



COMUNE DI SAN MARTINO B.A.

REGOLAMENTO DELLA PUBBLICITA' E DELLE PUBBLICHE AFFISSIONI

- Approvato con deliberazione consiliare n. 87 del 29/11 | 2016

	CAPO I - DISPOSIZIONI GENERALI	Pag.
Art. 1	- Pubblicità e Pubbliche Affissioni: definizioni	Pag.
Art. 2	- Classificazione del Comune di San Martino B.A.	Pag.
Art. 3	- Imposta e diritti comunali	Pag.
Art. 4	- Forma di gestione del servizio	Pag.
Art. 5	- Pubblicità effettuata su spazi e aree comunali	Pag.
Art. 6	- Suddivisione del territorio comunale	Pag.
Art. 7	- Tariffe – Agevolazioni	Pag.
Art. 8	- Esposizione delle tariffe, indicazione spazi per affissione	Pag.
Art. 9	- Definizioni dei mezzi pubblicitari	Pag.
Art. 10	- Tipologia e quantità	Pag.
Art. 11	- Piano generale degli impianti: criteri	Pag.
Art. 12	- Installazione impianti per affissione e concessione a soggetti privati	Pag.

	CAPO II – EFFETTUAZIONE DELLA PUBBLICITA'	Pag.
Art. 13	- Forme di pubblicità consentita	Pag.
Art. 14	- Domanda di autorizzazione	Pag.
Art. 15	- Allegati alla domanda di autorizzazione	Pag.
Art. 16	- Casi di esenzione dall'autorizzazione	Pag.
Art. 17	- Esame delle domande. Responsabile del procedimento	Pag.
Art. 18	- Rilascio dell'autorizzazione	Pag.
Art. 19	- Durata dell'autorizzazione e motivi di revoca	Pag.
Art. 20	- Targhetta di identificazione	Pag.
Art. 21	- Pubblicità nelle aree vincolate (Parte III D.lgs. n. 42/04)	Pag.
Art. 22	- Pubblicità su edifici vincolati (Parte II D.lgs. n. 42/04)	Pag.
Art. 23	- Installazioni pubblicitarie dentro ai centri abitati	Pag.
Art. 24	- Caratteristiche e Dimensione dei mezzi pubblicitari	Pag.
Art. 25	- Limitazioni e divieti generali e particolari	Pag.
Art. 26	- Vetrine di esercizio: imposta di pubblicità	Pag.
Art. 27	- Pubblicità nelle vetrine e porte d'ingresso	Pag.
Art. 28	- Vetrinette e bacheche	Pag.
Art. 29	- Iscrizioni pubblicitarie su tende e capottine parasole	Pag.
Art. 30	- Targhe professionali	Pag.
Art. 31	- Farmacie	Pag.
Art. 32	- Pubblicità nelle edicole	Pag.
Art. 33	- Stazioni di servizio e aree di parcheggio	Pag.
Art. 34	- Volantinaggio e distribuzione di oggettistica	Pag.
Art. 35	- Pubblicità fonica	Pag.
Art. 36	- Pubblicità nei cantieri	Pag.
Art. 37	- Striscioni trasversali	Pag.
Art. 38	- Freccie, preinsegne e cartelli di avviamento	Pag.
Art. 39	- Segni orizzontali reclamistici e di direzione	Pag.
Art. 40	- Impianti pubblicitari di servizio	Pag.
Art. 41	- Pubblicità provvisoria nel Centro Storico	Pag.
Art. 42	- Pubblicità provvisoria lungo o in vista delle strade	Pag.
Art. 43	- Pubblicità permanente sui veicoli	Pag.
Art. 44	- Pubblicità provvisoria con automezzi	Pag.
Art. 45	- Pubblicità con aeromobili, mongolfiere e palloni frenati	Pag.
Art. 46	- Impianti di pubblicità o propaganda a messaggio variabile	Pag.
Art. 47	- Oneri relativi all'esposizione della pubblicità	Pag.
Art. 48	- Manutenzione dei mezzi pubblicitari	Pag.

Art. 49	- Spostamento o rimozione per motivi di pubblico interesse	Pag.
Art. 50	- Rimozione della pubblicità alla scadenza dell'autorizzazione	Pag.
Art. 51	- Rimozione e sequestro dei mezzi pubblicitari abusivi o in cattivo stato di manutenzione	Pag.
Art. 52	- Conservazione e vendita del materiale rimosso o sequestrato dal Comune	Pag.

