



**COMUNE DI ROSOLINA**

PROVINCIA DI ROVIGO

## **REGOLAMENTO**

**RECANTE LA DISCIPLINA DELL'IMPOSTA  
SULLA PUBBLICITA' E DEL SERVIZIO  
DELLE PUBBLICHE AFFISSIONI**

**Approvato con deliberazione consiliare n. 88 del 12.08.1994**

**(modificato con deliberazione consiliare n. 29 del 30.03.2007)**

# INDICE

## CAPITOLO I – DISPOSIZIONI GENERALI

ART. 1	AMBITO DI APPLICAZIONE	PAG.	2
ART. 2	PUBBLICITA' EFFETTUATA SU SPAZI, AREE ED IMPIANTI COMUNALI	PAG.	2
ART. 3	CLASSIFICAZIONE DEL COMUNE DI ROSOLINA	PAG.	2
ART. 4	CATEGORIE DI LOCALITA'	PAG.	2

## CAPITOLO II – IMPOSTA SULLA PUBBLICITA'

ART. 5	PRESUPPOSTO	PAG.	3
ART. 6	SOGGETTI PASSIVI	PAG.	3
ART. 7	MODALITA' DI APPLICAZIONE	PAG.	3
ART. 8	TIPOLOGIE DI PUBBLICITA' E TARIFFE	PAG.	4
ART. 9	RIDUZIONI	PAG.	7
ART. 10	ESENZIONI	PAG.	7
ART. 11	TIPOLOGIA E QUANTITA' DEI MEZZI PUBBLICITARI RIPARTIZIONE DELLA SUPERFICIE DEGLI IMPIANTI	PAG.	8
ART. 12	PIANO GENERALE DEGLI IMPIANTI: CRITERI	PAG.	9
ART. 13	DIVIETI E LIMITAZIONI DI PUBBLICITA'	PAG.	9
ART. 14	AUTORIZZAZIONE PREVENTIVA	PAG.	10
ART. 15	DICHIARAZIONE DI PUBBLICITA'	PAG.	11
ART. 16	COLLOCAZIONE DEI MEZZI PUBBLICITARI	PAG.	12
ART. 17	PAGAMENTI	PAG.	13
ART. 18	RETTIFICA ED ACCERTAMENTO	PAG.	13
ART. 19	FUNZIONARIO RESPONSABILE	PAG.	14

## CAPITOLO III – SERVIZIO DELLE PUBBLICHE AFFISSIONI

ART. 20	FINALITA' E TITOLARITA' DEL SERVIZIO	PAG.	14
ART. 21	DIRITTO SULLE PUBBLICHE AFFISSIONI	PAG.	14
ART. 22	RIDUZIONI	PAG.	15
ART. 23	ESENZIONI	PAG.	15
ART. 24	MODALITA' PER LE PUBBLICHE AFFISSIONI	PAG.	16

## CAPITOLO IV – NORME COMUNI ALLA PUBBLICITA' ED ALLE PUBBLICHE AFFISSIONI

ART. 25	GESTIONE DEL SERVIZIO	PAG.	17
ART. 26	SANZIONI TRIBUTARIE ED INTERESSI	PAG.	17
ART. 27	SANZIONI AMMINISTRATIVE	PAG.	18
ART. 28	ENTRATA IN VIGORE	PAG.	20
ART. 29	NORME ABROGATE	PAG.	20

## CAPITOLO I DISPOSIZIONI GENERALI

### ART. 1 – AMBITO DI APPLICAZIONE

1. La pubblicità esterna e le affissioni sono soggette, rispettivamente, ad un'imposta e ad un diritto in beneficio del comune, secondo le disposizioni degli articoli seguenti.
2. Per la pubblicità effettuata con mezzi propri su aree, che siano di proprietà comunale o concesse in godimento al comune, sono dovuti la tassa per l'occupazione di suolo pubblico ed un canone di concessione, oltre l'imposta.
3. Per la pubblicità effettuata su impianti di proprietà comunale – ricevuti in affitto – è dovuto un corrispettivo di locazione, oltre l'imposta.

### ART. 2 – PUBBLICITA' EFFETTUATA SU SPAZI, AREE ED IMPIANTI COMUNALI

1. Il comune determina la misura del canone di concessione per la pubblicità effettuata con mezzi propri su spazi ed aree di proprietà comunale od in godimento al comune. Il canone costituisce il corrispettivo dell'uso straordinario dell'area pubblica e dello spazio circostante occorrente per la visibilità e l'efficacia della pubblicità, nonché compensa tutti gli altri oneri che fanno carico al comune in dipendenza dell'utilizzo dei beni per fine pubblicitario.
2. Il comune determina la misura del canone di affitto per la pubblicità effettuata sugli impianti di proprietà comunale, i quali possono essere concessi singolarmente o per lotti.

### ART. 3 – CLASSIFICAZIONE DEL COMUNE DI ROSOLINA

1. Ai sensi dell'art.2 del decreto legislativo 15.11.1993, n.507, il comune di Rosolina appartiene alla V<sup>a</sup> classe.

### ART. 4 – CATEGORIE DI LOCALITA'

1. Per la determinazione dell'imposta sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni, le località del territorio comunale sono suddivise in una categoria normale ed in una categoria speciale.
2. Le tariffe di base del diritto sulle pubbliche affissioni di carattere commerciale e dell'imposta sono maggiorate del 150%, se la pubblicità è realizzata nelle località di categoria speciale.

3. La superficie totale delle località comprese nella categoria speciale non supera il 35% del centro abitato, come delimitato ai sensi dell'art.4 del decreto legislativo 30 aprile 1992, n.285; la superficie degli impianti per le pubbliche affissioni – installati nelle località di categoria speciale – non supera la metà di quella complessiva.

## CAPITOLO II IMPOSTA SULLA PUBBLICITA'

### ART. 5 – PRESUPPOSTO

1. La diffusione di messaggi pubblicitari attraverso forme di comunicazione acustiche o visive – diverse da quelle per le quali è corrisposto il diritto sulle pubbliche affissioni – è soggetta all'imposta, qualora la pubblicità sia effettuata in luoghi pubblici o aperti al pubblico ovvero sia da essi percepibile.
2. Sono 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.

### ART. 6 – SOGGETTI PASSIVI

1. Soggetto passivo dell'imposta sulla pubblicità, tenuto al pagamento in via principale, è colui che dispone – a qualsiasi titolo – del mezzo mediante il quale il messaggio è diffuso. Lo stesso soggetto è l'obbligato esclusivo alla tassa per l'occupazione del suolo pubblico.
2. Solidalmente obbligato al pagamento dell'imposta è colui che produce o vende la merce ovvero fornisce i servizi oggetto della pubblicità.

