, nonchè quelli riguardanti la localizzazione e la utilizzazione dei servizi di pubblica utilità, che non superino la superficie di trenta centimetri quadrati e quelli riguardanti la locazione o la compravendita di 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 e alle pubblicazioni periodiche se esposte sulle sole facciate esterne delle edicole o nelle vetrine o sulle porte di ingresso dei negozi ove sia effettuata la vendita;
- e) la pubblicità esposta all'interno delle stazioni dei servizi di trasporto pubblico di ogni genere inerenti alla 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 contengono informazioni relative alle modalità di effettuazione del servizio;
- f) la pubblicità comunque effettuata in via esclusiva dallo Stato e dagli Enti Pubblici Territoriali;
- g) le insegne, le targhe e simili apposte per la individuazione delle sedi di comitati, associazioni, fondazioni e ogni altro ente che non persegua scopo di lucro purchè compatibili con le indicazioni del P.G.I.
- h) le insegne, le targhe e simili la cui esposizione sia obbligatoria per disposizione di legge o di regolamento sempre che le dimensioni del mezzo usato, qualora non espressamente stabilite, non superino il mezzo metro quadrato di superficie.

Art.22 Servizio delle pubbliche affissioni

Il servizio delle pubbliche affissioni è istituito in modo da garantire l'affissione, a cura del Comune, in appositi impianti a ciò destinati, di manifesti di qualunque materiale costituiti, contenenti comunicazioni aventi finalità istituzionali, sociali o comunque privi di rilevanza economica, oppure di messaggi diffusi nell'esercizio di attività economiche, nella misura stabilita dalle presenti disposizioni regolamentari: Il servizio delle affissioni viene affidato (in base all'Art.25 commi 1-2-3 del D.L. 25.11.93 n° 507) in concessione ad azienda con i requisiti di legge. Il Comune di San Mauro Torinese può facoltativamente installare impianti da adibire al servizio delle pubbliche affissioni nella misura di mq .12 per ogni mille abitanti e quindi per un "totale complessivo" di mq.204, rilevato che la popolazione residente al 31.12.1993 ammonta complessivamente a n.17437 unità. Gli spazi in cui è consentita l'affissione saranno determinati dal P.G.I., distinti per tipologia e riassunti nella relativa cartografia in relazione a quanto disposto dall'art.3, comma 3, del D.L.vo n.507/1993. Il Comune consente la effettuazione di affissioni dirette, in relazione al disposto di cui al citato art. del D.L. n.507/93, nella misura pari al 50 % della superficie minima obbligatoria di impianti previsti dalla vigente normativa, nelle posizioni determinate nel P.G.I. che forma parte integrante e sostanziale del presente regolamento .Il comune dispone che detti impianti siano attribuiti triennialmente a soggetti privati, mediante "affidamento concessorio" da attribuirsi previo espletamento di apposita licitazione privata ai sensi e per gli effetti dell'art. 89 del R.D. 23.5.1924, n.827, e successive modificazioni ed integrazioni, da indirsi tra i soggetti interessati che ne facciano apposita richiesta e che dimostrino una capacità tecnico-economica adeguata. Il concessionario di detti impianti sarà tenuto a corrispondere l'imposta dovuta a norma dell'art.17, comma 2, del presente regolamento, la tassa di occupazione spazi ed aree pubbliche secondo le disposizioni in materia, oltre un canone di concessione annuale, da determinarsi triennialmente dalla Giunta Comunale e da versarsi anticipatamente nelle casse del servizio affissioni e pubblicità, che sarà posto a base di asta nella sopraindicata licitazione. Il concessionario di detti impianti provvederà alla loro installazione, nelle forme e con il materiale indicato dal P.G.I., al fine di armonizzare gli stessi a quelli del "pubblico servizio". Provvederà inoltre alla loro relativa manutenzione, esonerando il Comune da ogni e qualsiasi responsabilità civile e penale, per infortuni o danni a persone, animali e cose che potessero derivare dalla installazione di detti impianti, ivi compresa la rimozione degli stessi entro e non oltre il termine di gg.15 dalla scadenza del rapporto concessorio.

Art.23 Diritto sulle pubbliche affissioni

Per la 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.

Art.24 Misura del diritto

La misura del diritto sulle pubbliche affissioni per ciascun foglio di dimensione di cm.70 X 100 e per i periodi di seguito indicati è di L.2.200 per i primi 10 giorni e di L660 per ogni periodo successivo di gg.5 o frazione. Per ogni commissione inferiore a cinquanta fogli il diritto di cui sopra è maggiorato del 50%. Qualora il committente richieda espressamente che l'affissione venga eseguita in determinati spazi da lui prescelti è dovuta una maggiorazione del 100% del diritto .Le disposizioni previste per l'imposta sulla pubblicità si applicano, per quanto compatibili, anche al diritto sulle pubbliche affissioni.

Art.25 Pagamento del diritto

Il pagamento del diritto sulle pubbliche affissioni deve essere effettuato contestualmente alla richiesta del servizio secondo le modalità previste dal presente regolamento. Per particolari esigenze organizzative, il Comune consente il pagamento diretto per contanti del diritto relativo ad affissioni non aventi carattere commerciale.

Art.26 Riduzioni del diritto

La tariffa per il servizio delle pubbliche affissioni fatte salve la limitazioni e le indicazioni del P.G.I. è ridotto alla metà:

- a) per i manifesti riguardanti in via esclusiva lo Stato o gli Enti pubblici territoriali e che non rientrino nei casi per i quali è prevista l'esenzione ai sensi del successivo articolo del presente regolamento;
- b) per i manifesti di comitati, associazioni, fondazioni e 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 o di beneficenza;
- e) per gli annunci mortuari.