	CAPO III AFFISSIONE DI MANIFESTI	
Art. 53	- Oggetto e soggetti passivi	Pag.
Art. 54	- Servizio delle pubbliche affissioni	Pag.
Art. 55	- Diritto sulle pubbliche affissioni - tariffe.	Pag.
Art. 56	- Contenzioso e procedimento esecutivo	Pag.
Art. 57	- Assegnazione di spazi per le affissioni dirette.	Pag.
Art. 58	- Spazi per le affissioni	Pag.
Art. 59	- Impianti destinati alle pubbliche affissioni	Pag.
Art. 60	- Modalità per le affissioni	Pag.
Art. 61	- Annunci funebri	Pag.

	CAPO IV – IMPOSTA SULLA PUBBLICITA'	Pag.
Art. 62	- Oggetto	Pag.
Art. 63	- Soggetto Passivo	Pag.
Art. 64	- Pagamento dell'imposta ed osservanza di ogni altra prescrizione	Pag.
Art. 65	- Modalità di applicazione dell'imposta	Pag.
Art. 66	- Applicazione maggiorazioni e riduzione imposte	Pag.
Art. 67	- Pubblicità luminosa e illuminata.	Pag.
Art. 68	- Dichiarazione d'imposta.	Pag.
Art. 69	- Pagamento dell'imposta.	Pag.
Art. 70	- Pubblicità effettuata su spazi o aree comunali.	Pag.
Art. 71	- Rettifica e accertamento d'ufficio.	Pag.
Art. 72	- Procedura coattiva.	Pag.
Art. 73	- Rimborsi.	Pag.
Art. 74	- Contenzioso.	Pag.
Art. 75	- Pubblicità ordinaria. - tariffe.	Pag.

	CAPO V – SANZIONI E INTERESSI	Pag.
Art. 76	- Sanzioni	Pag.
Art. 77	- Interessi	Pag.
Art. 78	- Reclami	Pag.
Art. 79	- Abrogazioni	Pag.
Art. 80	- Rinvio	Pag.

	CAPO VI – DISPOSIZIONI FINALI E TRANSITORIE	Pag.
Art. 81	- Entrata in vigore	Pag.
Art. 82	- Adeguamento alle norme	Pag.

CAPO I
DISPOSIZIONI GENERALI

Art. 1

(Pubblicità e Pubbliche Affissioni: definizioni)

1. La pubblicità esterna e le pubbliche affissioni sono disciplinate dal D.Lgs. n. 507/93, e dal D.Lgs. n. 285/92, dal D.P.R. N. 495/92 e loro successive modificazioni ed integrazioni nonché dal presente Regolamento.
2. Sotto la denominazione di pubblicità è compresa la diffusione o esposizione di messaggi visivi o acustici, eseguita mediante insegne, iscrizioni, cartelli, targhe, volantini, automezzi, striscioni e di altri mezzi simili, effettuata in luoghi pubblici o aperti al pubblico o comunque da tali luoghi percepibili.
3. Sotto la denominazione di pubbliche affissioni è compresa l'esposizione nell'ambito del territorio comunale di manifesti di qualunque materia costituiti, esposti a cura del Comune negli appositi spazi ad essi riservati.

Art. 2

(Classificazione del Comune San Martino B.A.)

1. Ai fini dell'applicazione delle tariffe dell'imposta di pubblicità e dei diritti sulle pubbliche affissioni, il Comune di San Martino B.A., in conformità a quanto disposto dall'art. 2 del D.Lgs. n. 507/93, appartiene alla IV classe avendo una popolazione residente al 31/12/2004 di n. 13204 abitanti.

Art. 3

(Imposta e diritti comunali)

1. La pubblicità, entro l'ambito del territorio comunale, si effettua a diretta cura degli interessati, previa la prescritta autorizzazione dell'Ente competente, ove prevista, e comporta, per il solo fatto della sua diffusione o esposizione, il pagamento della relativa imposta comunale.
In mancanza della prescritta autorizzazione comunale e nel caso in cui l'interessato proceda o abbia comunque ugualmente proceduto all'esposizione, lo stesso è in ogni caso tenuto a corrispondere il relativo tributo e la pubblicità è da considerarsi abusiva a tutti gli effetti, rendendosi applicabili le sanzioni ed i provvedimenti previsti dal Codice della Strada, dal presente Regolamento e dal D. lgs. n. 507/93.
2. Le pubbliche affissioni costituiscono servizio di esclusiva competenza comunale; esso comporta il pagamento di un diritto per le prestazioni effettuate dal Comune a favore del committente.