### ART. 7 – MODALITA' DI APPLICAZIONE

1. L'imposta sulla pubblicità è determinata in base alla superficie della minima figura piana geometrica in cui è circoscritto il mezzo pubblicitario, indipendentemente dal numero di messaggi in esso contenuti.
2. Per mezzo pubblicitario si intende ogni impianto, manufatto o cosa materiale mediante il quale la pubblicità è diffusa.
3. Costituisce messaggio pubblicitario qualsiasi figura, fregio, guarnizione, ecc., anche se priva di scritta, quando sia evidente la sua funzione diretta a reclamizzare o individuare un particolare bene o servizio.
4. Nel calcolo della superficie del mezzo pubblicitario sono comprese le cornici che lo racchiudono.

5. Sono esclusi dal calcolo della superficie soggetta a tassazione i sostegni non luminosi (piedi, pali, grappe, supporti, ecc.) perché strumentali al mezzo e privi di finalità pubblicitaria.
6. La superficie imponibile risulta dal titolo autorizzato o dalla superficie del mezzo pubblicitario abusivo, non assumendo rilevanza alcuna le ipotesi di un uso limitato e parziale.
7. Le superfici inferiori ad un metro quadrato si arrotondano – per eccesso – al metro quadrato e le frazioni di esso, oltre il primo, al mezzo metro quadrato superiore, sono esenti le superfici inferiori a trenta centimetri quadrati.
8. Per il mezzo pubblicitario polifacciale l'imposta è calcolata in base alla superficie complessiva adibita per la pubblicità. Le facce dei mezzi bifacciali, ai fini dell'imposta, si considerano autonome.
9. Per il mezzo pubblicitario avente dimensioni volumetriche (ad esempio il globo), l'imposta è calcolata in base alla superficie complessiva risultante dallo sviluppo del minimo solido geometrico nel quale può essere circoscritto il mezzo stesso.
10. I festoni di bandierine e simili, nonché i mezzi di identico contenuto ovvero riferibili al medesimo soggetto passivo – collocati in connessione tra di loro – si considerano, agli effetti del calcolo della superficie imponibile, come un unico mezzo pubblicitario. Non sono considerati in connessione i mezzi pubblicitari situati in località diverse seppure adiacenti, in quanto determinano una discontinuità percettiva della pubblicità.
11. L'iscrizione pubblicitaria costituita da singole lettere, anche se collocate a distanza tra di loro, è assoggettata ad imposizione in base alla superficie della figura geometrica entro la quale l'iscrizione è circoscritta per l'intero suo sviluppo.
12. Le maggiorazioni d'imposta, a qualunque titolo previste, sono cumulabili e devono essere applicate alla tariffa di base, le riduzioni non sono cumulabili.

## ART. 8 – TIPOLOGIE DI PUBBLICITA' E TARIFFE

### TABELLA 1

#### Pubblicità ordinaria

- a) Per la pubblicità effettuata mediante insegne, cartelli, locandine, targhe, stendardi o qualsiasi altro mezzo non previsto dalle successive tabelle, la tariffa di base dell'imposta è quella determinata con delibera di Giunta Municipale n. 72 del 15.03.1994, allegata al presente regolamento, per anno solare.
- b) Per la fattispecie pubblicitaria di cui alla lettera a), che abbiano durata non superiore a tre mesi, si applica – per ogni mese o frazione – una tariffa pari ad un decimo di quella ivi prevista.
- c) Per la pubblicità effettuata mediante affissioni dirette, anche per conto altrui, di manifesti e simili su apposite strutture, adibite alla esposizione ed a ciò autorizzate dal comune, la

tariffa di base dell'imposta è quella determinata con la delibera di cui sopra e per anno solare, indipendentemente dal numero dei messaggi diffusi.

- d) Per la pubblicità ordinaria che abbia una superficie compresa tra metri quadrati 5.5 e 8.5, la tariffa di base dell'imposta è maggiorata del 50 per cento; per quella di superficie superiore a metri quadrati 8.5, la maggiorazione è del 100 per cento.
- e) Qualora la pubblicità venga effettuata in forma luminosa o illuminata, si applica una maggiorazione del 100 per cento della tariffa di base.

## TABELLA 2

### Pubblicità effettuata con veicoli.

- a) Per la pubblicità visiva effettuata, per conto proprio o altrui, all'interno e all'esterno di veicoli in genere, di vetture autofilotranviarie, di battelli, di barche e simili – per uso pubblico o privato, l'imposta è dovuta per anno solare ed in base alla superficie complessiva dei mezzi pubblicitari installati su ciascun veicolo nella misura e con le modalità previste nella lettera a) della pubblicità ordinaria; per la pubblicità effettuata all'esterno dei veicoli suddetti sono dovute le maggiorazioni di cui alla lettera d) della pubblicità ordinaria; se la pubblicità è luminosa o illuminata, si applica la maggiorazione del 100 per cento della tariffa base.
- b) Per i veicoli, adibiti ad uso pubblico, l'imposta è dovuta se la licenza di esercizio è stata rilasciata dal Comune di Rosolina; per i veicoli, adibiti a servizio di linea interurbana, l'imposta è dovuta nella misura della metà al Comune di Rosolina se nel suo territorio ha inizio o fine la corsa; per i veicoli, adibiti ad uso privato, l'imposta è dovuta al Comune di Rosolina se in esso il proprietario del veicolo ha la residenza anagrafica o la sede.
- c) Per la pubblicità effettuata per conto proprio su veicoli di proprietà dell'impresa o adibiti stabilmente ai trasporti per suo conto, l'imposta è dovuta per anno solare al Comune di Rosolina se in questo ha sede l'impresa o una sua dipendenza ovvero 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 i veicoli, secondo la seguente tariffa di base:
  - lire 144.000, per autoveicoli con portata superiore a 3.000 kg.;
  - lire 96.000, per autoveicoli con portata inferiore a 3.000 kg.;
  - lire 48.000, per motoveicoli ed altri veicoli.Per i veicoli circolanti con rimorchio la tariffa è raddoppiata.  
Non è dovuta l'imposta per l'indicazione del marchio, della ragione sociale e dell'indirizzo dell'impresa, quando sia apposta non più di due volte e ciascuna iscrizione non sia di superficie superiore a mezzo metro quadrato.
- d) Se la pubblicità è luminosa o illuminata, si applica la maggiorazione del 100 per cento della tariffa di base.
- e) L'attestazione dell'avvenuto pagamento dell'imposta deve essere conservata ed esibita a richiesta degli agenti comunali autorizzati alla vigilanza.