Art.27 Esenzioni dal diritto

Sono esenti dal diritto sulle pubbliche affissioni, fatte salve le limitazioni e le indicazioni del P.G..I.:

- 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 relative alle iscrizioni nelle liste di leva, alla chiamata ed ai richiami alle armi
- c) i manifesti delle Regioni e delle Province in materie di tributi;
- d) i manifesti delle autorità di polizia in materia di pubblica sicurezza;
- e) i manifesti relativi ad adempimenti di legge in materia in 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. 28 Modalità per le pubbliche affissioni

Le pubbliche affissioni destinate ai messaggi di carattere economico commerciale e affidate al concessionario devono essere effettuate a norma dell'Art.22 commi 112-3-4-5-6-7-8-9-10 del D.L. 15.11.1993 n.507.

Piano generale degli impianti Pubblicitari (P.G.I.)

Art. 29 Finalità.

1. Finalità del piano generale impianti è di regolamentare il corretto utilizzo delle varie forme pubblicitarie salvaguardando l'uniformità di arredo e le caratteristiche architettoniche, archeologiche, artistiche, ambientali e paesaggistiche dei tessuti urbani del Comune di San Mauro Torinese. Il P.G.I. disciplina in particolare nell'ambito del territorio comunale le modalità di esposizione dei mezzi pubblicitari e l'ottenimento della autorizzazione comunale con le relative condizioni. Il P.G.I. si uniforma alle norme comunali e regionali in materia di tutela e salvaguardia del patrimonio a ..artistico- ambientale e si correla a mente della legge regionale n.20/ 3.4.1989 art. 13/3 ai P.C.AU. (piani del colore e dell'arredo urbano).

Art.30 Tipologie e quantità degli impianti pubblicitari

- 1) Il Piano Generale impianti determina la tipologia, il numero, le distanze, le caratteristiche dei mezzi pubblicitari, insistenti sia su proprietà pubbliche che private, nonchè il numero degli impianti destinati alla Pubblicità a mezzo di Affissione diretta e indiretta.
- 2) Le forme di pubblicità previste dal Piano Generale Impianti non potranno essere in contrasto con le esigenze di viabilità urbana ed extra urbana dettate dal Codice della Strada D.Lg.285/92 e Regolamento di attuazione ed esecuzione D.P.R. 495/92 in merito alla sicurezza.
- 3) Ai fini del servizio di Pubbliche Affissioni, scopo del Piano Generale Impianti, determinando caratteristiche, quantità e dislocazione degli impianti di pubbliche affissioni, è di garantire il precipuo interesse pubblico nella diffusione di manifesti di Istituto del Comune, dello Stato, della Regione e degli altri enti territoriali, nonchè la salvaguardia del diritto fondamentale di ciascun cittadino alla libera espressione del pensiero attraverso l'affissione di manifesti comunque privi di rilevanza economica (Art. 18 comma 1 D.L. 15.11.93 n.507).
- 4) Inoltre il Piano Generale Impianti indica la parte degli impianti affissionali destinati ad accogliere messaggi di carattere commerciale, la cui affissione è richiesta al Servizio Pubblico.
- 5) Il Piano Generale Impianti prevede un programma degli impianti affissionali pubblici per la loro manutenzione ed ammodernamento utilizzando i fondi allo scopo destinati nonchè quelli previsti all'art. 41.
- 6) Il regolamento relativo alla Pubblicità e alle Pubbliche Affissioni detta i criteri di elaborazione ed attuazione del Piano Generale Impianti, per ciascuna delle fattispecie in esame, separatamente trattate per chiara identificazione.
- 7) Il Piano Generale Impianti potrà essere modificato, entro il 31 Ottobre di ciascun anno, con effetto dal 1 Gennaio dell'anno successivo.
- 8) Il Piano Generale Impianti è redatto da professionisti incaricati specialisti in arredo urbano e con competenze specifiche relative allo studio della Pubblicità Esterna. E' approvato dal Consiglio Comunale ai sensi dell'art.32 lett.a) legge 142/90

Art. 31 Criteri per la determinazione del P.G.I.

- 1) L'Amministrazione comunale attiva un censimento generale degli impianti pubblicitari ed affissionali esistenti per il loro adeguamento alla normativa.
- 2) In base al censimento viene definita una classificazione dei mezzi pubblicitari per il comune di San Maura Torinese che diventa parte integrante del P.G.I. e del presente regolamento.
- 3) Il P.G.I. esaminato il contesto del territorio e la normativa urbanistica vigente (P.R.G.) suddivide lo stesso in zone omogenee o considerate tali in base alle caratteristiche storico-ambientali, urbanistico-architettoniche e commerciali. Tali zone riportate in apposite cartografie si dividono in:

tessuto

- a.1) Centro Storico
- a.2) Zone limitrofe al tessuto Storico.
- a.3) Zone periferiche
- a.4) Nuclei storici minori
- a.5) Aree industriali
- a.6) Resto del territorio.