Art. 4
(Forma di gestione del servizio)

1. La gestione del servizio di accertamento e riscossione dell'imposta di pubblicità e dei diritti sulle pubbliche affissioni è effettuata in forma diretta dal Comune di San Martino B.A., oppure mediante affidamento in concessione secondo le vigenti disposizioni di legge.

Art. 5
(Pubblicità effettuata su spazi e aree comunali)

1. La pubblicità e l'esposizione diretta di manifesti eseguite su spazi di proprietà comunale, o dati in godimento al Comune, ovvero su beni appartenenti al demanio o al patrimonio indisponibile del Comune, devono essere preventivamente autorizzate e comportano, oltre al pagamento dell'imposta di pubblicità, anche il pagamento dell'eventuale canone per l'occupazione di spazi ed aree pubbliche.

Art. 6
(Suddivisione del territorio comunale)

1. Agli effetti dell'applicazione del presente Regolamento, il territorio del Comune di San Martino B.A è suddiviso nelle seguenti zone:

A	Centro Storico Aree dei beni ambientali e architettonici e di tutela dei beni ambientali e culturali (Art.10 della L.R. n. 24/85);
ARU	Aree della riqualificazione urbanistica;
B	Zona residenziale di completamento;
C	Zona residenziale di espansione;
D	Zona a destinazione produttiva;
E	Zona agricola;
F	Zona per attrezzature e impianti di pubblico interesse;

2. Il *centro abitato* è un insieme di edifici, delimitato lungo le vie d'accesso da appositi segnali di inizio e fine. Per insieme di edifici si intende un raggruppamento continuo, ancorché intervallato da strade, piazze, giardini o simili, costituito da non meno di venticinque fabbricati e da aree di uso pubblico con accessi veicolari o pedonali sulla strada. Ai sensi del D. Lgs. n. 285/92, i centri abitati sono stati delimitati dal Comune di San Martino B.A. con deliberazione di G.C.

Art. 7
(Tariffe - Agevolazioni)

1. Le tariffe dell'imposta di pubblicità e dei diritti sulle pubbliche affissioni sono determinate con provvedimento della Giunta Comunale, in conformità a quanto stabilito dall'art. 42, comma 2, lett. f) del D. Lgs. n. 267/2000; ai sensi dell'art. 3 del D.lgs. n. 507/1993 le tariffe dell'imposta sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni sono deliberate entro il 31 marzo di ogni anno e si applicano a decorrere dal 1° gennaio del medesimo anno. In caso di mancata adozione della deliberazione, si intendono prorogate di anno in anno.
2. in attuazione di quanto previsto dall'art. 10, comma 1, lett. b) del D.Lgs n. 114/98, sono definite le agevolazioni di cui all'Art. 14 del "Regolamento per l'insediamento delle attività commerciali" approvato con deliberazione consiliare del 10 luglio 2000, n. 52 per le "Botteghe Storiche" e esercizi di vicinato in Centro Storico.

3. Sono esenti dall'imposta le attività esercitate in centri polifunzionali così come definiti nell'art. 15 del Regolamento per l'insediamento delle attività commerciali approvato con deliberazione consiliare del 10 luglio 2000, n. 52, in attuazione a quanto previsto dall'art. 10, comma 1, lett. a) del D.Lgs. n. 114/98.
4. Ai sensi del D.Lgs. n. 507/93, Art. 16 la tariffa è ridotta a metà per:
 - a) per la pubblicità effettuata da comitati, associazioni, fondazioni ed ogni altro ente che non abbia scopo di lucro;
 - b) per la pubblicità relativa a manifestazioni politiche, sindacali e di categoria, culturali, sportive, filantropiche e religiose, da chiunque realizzate, con il patrocinio o la partecipazione degli enti pubblici territoriali;
 - c) per la pubblicità relativa a festeggiamenti patriottici, religiosi, a spettacoli viaggianti e di beneficenza.

Art. 8

(Esposizione delle tariffe, indicazione spazi per affissione)

1. Nei locali dell'Ufficio preposto, sono esposti, in maniera ben visibile al pubblico, la tariffa del servizio ed un elenco sul quale sono indicati gli spazi destinati alle affissioni e la relativa categoria di appartenenza, nonché il registro cronologico delle affissioni.