### TABELLA 3

#### Pubblicità effettuata con pannelli luminosi e proiezioni

- a) Per la pubblicità effettuata per conto altrui con insegne, pannelli o altre analoghe strutture caratterizzate dall'impiego di diodi luminosi, lampadine e simili mediante controllo elettronico, elettromeccanico o comunque programmato in modo da garantire la variabilità del messaggio o la sua diffusione in forma intermittente, lampeggiante o simile, la tariffa di base dell'imposta è di lire 64.000 per metro quadrato di superficie del mezzo pubblicitario per anno solare, indipendentemente dal numero dei messaggi.
- b) Per la pubblicità di cui alla lettera a) di durata non superiore a tre mesi, si applica – per ogni mese o frazione – una tariffa pari ad un decimo di quella ivi prevista.
- c) Per la pubblicità di cui alle lettere a) e b), effettuata per conto proprio dall'impresa, la tariffa di base è ridotta alla metà.
- d) Per la pubblicità realizzata in luoghi pubblici o aperti al pubblico attraverso diapositive, proiezioni luminose o cinematografiche effettuate su schermo o pareti riflettenti, la tariffa di base dell'imposta è di lire 4.000 per ogni giorno, indipendentemente dal numero di messaggi e dalla superficie adibita alla proiezione.
- e) Per la pubblicità di cui alla lettera d) di durata superiore a trenta giorni, la tariffa di base giornaliera è ridotta alla metà dopo tale periodo.

### TABELLA 4

#### Pubblicità varia

- a) Per la pubblicità effettuata con striscioni o altri similari, che attraversano strade o piazze, la tariffa è di lire 16.000 per metro quadrato e per ogni periodo di esposizione di quindici giorni o frazione.
- b) Per la pubblicità effettuata con aeromobili mediante scritte, striscioni, disegni fumogeni, ivi compresa quella eseguita su specchi d'acqua e fasce marittime limitrofi al territorio comunale, la tariffa è di lire 96.000 per ogni giorno o frazione, indipendentemente dai soggetti pubblicizzati.
- c) Per la pubblicità eseguita con palloni frenati e simili si applica la tariffa pari alla metà di quella prevista nel punto b).
- d) Per la pubblicità effettuata mediante distribuzione presso le abitazioni di manifestini o di altro materiale, oppure mediante persone circolanti con cartelli o altri mezzi pubblicitari, la tariffa è di lire 4.000 per ciascuna persona impiegata nella distribuzione od effettuazione e per ogni giorno o frazione, indipendentemente dalla misura dei mezzi pubblicitari o dalla quantità di materiale distribuito.
- e) Per la pubblicità effettuata a mezzo di apparecchi amplificatori e simili, la tariffa è di lire 12.000 per ciascun punto di pubblicità e per ciascun giorno o frazione e per ciascuna ditta pubblicizzata.

## ART. 9 – RIDUZIONI

1. La tariffa di base dell'imposta è ridotta alla metà:
  - a) Per la pubblicità effettuata da comitati, associazioni, fondazioni e da ogni altro ente che non abbia scopo di lucro. La riduzione si applica anche all'operatore pubblicitario, il quale dispone del mezzo di diffusione del messaggio, dichiara di effettuare la pubblicità nell'interesse di uno dei suddetti soggetti giuridici ed allega alla dichiarazione di pubblicità una copia autentica dell'atto costitutivo o dello statuto per comprovare la mancanza di finalità di lucro nell'attività del pubblicizzato;
  - b) Per la pubblicità relativa a manifestazioni politiche, sindacali e di categoria, culturali, sportive, filantropiche e religiose – da chiunque realizzate (anche da soggetti che perseguono fini di lucro) – con il patrocinio o la partecipazione degli enti pubblici territoriali;
  - c) Per la pubblicità relativa a festeggiamenti patriottici, religiosi, spettacoli viaggianti e di beneficenza.
2. Nelle ipotesi in cui i mezzi pubblicitari contengano, oltre ai messaggi relativi alle manifestazioni da pubblicizzare, anche l'indicazione di persone, ditte o società che hanno contribuito all'organizzazione delle stesse, si applica la riduzione se:
  - il soggetto passivo in via principale è ricompreso nell'elenco degli enti, di cui alla lettera a) del comma 1;
  - gli altri soggetti pubblicizzati siano enti territoriali che patrocinino o partecipino alla manifestazione, ai sensi della lettera b) del comma 1.In caso contrario e qualora la manifestazione non rientri tra quelle elencate alla lettera c) del comma 1, l'agevolazione della riduzione non compete.

## ART. 10 – ESENZIONE

1. Sono esenti dall'imposta :
  - a) la pubblicità realizzata all'interno dei locali adibiti alla vendita di beni o alla prestazione di servizi, quando si riferisca all'attività negli stessi esercitata, nonché i mezzi pubblicitari – ad eccezione delle insegne – esposti nelle vetrine e sulle porte d'ingresso degli esercizi medesimi perché 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 d'ingresso dei locali o – in mancanza – nelle immediate adiacenze del punto di vendita e relativi all'attività svolta, nonché quelli riguardanti la localizzazione e l'utilizzazione dei servizi di pubblica utilità – che non superino la superficie di mezzo metro quadrato – e quelli riguardanti la locazione o la compravendita degli immobili sui quali sono affissi, di superficie non superiore ad un quarto di mezzo quadrato;
  - c) la pubblicità comunque effettuata all'interno, sulle facciate o sulle recinzioni dei locali di pubblico spettacolo, qualora si riferisca alla rappresentazione in programmazione;



- d) la pubblicità, escluse le insegne, relativa ai giornali ed alle pubblicazioni periodiche, se esposte sulle facciate esterne delle edicole o nelle vetrine o sulle porte di ingresso dei negozi ove si effettua la vendita;
- e) la pubblicità inerente l'attività esercitata, esposta all'interno delle stazioni dei servizi di trasporto pubblico, nonché le tabelle esposte all'esterno delle stazioni stesse o lungo l'itinerario di viaggio, per le parti contenenti informazioni relative alle modalità di effettuazione del servizio;
- f) la pubblicità esposta all'interno delle vetture ferroviarie, degli aerei e delle navi, ad eccezione dei battelli di cui all'articolo 8 – tabella 2 lettera a);
- 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 dei comitati, delle associazioni, delle fondazioni e di ogni altro ente che non persegue 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.