Il P.G.I. individua inoltre l'assetto viario e le competenze degli Enti Territoriali eventualmente interessati, al fine di determinare limiti e divieti "zonali", anche agli effetti dei disposti di cui al D.L. 285/92 e DPR 495/92 del Codice della Strada ed in particolare gli snodi stradali, interni ed esterni al Centro Abitato, in cui l'installazione di impianti oppure di particolari forme di mezzi pubblicitari può comportare situazioni di rischio per la sicurezza stradale. Il Piano Generale Impianti individua, all'interno di ciascuna zona, come sopra elencate, i luoghi, le strade ed i siti soggetti a vincolo urbanistico, ambientale, paesaggistico, etc

Art.32

A) Definizioni B) Tipologie C) Dimensioni D) Distanze e altezze E) Localizzazione degli impianti e di altre configurazioni pubblicitarie F) Impianti destinati alle Affissioni dirette e indirette G) Caratteristiche tecniche degli impianti H) Quantità degli impianti pubblicitari I) Dislocazione degli impianti

A) Definizioni

Il P.G.I. determina una classificazione degli impianti così organizzata:

- 1) Pubblicità ordinaria
- 2) Pubblicità straordinaria (limitata nel tempo)
- 3) Servizio Pubbliche Affissioni

1) Pubblicità ordinaria

La pubblicità ordinaria si divide a sua volta in :

- 1.a) mezzi pubblicitari ordinari di esercizio. Si intendono tali le scritte, le tabelle e simili, a carattere permanente, esposte esclusivamente nella sede di un esercizio, di una industria, commercio, arte o professione che contengono il nome dell'esercente o la ragione sociale della ditta, la qualità dell'esercizio o la sua attività permanente, l'indicazione generica delle merci vendute o fabbricate o dei servizi che vengono prestati.
- 1.b) mezzi pubblicitari ordinari non di esercizio. Si intendono tali le scritte o i simboli o altri impianti, a carattere permanente, esposti in luogo diverso da quello ove ha sede l'esercizio di qualsiasi natura esso sia che contengono l'indicazione del nome del fabbricante delle merci vendute o del fornitore dei servizi che vengono prestati.

2) Pubblicità straordinaria

2.1. Su veicoli (moto, auto, aereo, treno, pallone frenato, cicli, etc ...)

2.2. Su pannelli, insegne, con diodi, elettrolampade, controllati elettronicamente o elettromeccanicamente programmate in modo da variare il messaggio.

2.3. Pubblicità viaria con stendardi, bandierine e simili

2.4. Luminarie intermittenti

3) Servizio Pubbliche Affissioni n servizio si intende suddiviso in:

3.1) Affissioni Istituzionali sociali o prive di rilevanza economica

3.2) Affissioni di rilevanza economica:

3.2.1) Dirette su impianti assegnati direttamente dall'Amministrazione a soggetti privati

3.2.1) Indirette su impianti dati in concessione o gestiti direttamente dall'Amministrazione Comunale per circuiti affissionistici continuativi

B) Tipologie

INSEGNE LUMINOSE

luminosità diretta = D riflessa = R indiretta = I propria = P

CASSONETIO

Frontale

A bandiera o a stendardo

A pastorale o a bandiera su palo

A totem o multiplo verticale

Frontale continuo

Frontale con lettere ritagliate

Frontale su palo

A bandiera o a stendardo multiplo

Sagomato

FILAMENTO

Frontale

A bandiera o a stendardo

LETTERE SINGOLE SCATOLA TE

Frontali

A bandiera o a stendardo

INSEGNE NON LUMINOSE

CASSONEITO

Frontale

Frontale su palo

Multiplo su palo

A bandiera o a stendardo

INSEGNA NORMALE O PLANCIA

Frontale

A bandiera o a stendardo

Su ringhiera

Su palo

Su pali a portale

Frontale sagomato

Frontale sagomato con lettere in rilievo

TARGA O PLACCA O SCUDO

Frontale

A bandiera o a braccio

Angolare o cantonale

Frontale con lettere singole in rilievo

Targhe varie di diverse dimensioni

LETTERE SINGOLE

Frontali

VETROFANIE e VETROGRAFIE

Vetrografie

TENDE PARASOLE

A padiglione o a pantalera

Con pantografo

A eapotte

Verticali per portici

ALTRE

Decorazioni con iscrizione

Iscrizioni dipinte normali

Iscrizioni supergrafiche

Trompe l'oeil

ARREDO URBANO CON PUBBLICITA'

Orologio e termometro a bandiera

Il Piano Generale Impianti, in rapporto alle forme ed alle caratteristiche, di cui ai precedenti punti, per ciascuna zona e tipologia di impianto, fissa:

- le altezze massime e minime dal suolo;
- le distanze degli impianti tra loro, da incroci, snodi stradali e zone di rispetto;

- la sporgenza minima e massima dagli edifici, muri perimetrali, etc ... ;
- la distanza minima tra il punto di massima sporgenza ed il ciglio del marciapiedi
ovvero l'inizio della carreggiata.

E) Localizzazione degli impianti e di altre configurazioni pubblicitarie.

Il Piano Generale Impianti definisce i limiti e i divieti per le localizzazioni possibili per ciascun tipo di impianto, nonché quei luoghi, ove, determinati tipi di mezzi pubblicitari, per ragioni di carattere paesaggistico-ambientale, non possono essere installati:

in particolare vengono inserite nel Piano Generale Impianti le limitazioni e i divieti per certe forme pubblicitarie dipendentemente dalle zone in cui non è consentita l'installazione di impianti pubblicitari di grande o di particolare formato - poster di varie dimensioni, impianti polifacciali, etc

F) Impianti pubblicitari destinati alla Affissione diretta e indiretta.