Art. 9

(Definizioni dei mezzi pubblicitari)

1. Per la definizione dei mezzi pubblicitari viene recepito il testo integrale dell'art. 47 del DPR 495/92 e successive modificazioni ed integrazioni (VEDI ALLEGATO 7):

Art. 10

(Tipologia e quantità)

- 1) Nel territorio del comune di San Martino B.A. in conformità alle disposizioni dell'Art.3 del D.lgs. n. 507/93 la superficie massima adibita all'affissione di manifesti risulta così distribuita:
 - a) IMPIANTI DESTINATI ALLE PUBBLICHE AFFISSIONI: in conformità alle disposizioni di cui all'art. 18 del D.Lgs. n. 507/93, il quantitativo unitario di esposizione è fissato in mq 35 per ogni mille abitanti quindi, risultando la popolazione residente nel territorio comunale al 31/12/04 pari a n. 13.210 abitanti, la superficie risulta definita in mq 463mq.
 - b) IMPIANTI DESTINATI A PRIVATI PER LE AFFISSIONI DIRETTE.
Ai sensi dell'Art.3 D.L.vo 507/1993 in eccedenza alla superficie complessiva di cui alla lett.a) viene disposta l'attribuzione a privati per l'installazione di impianti pubblicitari per l'affissione diretta una superficie massima pari al 5% della superficie complessiva.
- 2) Le caratteristiche strutturali degli impianti per l'affissione di manifesti, devono essere uniformate alle tipologie elencate e rappresentate in allegato al presente regolamento alla TAVOLA 2A e TAVOLA 2B.
- 3) L'ubicazione è definita nel piano generale degli impianti, previsto e disciplinato dal successivo art. 11, che nel prosieguo, per brevità, è denominato "piano".

Art. 11
(Piano generale degli impianti: criteri)

1. Il piano individua le posizioni per il collocamento degli impianti destinati all'affissione di manifesti, sia quelli destinati al pubblico servizio che quelli da assegnare in concessione a soggetti privati.
Il piano determina e regola altresì le aree del territorio comunale, ove consentire l'installazione in via continuativa su spazi pubblici di cartelli, di impianti di pubblicità o propaganda, nonché le aree in cui è possibile effettuare pubblicità sugli impianti di servizio e le posizioni ove collocare le strutture di ancoraggio degli striscioni trasversali, nel rispetto delle disposizioni contenute nel precedente art. 10 e dei divieti, limitazioni, prescrizioni stabiliti dal presente Regolamento.
2. Nel piano non sono compresi i mezzi pubblicitari collocati sulle sedi di esercizio o comunque nelle pertinenze delle attività cui si riferiscono. Sono altresì esclusi i cartelli e gli altri mezzi pubblicitari da esporre a tempo determinato e per brevi periodi nelle aree e con le modalità previste nei successivi articoli.
In deroga al precedente comma 1, secondo capoverso, il Comune si riserva la facoltà di autorizzare il collocamento di talune tipologie di impianti pubblicitari di servizio, qualora, nella sua discrezionalità, lo ritenesse utile e necessario sotto il profilo del pubblico interesse, nel rispetto di quanto previsto dal Codice della Strada e dal relativo regolamento di esecuzione.
3. Il piano deve essere redatto nel rispetto dei vigenti strumenti urbanistici, dei limiti e divieti imposti da norme di carattere generale, delle disposizioni contenute nel Codice della Strada e nel relativo regolamento di esecuzione nonché delle norme previste nei successivi articoli.
4. Il piano deve comprendere:
 - gli elaborati grafici, sui quali sono riportate le posizioni ovvero le aree consentite per l'installazione delle diverse tipologie dei mezzi pubblicitari su spazi ed aree pubbliche e degli impianti per l'affissione di manifesti;
 - le norme tecniche di attuazione;
 - le norme tecniche per l'installazione su spazi ed aree private di cartelli e di impianti di pubblicità o di propaganda, nel rispetto delle norme previste dal presente Regolamento;
 - una relazione illustrativa ed esplicativa del piano.
5. La Giunta Comunale, nel rispetto degli indirizzi e delle prescrizioni contenute nel presente Regolamento, approva il piano degli impianti su proposta di una Commissione di esperti da essa nominata.

Art. 12
(Installazione di impianti per affissione e concessione a soggetti privati)

1. Gli impianti destinati all'affissione di manifesti vengono installati ad esclusiva cura del Comune, nelle quantità e posizioni previste nel piano.
2. Per la concessione a soggetti privati di impianti per affissione di manifesti, il Comune individua il contraente mediante gara ad evidenza pubblica.
3. Il procedimento di individuazione dei contraenti viene svolto sulla base della normativa vigente in materia.
4. Per l'ammissione alla gara, oltre ai requisiti di legge, il Comune può introdurre ulteriori vincoli aggiuntivi.

5. Nel procedimento concorsuale, il Comune individua il numero e le posizioni degli impianti da concedere, la durata del contratto, il canone di affitto, l'entità del deposito cauzionale ed altre clausole.