#### ART.11 – TIPOLOGIA E QUANTITA' DEI MEZZI PUBBLICITARI RIPARTIZIONE DELLA SUPERFICIE DEGLI IMPIANTI

1. Nel territorio comunale è consentita, esclusivamente, l'installazione di mezzi pubblicitari conformi alle tipologie di massima elencate e descritte nell'allegato sub lettera a), il quale è parte integrante e sostanziale del presente regolamento. L'ubicazione è definita con il piano generale degli impianti, previsto e disciplinato nell'articolo 12 e che nel proseguo – per brevità – è denominato “ piano”.
2. La superficie complessiva di mezzi pubblicitari sugli spazi e sulle aree pubbliche, che il territorio comunale può contenere, è determinata nella misura di 12 metri quadri per ogni mille abitanti, sulla base della popolazione residente al momento dell'elaborazione del piano.
3. La superficie complessiva è ripartita tra le diverse tipologie della pubblicità nelle seguenti misure percentuali, le quali sono da intendersi di massima ed indicative per il piano ove vengono sviluppate nel dettaglio analitico:
  - 20% da attribuire a soggetti privati per le affissioni dirette e per le altre pubblicità;
  - 80% destinata alle pubbliche affissioni dei messaggi di natura istituzionale, sociale o privi di rilevanza economica, ed a quelle di carattere commerciale (nella misura comunque non inferiore a diciotto metri quadrati per ogni mille abitanti) ed agli impianti collegati a servizi di pubblica utilità.

## ART. 12 – PIANO GENERALE DEGLI IMPIANTI : CRITERI

1. Il piano generale degli impianti, le cui finalità sono descritte di seguito, sarà approvato dalla Giunta Municipale successivamente alla approvazione ed esecutività della deliberazione di Consiglio Comunale che adotta il presente regolamento.
2. Il piano dovrà individuare e regolare le posizioni sul territorio comunale consentite all'installazione dei mezzi pubblicitari, nel rispetto delle disposizioni direttive contenute nell'art.11 e dei divieti, limiti e prescrizioni stabiliti con l'art.13 e con il comma 3 dell'art.4.
3. Disciplinerà l'installazione delle mostre, delle insegne, delle tende, delle targhe, delle vetrine e simili.
4. Per lo studio e l'elaborazione del piano sarà istituita una Commissione, la quale svolge anche le funzioni della conferenza dei servizi ed è supportata da un gruppo di lavoro. Il progetto del piano è sottoposto all'esame ed all'approvazione del Consiglio Comunale.
5. Il piano dovrà comprendere:
  - a) gli elaborati grafici, sui quali sono riportate le posizioni consentite all'installazione delle diverse tipologie dei mezzi pubblicitari sugli spazi pubblici;
  - b) le norme tecniche di attuazione;
  - c) le norme tecniche per l'installazione dei mezzi pubblicitari sulle aree di proprietà privata (a titolo esemplificativo e non esaustivo, sono citate le pareti degli edifici, le stazioni di servizio e le aree di parcheggio);
  - d) una dettagliata e motivata relazione illustrativa ed esplicativa del piano.
6. Il piano dovrà essere redatto secondo i criteri di:
  - a) totale e puntuale rispetto delle previsioni e delle prescrizioni dei vigenti strumenti urbanistici, di tutti i divieti e vincoli di qualsiasi natura imposti da norme generali o da provvedimenti amministrativi e delle disposizioni cogenti ed imperative contenute nel codice della strada e nel relativo regolamento attuativo;
  - b) verifica e proposta motivata sulle possibilità di deroga alla normativa sul posizionamento dei mezzi pubblicitari.
7. E' consentita la pubblicità sugli ascensori in servizio pubblico, ai sensi della legge 14 luglio 1993 n.235 cui il presente regolamento espressamente rinvia.

## ART. 13 – DIVIETI E LIMITAZIONI DI PUBBLICITA'

1. Sono vietate le seguenti forme di pubblicità :
  - a) lancio di manifestini ;
  - b) affissioni di manifesti sul parabrezza delle vetture in sosta;
  - c) è proibito il posizionamento di striscioni pubblicitari direttamente fissati alle alberature stradali e ai sostegni della pubblica illuminazione.

In deroga alle disposizioni precedenti, possono essere conclusi e stipulati accordi e contratti su proposta di terzi per la sistemazione e la conservazione gratuite di aree e verde pubblico, con la facoltà di reclamizzare la propria collaborazione tramite cartelli informativi e pubblicitari installati nelle località. In tale ipotesi, non si applica il canone di concessione ed è fatto saldo il pagamento dei tributi.

2. Il divieto di cui al comma 1 – deve essere osservato nello studio e nell’elaborazione del piano generale degli impianti.

#### ART. 14 – AUTORIZZAZIONE PREVENTIVA

1. L’esecuzione delle seguenti forme di pubblicità e l’installazione dei relativi mezzi di diffusione sono soggette alla preventiva autorizzazione del Comune, che è rilasciata con provvedimento del Sindaco:
  - a) gli striscioni ed i mezzi similari. L’autorizzazione è rilasciata con le prescrizioni disposte dall’art.51, comma 10, del D.P.R. 16.12.1992, N.495;
  - b) la pubblicità effettuata mediante le insegne e le iscrizioni, le mostre, le tende, le targhe, le vetrine, le bandiere orizzontali o verticali e simili – installate sulle mura di pertinenza dei locali di un pubblico esercizio, di un’industria, di un commercio, di un’arte, di un’azienda di servizi o di una professione e che esponano informazioni relative all’attività esercitata.
  - c) la pubblicità a tempo determinato, la quale non può avere una durata superiore a tre mesi, deve essere effettuata su impianti provvisori e rispettare le norme tecniche del piano.  
Tale pubblicità non rientra nella quantità stabilita nel comma 2 dell’articolo 11 ;
  - d) la pubblicità di cui all’articolo 8, tabella 3 e tabella 4 – lettere c), d) ed e)
  - e) la pubblicità di cui all’articolo 8, tabella 2 lettera a), installata all’esterno di veicoli per uso pubblico, in particolare per quelli adibiti al trasporto di linea ed al servizio taxi;
  - f) la pubblicità effettuata con mezzi di diffusione installati sulla proprietà privata. L’istanza per l’autorizzazione deve contenere, a pena di improcedibilità:
    - l’atto di proprietà ( in forma autentica o dichiarato esistente in atti con attestazione notarile) ovvero il consenso del privato all’installazione del mezzo pubblicitario sulla sua proprietà, espresso con sottoscrizione autentica e corredato dalla documentazione probatoria del diritto;
    - l’impegno del proprietario, manifestato con dichiarazione a firma autentica, ad assicurare tempestivamente l’accesso nell’area agli addetti comunali alla vigilanza.
2. La domanda per l’autorizzazione deve essere compilata esclusivamente su apposito modulo predisposto dal Comune e corredata dalla documentazione prescritta nel modello.
- 2bis. Per la pubblicità di cui al comma 1 lett. B) del presente articolo la domanda di rilascio dell’autorizzazione è presentata all’apposito ufficio incardinato nel Settore Assetto del Territorio che cura la relativa istruttoria procedimentale fino all’adozione del provvedimento finale, previa acquisizione di eventuali pareri degli enti gestionali competenti.
3. Qualora la domanda sia dichiarata improcedibile per omissioni o difetti, è assegnato al richiedente il termine perentorio di trenta giorni per poterla regolarizzare. La presentazione degli atti, necessari per la regolarizzazione della domanda, costituisce a tutti gli effetti il nuovo termine di decorrenza dell’istanza, non assumendo più alcun rilievo la data iniziale

della richiesta. La mancata presentazione nel termine produce l'effetto della rinuncia irrevocabile alla domanda.