Il Piano Generale Impianti fissa le specifiche, il colore e le caratteristiche, elencati nei precedenti commi, anche per questo genere di impianti pubblicitari. L'aspetto progettuale ed i formati saranno conformi per tutti gli impianti sia per le Pubbliche Affissioni, di cui all'Art.31 e qualora sia consentito dal P.G.!. per l'affissione diretta e indiretta. In casi particolari, chiese, partiti, associazioni, pubblici spettacoli, potrà avere anche la forma di vetrina o bacheca murale. In ogni caso tutti gli impianti avranno colori armonizzati fra loro ma diversi in modo da distinguere quelli previsti per gli impianti destinati alle Pubbliche Affissioni. Saranno altresì identificati da targhette recanti le diciture "Impianto pubblicitario per Affissioni dirette" "Impianto pubblicitario per Affissioni Istituzionali", oltre alla prescritta targhetta identificativa di cui all'Art.11, comma 4, che precede. La quantità degli impianti pubblicitari di cui al presente punto è fissata per tipologie per zone in base ad apposito schema.

G) Caratteristiche tecniche degli impianti.

L'affissione deve rispettare attraverso le tipologie d'impianti le esigenze che la caratterizzano e la qualificano quali la dimensione dei manifesti che si intendono esporre e la loro finalità. Conseguentemente, nasce la necessità di differenziare i tipi e le dimensioni degli impianti in relazione alle varie esigenze sociali. Per tale ragione, si indica di seguito la "tipologia" degli impianti da ritenersi necessari per il soddisfacimento delle sopraindicate esigenze:

1) Stendardi mono e bifacciali (f.to cm. 100X140 - 140X200)

Tali impianti dovranno essere in fusione di ghisa o colorati con forme tradizionali per gli ambienti storici mentre per le zone di nuova edificazione potranno essere caratterizzati da linee materiali e colori più attuali. In particolare, gli impianti destinati alla informativa istituzionale o sociale dovranno essere di colore Verde scuro RAL 6009 , mentre quelli destinati alla esposizione di pubblicità commerciale dovranno essere di colore Grigio RAL 7022

Gli impianti destinati agli "avvisi funebri" dovranno avere colore Nero RAL 8022 I' e recheranno una scritta nera su fondo bianco "avvisi funebri" nella parte superiore.

2) Tabelle o lamiere murali.

Tali impianti di formato cm. 70X100, 100X140 dovranno essere costruiti in lamiera zincata con bordi costituiti da profilati metallici (in ferro o alluminio preverniciato) ed avranno colori identici agli stendardi.

3) Trompe l'oeil e supergrafiche.

Si possono autorizzare di massima nei frontespizi o nei luoghi indicati nel P.G.!, e dopo aver valutato la documentazione di progetto, le forme pubblicitarie dipinte su muro. Condizioni

essenziali sono che il soggetto e il messaggio pubblicitario si integrino coerentemente e discretamente nel paesaggio urbano e che vengano costantemente e adeguatamente mantenuti a cura del soggetto passivo

H) Quantificazione degli impianti

Le superfici in metri quadri degli impianti pubblicitari, complessivamente considerata, espressa per ciascuna zona - di cui al comma 2, lettera a), ed idonea al suo potenziale pubblicitario, saranno schedate con apposito modulo allegato con una tolleranza del 10% per le sole insegne presso esercizi commerciali e targhe di attività professionali, ed in generale presso le sedi di attività. Le predette quantità potranno venire oltre la tolleranza suddetta variare in relazione a successive modificazioni del P.G.I.

La suddivisione per zone - come sopra previste - di tutti gli impianti pubblicitari, è demandata al Piano Generale Impianti..

Il Comune, in relazione ai disposti del Piano. Generale Impianti e ad esigenze di pubblica necessità, sicurezza stradale, oppure disposizioni di Leggi, può disporre la revoca motivata dalle autorizzazioni per impianti pubblicitari ovunque allocati. L'impiantistica esistente deve essere adeguata alle disposizioni del presente Regolamento e del Piano Generale Impianti, entro il termine di due anni e comunque non oltre il 31 dicembre 1996.

I) Dislocazione degli impianti

L'ubicazione degli impianti è stata riportata nell'allegato elenco , riassunto in cartografia e per tipologia di riferimento ,e rispetta il rapporto massimo del 50% di impianti in località facenti parte della categoria speciale in conformità al disposto di cui all'art 4 del citato D.L. n.S07/1993

Art. 33 Autorizzazioni

E' fatto divieto di esporre qualsiasi mezzo pubblicitario prima di aver ottenuto la prescritta autorizzazione da parte del Sindaco. Nelle forme di pubblicità che comportino la posa in opera di impianti fissi, l'autorizzazione si concreta nel rilascio di apposito atto formale. Per le forme di pubblicità straordinaria, salvo eventuali casi da valutarsi in sede di dichiarazione, l'autorizzazione verrà di volta in volta rilasciata dal funzionario responsabile del pubblico servizio nominato dal Comune. In ogni caso le autorizzazioni di cui al presente articolo si intendono rilasciate facendo salvi gli eventuali diritti dei terzi, nonchè ogni altra autorizzazione di competenza di altre autorità o enti che dovrà essere preventivamente richiesta dagli interessati. In tutti i casi in cui la collocazione del manufatto comporti la manomissione di suolo comunale o di marciapiede dovranno essere osservate le norme che regolano tale materia. Gli interessati dovranno altresì osservare oltre alle disposizioni del P.G.I. ,anche tutte le vigenti disposizioni di edilizia, estetica cittadina, polizia urbana, pubblica sicurezza.