4. Il procedimento è concluso entro 30 giorni.  
Nelle ipotesi in cui l'installazione del mezzo venga richiesta su proprietà interessata da vincoli e limiti di qualsiasi natura, l'autorizzazione è rilasciata con la conferenza di servizi, la quale si compone dei rappresentanti di tutti gli uffici interessati.
5. L'autorizzazione è notificata, allegando anche il bollettino di conto corrente postale – precompilato con i dati a disposizione del Comune e recante l'importo dovuto liquidato d'ufficio – ed il modello della dichiarazione di pubblicità.
6. La variazione della pubblicità, la quale determini la modificazione dell'ubicazione, della superficie esposta o della tipologia, obbliga l'intestatario dell'autorizzazione a richiedere preventivamente l'assenso del Comune. Al procedimento si applicano le medesime regole valide per il rilascio dell'iniziale autorizzazione.
7. Alle autorizzazioni si applicano, per quanto compatibili, le norme sui contratti o di concessione.
8. Nelle ipotesi delle recinzioni di cantiere “a cielo aperto”- relative ad opere pubbliche o private che abbiano la durata prevista non inferiore a dodici mesi – il Comune si riserva di diritto di autorizzare la collocazione di impianti pubblicitari sul suolo pubblico, da assegnare mediante la procedura di gara ai sensi dell'art. 14 e sulla base di un apposito progetto di soluzione tecnica.  
Qualora le recinzioni insistano esclusivamente sull'area privata, può essere richiesta l'autorizzazione ai sensi dell'art.15. All'istanza è allegato il progetto di sistemazione, il quale deve essere approvato per il rilascio dell'autorizzazione.  
Se le recinzioni hanno una durata inferiore ai dodici mesi, si applicano le disposizioni del comma 2 dell'art.15 sulla pubblicità temporanea.  
Le superfici dei suddetti impianti non rientrano nella quantità stabilita con il comma 2 dell'articolo 11.
9. Non è sottoposta alla preventiva autorizzazione comunale, anche se tenuta al pagamento dell'imposta – ove non esente -, la pubblicità effettuata e rivolta all'interno dei luoghi aperti al pubblico (a titolo esemplificativo e non esaustivo, sono citati gli stadi e gli impianti sportivi, le stazioni automobilistiche e di pubblici trasporti, le stazioni automobilistiche e di pubblici trasporti, i centri commerciali) e quella seguita con i veicoli per uso privato di cui all'articolo 8, tabella 2 lettera c).

#### ART. 15 – DICHIARAZIONE DI PUBBLICITA'

1. Il soggetto passivo obbligato all'imposta in via principale, prima d'iniziare la pubblicità è tenuto – oltre che a munirsi della preventiva autorizzazione comunale, se prescritta – a far pervenire al Comune un'apposita dichiarazione anche cumulativa, redatta esclusivamente su di un modello predisposto dal Comune medesimo e nella quale devono essere indicate le caratteristiche, la durata della pubblicità e l'ubicazione dei mezzi pubblicitari utilizzati. Alla dichiarazione deve essere tassativamente allegata l'attestazione del pagamento eseguito.
2. La dichiarazione deve essere rinnovata in caso di variazione della pubblicità, che comporti modificazioni della superficie esposta o del tipo di pubblicità con conseguente nuova

imposizione; in tale ipotesi, il comune procede al conguaglio tra l'importo dovuto in seguito alla variazione dichiarata e quello già pagato per lo stesso periodo.

3. La dichiarazione della pubblicità annuale ha effetto anche per gli anni successivi, purché non si verificano modificazioni degli elementi dichiarativi cui consegua un diverso ammontare dell'imposta dovuta; la pubblicità annuale si intende prorogata con il pagamento della relativa imposta entro il 31 gennaio dell'anno di riferimento, sempre che non venga presentata denuncia di cessazione, l'obbligo tributario ed economico si rinnova ed, in caso di omesso o ritardato pagamento, si applica la sanzione del 20% disposta con il comma 3 dell'articolo 27.
4. Qualora venga omessa la presentazione della dichiarazione, la pubblicità ordinaria e quella eseguita con veicoli e con pannelli luminosi si considera realizzata – in ogni caso e con presunzione assoluta – a decorrere dal primo gennaio dell'anno in cui è accertata; per le altre fattispecie, la presunzione assoluta risale al primo giorno del mese in cui è effettuato l'accertamento.

#### ART. 16 – COLLOCAZIONE DEI MEZZI PUBBLICITARI

1. La materiale installazione dei mezzi pubblicitari, aggiudicati con la gara pubblica ovvero autorizzati sulla proprietà privata (insegne, bandiere orizzontali o verticali, impianti infissi nel terreno o collocati su pareti e muri), deve essere preceduta da un verbale in contraddittorio tra il personale comunale e l'intestatario del titolo o suo delegato con atto scritto.
2. Prima dell'intestazione, deve essere esibita al personale comunale la copia del contratto o dell'autorizzazione, a pena di improcedibilità.
3. Il verbale, relativo agli impianti di proprietà comunale od agli spazi pubblici aggiudicati con gara, produce l'effetto della consegna del bene o dell'area. Pertanto, dalla data del verbale, il consegnatario si assume le responsabilità delle determinazioni.
4. Qualunque mezzo pubblicitario deve recare gli elementi di identificazione di colui che ne dispone. Gli impianti, infissi sul terreno e sulle pareti e mura – insegne escluse - , devono riportare un'apposita targhetta metallica facilmente leggibile ed accessibile (posizionata a margine, sulla parte inferiore del mezzo e – comunque – ad un'altezza non superiore a metri 2,20 da terra), preventivamente punzonata dal Comune. La targhetta deve contenere – con caratteri incisi – gli estremi del contratto, della concessione o dell'autorizzazione, del contraente o dell'intestatario dell'autorizzazione, della durata del titolo, dell'ubicazione e delle caratteristiche del mezzo pubblicitario. La targhetta di identificazione è fissata e mantenuta cura e spese del titolare del contratto o dell'autorizzazione.
5. Gli impianti di proprietà comunale, dati in affitto, devono recare un numero progressivo cui corrispondere una scheda, tenuta dal Servizio Affissioni e Pubblicità, nella quale sono riportati gli estremi del contratto e del contraente, la decorrenza e la scadenza dell'affitto, l'ubicazione e le caratteristiche del mezzo pubblicitario.
6. Sono a totale ed esclusivo carico dell'intestatario del contratto, della concessione o dell'autorizzazione, la messa in opera – comprese le armature -, la manutenzione ordinaria e straordinaria, il ripristino delle pareti e loro tinteggiature, gli spostamenti e le rimozioni, il risarcimento dei danni alle persone ed alle cose – direttamente o indirettamente provocati

dai mezzi pubblicitari – ed il ristoro del pregiudizio derivato a terzi dall’oggetto della pubblicità.