Art. 34 Modalità per l'ottenimento dell'autorizzazione

La richiesta di autorizzazione, in carta legale, dovrà essere corredata, oltre che dai dati anagrafici, il codice fiscale ed eventuale partita I.V.A. per i soggetti titolari, anche dalla seguente documentazione:

- a) progetto di insegna o cartello in scala tale da individuarne tutti gli elementi essenziali, compreso il disegno del supporto, e per le insegne luminose lo schema elettrico e costruttivo della parte elettrica, da realizzarsi comunque in osservanza delle vigenti norme C.E.I. (Comitato Elettrotecnico Italiano), debitamente sottoscritto dal titolare dell'azienda costruttrice. Per le

insegne di rilevanti dimensioni e di particolare ubicazione, il Comune ha la facoltà di richiedere che il progetto sia corredato dalle opportune garanzie di ordine. tecnico.

- b) descrizione tecnica dettagliata del tipo di insegna o cartello in progetto o comunque della forma pubblicitaria di cui il richiedente intende avvalersi con la indicazione dei materiali impiegati, il colore delle varie parti e , per le insegne luminose, del colore e della qualità della luce;
- c) documentazione fotografica completa che illustri dettagliatamente il punto di collocazione e l'ambiente circostante.
- d) Le domande di voltura dovranno essere corredate dalla precedente autorizzazione o da documentazione sostitutiva.

Art. 35 Norme transitorie

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 sulla base di detta normativa entro 2 anni dalla sua entrata in vigore e comunque non oltre il 31 Dicembre 1996 a cura e spese del titolare della autorizzazione. I mezzi pubblicitari che non possono trovare più collocazione negli spazi a suo tempo assegnati dovranno essere rimossi e potranno essere ricollocati in altro spazio solo dopo il rilascio di una nuova autorizzazione per la diversa posizione, fermo restando la durata e gli importi già corrisposti per l'autorizzazione originaria.

La conformazione degli impianti deve essere adeguata alle disposizioni del Regolamento e resa conforme al Piano Generale Impianti nel periodo di due anni e comunque non oltre il 31 dicembre 1996; entro lo stesso periodo dovrà trovare attuazione quanto disposto al successivo comma 4.

Limitazioni e divieti

Art. 36 Limitazioni e divieti

Il P.G.I. in relazione alle particolari caratteristiche paesistico-ambientali e architettonico-urbanistiche del Comune di San Mauro Torinese definisce una serie di limitazioni e divieti.

A) Divieti

1. Non è ammessa la pubblicità sonora in prossimità degli edifici scolastici durante le ore di lezione.
2. Non è ammessa la pubblicità sonora nei pressi del cimitero e degli edifici di culto.
3. Non sono ammessi trespoli o altre tipologie polifacciali per l'affissione, se non stabilmente fissati al suolo.
4. Non sono ammessi gli stendardi per affissioni mono o bifacciali, insegne luminose su pali o su sostegni lungo i viali alberati e nelle zone di vincolo paesaggistico
5. Non sono ammesse insegne trasversali o a bandiera interne ai portici.
6. Non sono ammesse insegne, i cartelli, gli altri mezzi pubblicitari luminosi e visibili dai veicoli transitanti sulle strade che per forma, direzione, colorazione ed ubicazione possono ingenerare confusione con i segnali stradali e con le segnalazioni luminose di circolazione, oppure renderne difficile la comprensione, nonché le sorgenti luminose che producono abbagliamento.
7. Non è ammessa la pubblicità mediante il lancio di volantini
8. Non è ammessa la pubblicità sonora oltre i limiti di rumorosità consentiti dalla legge nei centri abitati.

B) Limitazioni

9. La pubblicità sonora è consentita, previa autorizzazione, tutti i giorni lavorativi dalle ore 10.00 alle ore 12.00 e dalle ore 16.00 alle ore 18.00; durante la campagna elettorale, solo ai fini politici, può essere effettuata tutti i giorni dalle ore 9.00 alle ore 20.00.
10. Nelle zone soggette a vincolo non sono ammesse di regola le insegne pubblicitarie non di esercizio
11. La struttura architettonica dei piani terreni (basamento, zoccolatura, cornici, intonaci bugnati) non deve essere alterata nè chiudendo arcate o vani di ingresso, nè coprendo o chiudendo le finestre o grate, nè delimitando la detta struttura.
Non possono essere altresì apposti stipiti o cornici in pietra, legno, marmo o altro materiale che coprano o alterino le strutture architettoniche preesistenti
12. Le insegne collocate all'interno della luce dei vani degli esercizi situati a piano terra, cioè entro i limiti degli stipiti dell'architrave e archivolto che delimitano i vani degli esercizi stessi, non devono sporgere dalla superficie del muro e ne' essere del tipo a cassonetto luminoso
13. Le insegne frontali a muro potranno essere ammesse qualora il loro inserimento non incida sensibilmente sull'aspetto architettonico dell'edificio o sull'ambiente circostante ed in ogni caso purchè, oltre a trattarsi di insegna di esercizio, siano in lettere scatoari e o in materiali e forme tradizionali (es. plance o targhe in lamiera dipinte)
14. Gli impianti pubblicitari devono comunque armonizzare nelle dimensioni, nei colori, nei caratteri delle scritte con le caratteristiche dell'edificio
15. Le targhe professionali o di esercizio devono essere collocate sui muri ai lati dell'ingresso purchè non alterino o coprano le strutture architettoniche dell'edificio, oppure i battenti. Nel caso in cui le targhe professionali siano più di una, esse devono essere allineate e devono avere dimensioni, materiali e caratteri rigorosamente uniformi (es .ottone)
16. Le insegne a bandiera e a cantonale sono ammesse solo se rispondenti ai materiali e alle forme tradizionali quali lamiera dipinte sagomate e bombate a forma di scudo
17. Non sono ammessi cassonetti singoli multipli o di grande formato, luminosi e non luminosi sui frontespizi degli edifici
18. Non è ammessa l'affissione, senza appositi supporti, su staccionate o pareti o recinzioni delimitanti cantieri e simili
Nelle zone limitrofe al tessuto storico è ammessa esclusivamente la collocazione delle insegne di esercizio sia frontali che a bandiera con le seguenti limitazioni:

Insegne

19. Le insegne frontali devono essere orizzontali e quelle frontali collocate sopra il vano o i vani dell'esercizio devono avere dimensioni tali da non superare i limiti della luce del vano sottostante e lo spazio compreso tra le verticali sugli stipiti esterni dei vani pertinenti l'esercizio.
20. Le insegne non luminose, a meno che non siano del tipo in lamiera dipinta, devono essere a lettere staccate e sagomate, mentre le insegne luminose devono essere a filo neon o scatolate a luce schermata, ma con lettere staccate e sagomate
21. Le insegne a superficie interamente luminosa o a cassonetto plafonato sono ammesse solo se collocate all'interno della luce dei vani degli esercizi, purchè non sporgano dalla superficie del muro e devono comunque rispettare le linee e le caratteristiche dell'edificio
22. Per la collocazione delle targhe professionali o di esercizio valgono le stesse limitazioni di cui al precedente comma 17
23. Le insegne frontali devono rispettare la parete e devono armonizzare nelle dimensioni, nei colori e nei caratteri delle scritte con le caratteristiche dell'edificio. Per tutte le insegne luminose occorre che le apparecchiature elettriche componenti il loro impianto siano occultate alla vista

Nelle zone periferiche e resto del territorio (escluse le frazioni)

24. In tali aree possono essere previste le insegne di esercizio e i mezzi pubblicitari definiti dal P.G.I. L'inserimento di detti mezzi pur se concepito nel rispetto e nella salvaguardia dei valori paesaggistici e ambientali, può essere previsto in forme e intensità più rilevanti rispetto al tessuto storico e alle aree limitrofe
25. Tende pubblicitarie. Le tende non devono superare in larghezza la luce del singolo vano sottostante o dei vani dell'esercizio e la loro sporgenza deve essere contenuta entro cm.30 dall'interno del mo dei marciapiedi. devono inoltre essere manovrate mediante appositi congegni a sezioni leggere in modo da non deturpare il carattere degli edifici e devono essere costruite esclusivamente con tessuto evitando il materiale plastico o sintetico. Non è ammessa inoltre la tipologia a capottina mentre sono ammesse la tende a padiglione o alla romana.

Art.37 Norme di sicurezza per la viabilità

Fermi restando i diritti e le competenze dell' A.N.A.S o della Provincia sulle strade di loro pertinenza , lungo i bordi delle stesse , per quanto di competenza del Comune , è vietata qualsiasi forma di pubblicità stradale generica lungo i relativi tracciati potendo trovare collocazione solo la segnaletica attinente la viabilità ed in via eccezionale quella di indicazioni relative ai servizi e a attrezzature specifiche di interesse pubblico e turistico purchè conformi ai modelli C. E. E. Salvo quanto previsto dalle leggi di P.S. fuori dei centri abitati i cartelli e gli altri mezzi pubblicitari lungo le strade o in vista di esse non devono superare la superficie di mq. 3 e non devono essere collocati a distanza minore di metri 3 dal ciglio delle strade. Inoltre , non devono essere collocati a distanza minore di metri 200 prima dei segnali stradali e di metri 100 dopo i segnali stessi. Di regola, la distanza tra cartello e cartello non dovrà essere inferiore a metri 100 per ogni lato della strada , possibilmente sfasandoli rispetto alla direttrice di marcia, fatti salvi comunque eventuali vincoli a tutela delle bellezze naturali e del paesaggio specifico o di complessi e manufatti di interesse storico, ambientale ed artistico .

Art.38 Sanzioni tributarie

Per l'omessa tardiva o infedele dichiarazione si applica oltre al pagamento dell'imposta dovuta, una soprattassa pari all'ammontare dell'imposta evasa. Per l'omesso o tardivo pagamento dell'imposta o delle singole rate di essa è dovuta una soprattassa pari al 20% dell'imposta il cui pagamento è stato omesso o ritardato. Le soprattasse di cui sopra sono ridotte ad un quarto se la dichiarazione è prodotta o il pagamento viene eseguito non oltre 30 giorni dalla data in cui avrebbero dovuto essere effettuati , oppure alla metà se il pagamento viene eseguito entro 60 giorni dalla notifica dell'avviso di accertamento

Art.39 Interessi

Sulle somme dovute per l'imposta sulla pubblicità , per il diritto sulle pubbliche affissioni e per le relative soprattasse si applicano gli interessi di mora nella misura del 7% per ogni semestre compiuto a decorrere dal giorno in cui detti importi sono divenuti esigibili