#### ART. 17 - PAGAMENTI

1. Il pagamento dell’imposta sulla pubblicità, della tassa per l’occupazione del suolo pubblico, del canone di concessione e del corrispettivo dell’affitto, è eseguito – mediante apposito modello di versamento – sul conto corrente postale intestato a: COMUNE DI ROSOLINA SERV. DI TESORERIA C/C 11234457 Servizio Affissioni e Pubblicità. Il Comune può consentire altre forme di pagamento autorizzate dalla legge.
2. L’importo è arrotondato a mille lire per difetto se la frazione non è superiore a lire cinquecento o – per eccesso – se è superiore.
3. Per la pubblicità relativa a periodo inferiore all’anno solare, l’imposta deve essere corrisposta in unica soluzione; per la pubblicità annuale, l’imposta può essere corrisposta in rate trimestrale anticipate quando sia di importo superiore a lire 3.000.000.
4. L’attestazione dell’avvenuto pagamento deve essere allegata alla dichiarazione di pubblicità.
5. L’interessato deve conservare il titolo di autorizzazione alla pubblicità e la ricevuta che comprova i pagamenti eseguiti, in modo che possa esibire tali documenti alla richiesta del personale di vigilanza del comune.
6. Se l’autorizzazione ed i pagamenti si riferiscono a pubblicità effettuata con veicolo o in forma ambulante, essi devono seguire il veicolo o la persona circolanti. In caso di più veicoli o persone, ciascuno deve essere munito di fotocopia dei documenti autenticata dal Servizio Affissioni e Pubblicità.
7. La riscossione coattiva dell’imposta si effettua secondo le disposizioni del D.P.R. 28 gennaio 1988, n.43 e successive modificazioni; 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 notificato ovvero, in caso di sospensione della riscossione, entro il 31 dicembre dell’anno successivo a quello di scadenza del periodo di sospensione. Il credito dell’imposta sulla pubblicità, del diritto sulle pubbliche affissioni e della tassa per l’occupazione del suolo pubblico, è assistito dal privilegio generale sui beni mobili del debitore, ai sensi del comma 4 dell’articolo 2752 del codice civile.
8. Entro due anni, decorrenti dal giorno in cui è stato effettuato il pagamento ovvero da quello in cui è stato definitivamente accertato il diritto al rimborso, il contribuente può richiedere – con apposita istanza su carta legale – la restituzione delle somme non dovute ed indebitamente versate; il comune provvede nel termine di novanta giorni.

#### ART. 18 – RETTIFICA ED ACCERTAMENTO

1. Il comune, entro due anni dalla data in cui la dichiarazione è stata o avrebbe dovuto essere presentata, procede all’accertamento od alla rettifica d’ufficio, notificando al contribuente –

- anche a mezzo posta mediante raccomandata con avviso di ricevimento – un apposito avviso motivato.
2. Nell'avviso devono essere indicati il soggetto passivo, le caratteristiche e l'ubicazione del mezzo pubblicitario, l'importo dell'imposta o della maggiore imposta accertata, delle soprattasse dovute e dei relativi interessi, nonché il termine di sessanta giorni entro cui effettuare il pagamento.
  3. Gli avvisi di accertamento o di rettifica sono sottoscritti dal funzionario responsabile dell'organizzazione e della gestione dell'imposta.
  4. Contro gli avvisi di accertamento o di rettifica è ammesso ricorso alla Commissione Tributaria Provinciale entro sessanta giorni dalla data di notificazione dell'atto, secondo le modalità previste dal decreto legislativo 31 dicembre 1992, n. 546. Fino all'insediamento delle Commissioni Tributarie Provinciali, il ricorso deve essere presentato alla Direzione Regionale delle Entrate per il Veneto – sezione staccata di Rovigo – entro trenta giorni dalla data di notificazione dell'atto.

#### ART. 19 – FUNZIONARIO RESPONSABILE

1. E' nominato funzionario, responsabile dell'organizzazione e della gestione dell'imposta sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni, il Dirigente preposto al Servizio Affissioni e Pubblicità nel caso di gestione diretta ovvero è il legale rappresentante del concessionario nel caso di gestione appaltata.
2. Il funzionario responsabile sottoscrive le richieste, gli avvisi, i provvedimenti relativi e dispone i rimborsi.

### CAPITOLO III

#### SERVIZIO DELLE PUBBLICHE AFFISSIONI

#### ART. 20 – FINALITA' E TITOLARITA' DEL SERVIZIO

1. Il servizio delle pubbliche affissioni, istituito e disciplinato secondo le norme del presente capo, è inteso ad assicurare l'affissione – a cura del comune -, con proprie strutture e sugli appositi impianti a ciò destinati, dei manifesti contenenti comunicazione aventi finalità istituzionali, sociali o comunque privi di rilevanza economica ovvero di messaggi diffusi nell'esercizio di attività economiche.

#### ART. 21 – DIRITTO SULLE PUBBLICHE AFFISSIONI

1. Per l'effettuazione delle pubbliche affissioni è dovuto al Comune, in solido da chi richiede il servizio e da colui nell'interesse del quale il servizio è richiesto, un diritto comprensivo dell'imposta sulla pubblicità

2. La misura del diritto sulle pubbliche affissioni, per ciascun foglio di dimensione fino a centimetri 70 x 100, è – per i primi 10 giorni – di lire 2.000 e, - per ogni periodo successivo di cinque giorni o frazione – di lire 600 ( delib. di G.M. n.72 del 15.02.1994).
3. Per ogni commissione inferiore a cinquanta fogli, il diritto è maggiorato del 50%.
4. Per i manifesti costituiti da otto fino a dodici fogli, il diritto è maggiorato del 50%; per quelli costituiti da più di dodici fogli, il diritto è maggiorato del 100%.
5. Il committente, qualora richieda espressamente che l'affissione sia eseguita in determinati spazi da lui prescelti, è tenuto a corrispondere una maggiorazione del 100% del diritto.
6. Le disposizioni previste per l'imposta sulla pubblicità si applicano, per quanto compatibili, anche al diritto sulle pubbliche affissioni.
7. Il pagamento del diritto sulle pubbliche affissioni deve essere effettuato contestualmente alla richiesta del servizio secondo le modalità di cui all'articolo 25.

#### ART. 22 – RIDUZIONE

1. Il diritto sulle pubbliche affissioni è ridotto alla metà:
  - a) per i manifesti riguardanti in via esclusiva lo Stato e gli enti pubblici territoriali e non rientranti 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 ( anche da soggetti che perseguono fini di lucro), 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. 23 – ESENZIONI

1. Sono esenti dal diritto sulle pubbliche affissioni:
  - a. i manifesti riguardanti le attività istituzionali del comune da esso svolte in via esclusiva, esposti nell'ambito del proprio territorio;
  - b. i manifesti delle autorità militari relativi alle iscrizioni nelle liste di leva, alla chiamata ed ai richiami alle armi;
  - c. i manifesti dello Stato, delle regioni e delle province in materia di tributi;
  - d. i manifesti delle autorità di polizia in materia di pubblica sicurezza;
  - e. i manifesti relativi ad adempimenti di legge in materia di referendum, elezioni politiche, per il parlamento europeo, regionali, amministrative;



- f. ogni altro manifesto la cui affissione sia obbligatoria per legge;
- g. i manifesti concernenti corsi scolastici e professionali gratuiti, regolarmente autorizzati.

#### ART. 24 – MODALITA' PER LE PUBBLICHE AFFISSIONI

1. Le pubbliche affissioni devono essere effettuate secondo l'ordine di precedenza risultante dal ricevimento della commissione, che deve essere annotata in apposito registro cronologico.
2. La durata dell'affissione decorre dal giorno in cui è stata eseguita al completo, nello stesso giorno, su richiesta del committente, il comune deve mettere a sua disposizione l'elenco delle posizioni utilizzate con l'indicazione dei quantitativi affissi.
3. Il ritardo nell'effettuazione delle affissioni, causato dalle avverse condizioni atmosferiche, si considera caso di forza maggiore. Qualora il ritardo sia superiore a dieci giorni dalla data richiesta, il comune deve darne tempestiva comunicazione per iscritto al committente.
4. La mancanza di spazi disponibili deve essere comunicata al committente per iscritto, entro dieci giorni dalla richiesta di affissione.
5. Nei casi di cui ai commi 3 e 4, il committente può recedere dalla commissione senza alcun onere a suo carico ed il comune è tenuto al rimborso delle somme versate, entro novanta giorni.
6. Il committente ha facoltà di revocare la richiesta di affissione prima che venga eseguita, con l'obbligo di corrispondere in ogni caso la metà del diritto dovuto.
7. Il comune ha l'obbligo di sostituire gratuitamente i manifesti strappati o comunque deteriorati e, qualora non disponga di altri esemplari dei manifesti da sostituire, deve darne tempestiva comunicazione al richiedente mantenendo, nel frattempo, a sua disposizione i relativi spazi.
8. 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, è dovuta la maggioranza del 10% del diritto, con un minimo di lire 50.000 per ciascuna commissione. A tale fine la richiesta di affissione e la consegna del materiale devono avvenire almeno 1 ora prima della chiusura al pubblico dell'ufficio.
9. Non sussiste l'obbligo per il Servizio Affissioni di tenere aperti i propri uffici nei giorni festivi e nelle ore notturne.
10. Nell'ufficio del Servizio delle pubbliche affissioni devono essere esposti, per la pubblica consultazione, le tariffe del servizio, l'elenco degli spazi destinati alle pubbliche affissioni – con l'indicazione delle categorie alle quali detti spazi appartengono – ed il registro cronologico delle commissioni.

CAPITOLO IV  
NORME COMUNI ALLA PUBBLICITA' ED ALLE  
PUBBLICHE AFFISSIONI

ART. 25 – GESTIONE DEL SERVIZIO

1. La gestione del servizio di accertamento e riscossione dell'imposta sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni è effettuata dal comune in forma diretta, mediante il Servizio Affissioni e Pubblicità.  
Ove lo ritenga più conveniente sotto il profilo economico e funzionale, il comune può gestire il servizio nelle altre forme previste dalla legge.  
La riscossione coattiva, a norma del D.P.R. 28 gennaio 1988 n.43, è gestita con la forma della concessione a terzo.
2. Le variazioni alle 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 le relative deliberazioni divengono esecutive a norma di legge. Qualora non siano modificate entro il suddetto termine, si intendono tacitamente prorogate di anno in anno.

ART. 26 – SANZIONI TRIBUTARIE ED INTERESSI

1. Per l'omessa, tardiva o infedele presentazione della dichiarazione di pubblicità o di omessa richiesta di pubblica affissione, si applica – oltre al pagamento dell'imposta o del diritto dovuti – una soprattassa pari all'ammontare dell'imposta o diritto evasi.
2. Non costituisce di per sé dichiarazione di pubblicità il pagamento eseguito con il versamento sul conto corrente postale, anche se nella causale posta a retro del bollettino sono riportati gli elementi costitutivi della fattispecie imponibile.  
Nell'ipotesi in cui non sia stata presentata la dichiarazione di pubblicità – nei tempi e con le modalità indicati nel comma 1 dell'articolo 16 – e, comunque, sia stato eseguito il pagamento – senza dar luogo ad evasione fiscale -, si applica all'omissione la sanzione prevista nel comma 1.
3. Per l'omesso o tardivo pagamento dell'imposta o delle singole rate o del diritto è dovuta, indipendentemente da quella di cui al comma 1, una soprattassa pari al 20% dell'imposta o del diritto il cui pagamento è stato omesso o ritardato.
4. Le soprattasse sono ridotte:
  - a) ad un quarto, se la dichiarazione è prodotta o il pagamento viene eseguito non oltre trenta giorni dalla data in cui avrebbero dovuto essere effettuati;
  - b) alla metà, se il pagamento viene eseguito entro sessanta giorni dalla notifica dell'avviso di accertamento o di rettifica;

- c) alla metà, se il pagamento viene eseguito ad iniziativa del contribuente dopo la scadenza del termine indicato nella lettera a) e prima della notifica dell'atto di accertamento o di rettifica.
5. Sulle somme dovute per l'imposta sulla pubblicità per il diritto sulle pubbliche affissioni e per le relative soprattasse si applicano interessi di mora nella misura del 7% per ogni semestre compiuto, a decorrere dal giorno in cui detti importi sono divenuti esigibili; gli interessi – nella stessa misura – spettano al contribuente per le somme ad esso dovute – per un qualsiasi titolo – a decorrere dalla data di cui all'art.17 comma 6 o dell'art.24 comma 5 e comma 6 del presente regolamento.