Art.40 Sanzioni amministrative

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 della legge 24.11.1981 n.689 salvo quanto previsto nei successivi commi . Per le violazioni . delle norme regolamentari, nonchè di quelle contenute nei provvedimenti relativi alla installazione degli impianti , si applica una sanzione da lire 200.000 a lire 2.000.000 con notificazione agli interessati entro 150 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. Il Comune o il

concessionario del servizio effettuano, indipendentemente dalla procedura di rimozione degli impianti e della applicazione delle sanzioni di cui al precedente comma, la immediata copertura della pubblicità abusiva, in modo che sia privata di efficacia pubblicitaria, oppure la rimozione delle affissioni abusive, con successiva notifica di apposito avviso di accertamento secondo le modalità di cui all'articolo 16 del presente regolamento, addebitando ai responsabili le spese sostenute. I mezzi pubblicitari abusivamente esposti possono, con ordinanza del Sindaco, essere sequestrati a garanzia del pagamento delle spese di rimozione e di custodia, nonché del tributo evaso. Nella stessa 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 nell'ordinanza stessa

Art.41 Destinazione dei proventi

I proventi delle sanzioni amministrative spettano al Comune e sono destinati al potenziamento ed al miglioramento del servizio e delle impiantistica comunale, nonché alla redazione ed all'aggiornamento del piano generale degli impianti pubblicitari

Art.42 Contenzioso

In attesa dell'insediamento delle Commissioni Tributarie Provinciali di cui all'art. 80 del D.L. 31.12.1992 n.546 recante nuove disposizioni sul processo tributario in attuazione della delega al Governo contenuta nell'art. 30 della legge 30.12.1991 n.413 contro gli atti di accertamento è ammesso ricorso alla Direzione Regionale delle Entrate ex Intendenza di Finanza ed in seconda istanza, anche da parte del Comune, al Ministero delle Finanze entro 30 giorni dalla data di notifica dell'atto o della decisione del ricorso. Il ricorso deve essere presentato alla Direzione Regionale delle Entrate territorialmente competente anche se proposto attraverso la decisione della stessa Direzione, direttamente o mediante raccomandata con avviso di ricevimento. Nel primo caso l'ufficio ne, rilascia ricevuta. Quando il ricorso è inviato a mezzo posta, la data di spedizione vale quale data di presentazione. Contro la decisione del Ministro e quella definitiva della Direzione Regionale delle Entrate è ammesso ricorso in revocazione nelle ipotesi di cui all'art. 395 n.2 e n.3 c.p.c. nel termine di giorni 60 dalla data in cui è stata scoperta la falsità o recuperato il documento. Contro la decisione del Ministro è anche ammesso il ricorso in revocazione per errore di fatto o di calcolo nel termine di giorni 60 dalla notifica della decisione stessa. Su domanda del ricorrente, proposta nello stesso ricorso o in successiva istanza l'Autorità amministrativa decidente può sospendere per gravi motivi l'esecuzione dell'atto impugnato. Decorso il termine di 180 giorni dalla data di presentazione del ricorso alla Direzione Regionale delle Entrate senza che sia stata notificata la relativa decisione, il contribuente può - ricorrere al Ministro contro il provvedimento impugnato. L'azione giudiziaria deve essere esperita entro 90 giorni dalla notificazione della decisione del Ministro. Essa può tuttavia "essere proposta in ogni caso dopo 180 giorni dalla presentazione del ricorso del Ministro.

Art. 43 Rimborsi

Entro il termine di due anni decorrente dal giorno in cui è stato effettuato il pagamento oppure da quello in cui è stato definitivamente accertato il diritto al rimborso, il contribuente può chiedere la restituzione di somme versate e non dovute mediante apposita istanza in carta legale in ordine alla quale si dovrà provvedere nel termine di giorni 90. Al contribuente spettano per le somme ad esso dovute a qualsiasi titolo gli interessi nella misura del 7 % per ogni semestre compiuto a decorrere dalla data dell'eseguito pagamento.

Art. 44 Procedimento esecutivo

L'imposta dovuta a seguito di dichiarazione o di accertamento e non corrisposta nei tempi e nei modi prescritti dal presente regolamento è recuperata con il procedimento della riscossione coattiva di cui al D.P.R. 28.1.1988, n.43, e successive modificazioni ed integrazioni. Il relativo ruolo deve essere formato e reso esecutivo entro il 31 Dicembre del secondo anno successivo a quello in cui

l'avviso di accertamento o di rettifica è stato notificato, ovvero, in caso di sospensione della riscossione, entro il 31 Dicembre all'anno successivo a quello di scadenza del periodo di sospensione.

Art.45 Iter e modalità per l'istruttoria e la gestione dei mezzi pubblicitari.

1. La richiesta di autorizzazione in carta legale dovrà essere corredata della seguente documentazione:

Modulo per la domanda di autorizzazione mezzi pubblicitari a mente del P.G.!. Cartografia in scala idonea con l'esatta ubicazione dell'impianto o impianti.

Fotografie a colori del sito e dell'intorno.

Progetto in scala appropriata dell'impianto e del suo inserimento architettonico ambientale.

Relazione tecnica con indicazione di materiali, colori, ubicazione e descrizione degli impianti tecnici.

2. Rimborso spese

Alla richiesta di autorizzazione dovrà essere allegata la quietanza della Tesoreria Comunale attestante il versamento di L. 20.000 così determinato:

a) Diritti di istruttoria-compresi i sopralluoghi	L. 20.000
b) Rimborso stampati	L. 5.000

	L. 20.000

L'ammontare di detto fondo potrà essere variato annualmente con deliberazione della Giunta Comunale.

3. Pareri

Il rilascio della autorizzazione prevista per le forme di pubblicità che comportano la posa in opera di impianti fissi di qualunque specie è subordinato al parere della Commissione Igienico Edilizia . La Commissione esamina le domande sulla base degli atti in suo possesso e adotta i propri orientamenti in merito a maggioranza di voti con l'intervento di almeno la metà dei componenti. In caso di parità prevale il voto del Presidente. Per l'esame delle pratiche più importanti, la Commissione potrà invitare per pareri tecnici, informativi o altro, rappresentanti di altri enti, uffici pubblici o comunque persone particolarmente competenti in relazione alle materie in esame.

4 Termini per il rilascio della autorizzazione

L'autorizzazione sarà rilasciata entro il termine di gg.60 dalla presentazione della domanda. Le pratiche saranno sottoposte all'esame della Commissione in ordine di presentazione e nello stesso tempo sarà comunicato l'eventuale diniego alla messa in opera dei mezzi pubblicitari richiesti. Il termine di cui sopra è sospeso nel caso in cui la Commissione inviti i richiedenti a proporre soluzioni .diverse o a produrre ulteriore documentazione.

5 Archiviazione delle istanze

Qualora le istanze presentate non siano corredate con i documenti previsti ed il richiedente non provveda alla loro regolarizzazione nel termine assegnatogli dalla Commissione, le stesse non saranno sottoposte all'esame di merito e saranno archiviate. Della avvenuta archiviazione dovrà essere data comunicazione agli interessati e, se richiesti, dovranno essere restituiti gli eventuali documenti allegati alla istanza.

6 Posa in opera dei mezzi pubblicitari e responsabilità

La posa in opera dei mezzi pubblicitari, la manutenzione e la struttura degli stessi, il ripristino degli intonaci e la ripresa della tinteggiatura sulle pareti, sia in occasione della installazione di nuovo impianto o modifiche di quello esistente, sia per rimozione definitiva di impianto esistente sono. ad esclusivo carico del titolare degli stessi a cura del quale dovranno essere eseguiti. Le rimesse in

pristino delle murature, degli intonaci e delle tinteggiature dovranno essere effettuate nei modi più idonei a cancellare ogni traccia dell'impianto soppresso, nonché gli eventuali spostamenti dei mezzi pubblicitari. Questi interventi sono assoggettati a controllo di tecnico comunale che vigilerà affinché vengano eseguiti nel rispetto del P.G.I. e del P.C.AU. Parimenti, oltre allo stesso, dovranno essere rimossi anche i supporti del mezzo pubblicitario disdetto, a cura e spese dell'utente interessato. In difetto, il Comune disporrà la rimozione con la procedura di cui all'art.59 del presente regolamento, addebitando ai responsabili le spese sostenute. I mezzi pubblicitari installati che non risultassero conformi alle indicazioni stabilite nella autorizzazione per forma, tipo, dimensioni, sistemazione ed ubicazioni sono da considerarsi abusivi.

Art.46 Disposizioni transitorie

A seguito dell'entrata in vigore del D.L.15.11.1993, n.507, il Comune non dà corso alla installazione di impianti pubblicitari, esclusi quelli di esercizio, sempreché i relativi provvedimenti non siano stati adottati alla data del 31.12.1993 e dà atto che sino alla approvazione del presente regolamento non sono state rilasciate autorizzazioni per la installazione di nuovi impianti pubblicitari. Gli accertamenti e le rettifiche da effettuare a norma dell'art.23 del D.P.R. 26.10.1972, n.639, debbono essere notificati nel termine di decadenza ivi previsto secondo le disposizioni del suddetto decreto. La pubblicità annuale iniziata nel corso dell'anno 1993 per la quale sia stata pagata la relativa imposta è prorogata per l'anno 1994 senza la presentazione di una nuova dichiarazione mediante il versamento dell'imposta secondo le disposizioni contenute nel presente regolamento. In attesa della emissione del decreto del Ministero delle Finanze, di concerto con il Ministro delle Poste e Telecomunicazioni, con il quale saranno determinate le caratteristiche del modello di versamento a mezzo conto corrente postale per il pagamento dell'imposta sulla pubblicità ed il diritto sulle Pubbliche Affissioni, il Comune consente che nelle more attuative la riscossione del tributo avvenga nelle forme attuate nel corso dell'anno 1993. L'impiantistica esistente deve essere adeguata alle disposizioni del presente Regolamento e del P.G.I. entro il termine di due anni, e comunque non oltre il 31 dicembre 1996.

Art. 47 Disposizioni finali

Con decorrenza dal 1° gennaio 1994 è abrogato il D.P.R. 26.10.1972, n.639, e successive modificazioni ed integrazioni, nonché ogni altra norma incompatibile con le vigenti disposizioni. Sono fatte salve le disposizioni contenute nella legge 18.3.59, n.132, e nell'art.110 della legge 5.12.1986, n.856.

Art.48 Pubblicità del Regolamento

Copia del presente regolamento sarà tenuto a disposizione del pubblico a norma dell'art .23 della legge 7.8.1990, n.241, affinché ne possa prendere visione in qualsiasi momento.

Art.49 Variazioni del regolamento

L'Amministrazione Comunale si riserva la facoltà di modificare nel rispetto delle vigenti norme che regolano la materia le disposizioni del presente regolamento dandone comunicazione agli interessati mediante pubblicazione all'Albo Pretorio Comunale a norma di legge. In particolare, in materia di imposta sulla pubblicità, nel caso che l'utente non comunichi la cessazione della pubblicità entro 30 gg. successivi all'ultimo giorno della predetta ripubblicazione, le modifiche si intendono tacitamente accettate.

Art.50 Rinvio

Per quanto non espressamente disciplinato dal presente regolamento si applicano le norme previste dal D.L.15.11.1993, n.507

Art.51 Entrata in vigore

Il presente regolamento entra in vigore con decorrenza 1° gennaio 1995.