## ART. 27 – SANZIONI AMMINISTRATIVE

1. Il comune vigila sulla corretta osservanza delle disposizioni legislative e regolamentari riguardanti l'effettuazione della pubblicità e delle affissioni.  
Per l'esercizio delle funzioni di controllo funzionari tecnici ed amministrativi, anche della concessionaria, muniti di specifica legittimazione, sono preposti ad eseguire tutti i rilievi e gli accertamenti occorrenti ed utili per l'applicazione delle sanzioni amministrative e tributarie.
2. L'installazione abusiva di qualsiasi mezzo pubblicitario, l'affissione abusiva di manifesti, le violazioni dei titoli di autorizzazione e di ogni norma del presente regolamento, sono sottoposte all'applicazione della sanzione amministrativa da lire duecentomila a lire due milioni con l'osservanza delle disposizioni contenute nelle sanzioni I E II del capo I della legge 24 novembre 1981 n.689 e nell'articolo 24 del decreto legislativo 15 novembre 1993 n.507.  
In caso di successive infrazioni, si applicano distinte pene pecuniarie, integrando le stesse una pluralità di illeciti amministrativi.  
Ai fini di cui sopra copia dei verbali di accertamento della concessionaria del servizio devono essere trasmesse al comune.
3. Il comune procede d'ufficio alla rimozione dell'impianto pubblicitario abusivo, qualora non vi provveda direttamente il trasgressore entro il termine di tre giorni – per gli striscioni – e di sette giorni – per gli altri mezzi pubblicitari – dalla ricezione della diffida che il Servizio Affissioni e Pubblicità notifica – anche a mezzo di raccomandata con avviso di ricevimento – al responsabile dell'impianto nei cui confronti viene comminata la sanzione amministrativa.  
Dell'ordine perentorio di rimozione dell'impianto pubblicitario abusivo viene fatta menzione nello stesso verbale di accertamento della violazione, che è notificato entro 150 giorni dall'accertamento e riporta gli estremi della violazione.  
Nelle ipotesi in cui il mezzo pubblicitario abusivo rechi un grave pregiudizio od un imminente pericolo di danno a persone o cose, ovvero sia di ostacolo alla normale e regolare circolazione dei veicoli e dei pedoni, il comune può disporre la rimozione d'autorità senza necessità della preventiva notifica al trasgressore della contestazione dell'illecito commesso. Il mezzo pubblicitario rimosso d'autorità è depositato in appositi locali dell'Amministrazione.  
Le spese, sostenute dal comune per la rimozione d'ufficio e per il deposito, sono addebitate ai responsabili della violazione.

Le spese di deposito sono determinate in ragione di lire mille giornaliere per ogni metro quadrato di impianto pubblicitario. Le frazioni al mezzo metro quadrato si arrotondano per difetto, mentre quelle pari o superiori per eccesso.

Il comune ha la competenza sulla diffida e sulla rimozione d'ufficio degli abusi relativi alle insegne ed agli altri mezzi pubblicitari soggetti alla sua autorizzazione.

4. Indipendentemente dalla procedura di rimozione e dall'applicazione della sanzione amministrativa pecuniaria, il comune o il concessionario del servizio effettua l'immediata copertura della pubblicità abusiva, in modo che sia privata di efficacia pubblicitaria, ovvero la defissione dei manifesti abusivi, procedendo successivamente alla notifica di apposito avviso per il recupero di tutte le somme dovute dai responsabili della violazione, distintamente per le imposte, diritti ed accessori o per le sanzioni amministrative e spese di deposito.

Le spese della copertura e della defissione sono determinate nella misura dei costi sostenuti dall'Amministrazione o dal concessionario.

La violazione dei manifesti di copertura della pubblicità abusiva integra gli estremi della fattispecie di reato punita con l'articolo 664 del codice penale, fatto salvo il più grave illecito per lesione del regolare funzionamento dell'attività amministrativa e del prestigio degli organi pubblici. Gli addetti alla vigilanza hanno il dovere di denuncia del fatto all'autorità, essendo inerente al loro ufficio.

5. I mezzi pubblicitari esposti abusivamente, rimossi d'autorità e depositi in appositi locali, sono confiscati – ai sensi dell'articolo 20 della legge 24 novembre 1981 n.689 – in qualità di cose costituenti il prodotto di attività illecita e, con il medesimo provvedimento, sono sequestrati – ai sensi dell'articolo 24 del decreto legislativo 15 novembre 1993 n.507 – a garanzia del pagamento dell'imposta sulla pubblicità, della tassa per l'occupazione del suolo pubblico, delle soprattasse, del canone di concessione, delle spese di rimozione e di custodia degli interessi e di tutte le somme accessorie.

Entro e non oltre il termine di 90 giorni dalla notifica del provvedimento sanzionatorio e cautelare, il responsabile del mezzo pubblicitario può ottenere la restituzione, a condizione che prima estingua l'intero debito garantito. Trascorso inutilmente il suddetto termine, il comune – a scelta insindacabile – può distruggere od alienare il mezzo pubblicitario.

Le spese sostenute per la distribuzione sono a totale ed esclusivo carico del responsabile dell'impianto.

In caso di vendita, il ricavato è destinato all'estinzione dei debiti con precedenza per quelli meno garantiti. L'eventuale attivo, risultante in esito alla liquidazione di tutte le passività, è posto a disposizione del responsabile dell'impianto. Qualora il ricavo sia insufficiente, il debito residuo che permanga insoddisfatto viene sottoposto al procedimento della riscossione coattiva, secondo le norme del D.P.R. 28 gennaio 1988 n.43 e con addebito delle maggiori spese.

Alla medesima procedura della riscossione coattiva è iscritto il debito conseguente alla distruzione del mezzo pubblicitario, ove il responsabile dell'impianto non adempia nei termini indicati dal comune con la richiesta di pagamento del rimborso.

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

#### ART. 28 – ENTRATA IN VIGORE

1. Ai sensi dell'articolo 36, comma 2, del decreto legislativo 15.11.1993 n.507 e della circolare del Ministero delle Finanze del 15 gennaio 1994, le norme del presente regolamento entrano in vigore dal 1 gennaio 1994.

#### ART. 29 – NORME ABROGATE

1. E'abrogato il previgente regolamento comunale adottato con delibera del Consiglio Comunale n.2/11 in data 31.01.1973.