CAPO II EFFETTUAZIONE DELLA PUBBLICITA'

Art. 13 (Forme di pubblicità consentita)

1. Nell'ambito del territorio comunale la pubblicità può essere attuata con l'esposizione di cartelli, insegne di esercizio ed altri mezzi pubblicitari, quali striscioni, stendardi, locandine, fregi, ecc., e inoltre con proiezioni, con veicoli, con aeromobili, in forma ambulante, con mezzi sonori, nei limiti consentiti dal presente Regolamento e in osservanza delle disposizioni contenute nel Codice della Strada (D. Lgs. n. 285/92) e nel relativo Regolamento di esecuzione (D.P.R. n. 495/92) e successive modificazioni ed integrazioni.

Art. 14 (Domanda di autorizzazione)

1. La domanda di autorizzazione deve essere presentata per l'esposizione di cartelli, insegne di esercizio ed altri mezzi pubblicitari collocati in luoghi pubblici o visibili da tali luoghi, ed in aree private soggette a servitù di pubblico transito, nonché per la pubblicità fonica. L'istanza in bollo, rivolta al Comune di San Martino B.A., deve indicare il tipo e le dimensioni della pubblicità, l'ubicazione e il periodo di esposizione, e deve essere presentata all'Ufficio o concessionario cui è affidato lo svolgimento del servizio, nei giorni e negli orari fissati dall'Amministrazione Comunale.
2. La domanda di autorizzazione deve essere presentata anche per i cartelli, le insegne di esercizio e gli altri mezzi pubblicitari che ricadono sia nel regime esonerativo d'imposta che nell'obbligatorietà dell'esposizione in forza di leggi e regolamenti. Le modalità sono quelle previste dal presente Regolamento, ivi comprese, ove ricorrono, le disposizioni di cui ai seguenti artt. 21 e 22.
3. L'autorizzazione è nominativa. Può essere volturata ai successori aventi causa ed è sufficiente la presentazione della sola istanza in bollo recante gli estremi dell'atto in corso di validità, da produrre entro 60 giorni dall'acquisto del titolo. Tale istanza legittima il richiedente ad utilizzare il mezzo pubblicitario esistente fino al rilascio od al diniego del documento autorizzativo a suo nome.
4. Per la variazione o la sostituzione dei mezzi pubblicitari, deve essere presentata apposita istanza in bollo con esclusione della documentazione già in atti alla precedente domanda di autorizzazione.
5. Lo spostamento di mezzi pubblicitari già autorizzati, deve essere richiesto con apposita istanza in bollo, con esclusione dei bozzetti e dell'autodichiarazione se figurano già in atti alla precedente domanda di autorizzazione.
Gli spostamenti di cui all'art. 58, comma 2, primo capoverso, del D.P.R. n. 495/92, saranno

diposti d'ufficio, a cura e spese del titolare dell'autorizzazione; in tal caso, il riposizionamento sarà subordinato a preventiva annotazione sul titolo autorizzativo già in possesso.

6. Sono fatti salvi i diritti di terzi, da far valere nelle sedi previste.

Art. 15

(Allegati alla domanda di autorizzazione)

1. La domanda di autorizzazione deve contenere la seguente specifica documentazione:

- *N. 2 documentazione fotografica, comprendente due o più foto a colori* di formato minimo cm 15x10, che illustrino dettagliatamente il punto d'installazione, la facciata dell'intero edificio e l'ambiente circostante. Le foto non devono essere manomesse né con scritte né con disegni, ad eccezione di quelle relative al collocamento di targhe professionali di cui all'art. 31, sulle quali deve essere indicato con un segno grafico il punto d'installazione;
- *N. 2 progetto o disegno* in scala quotata della facciata dell'edificio, riportante l'esatto inserimento figurativo del mezzo pubblicitario, sia esso posto in aderenza al fabbricato che collocato, con staffe, in modo ortogonale alla strada. Il disegno del prospetto non va presentato per la pubblicità da collocare all'interno delle vetrine o porte d'ingresso, fatto salvo quanto eventualmente previsto negli specifici articoli, e per le targhe di cui all'art. 30, ad eccezione di quelle da esporre su edifici vincolati ai sensi del D.lgs. n. 42/04.
- *N. 2 disegno quotato della struttura di sostegno* dei mezzi ortogonali alla strada, sia che essa venga ancorata a parete sia che venga fissata al suolo, indicando anche la distanza da terra del bordo inferiore del mezzo pubblicitario.
In entrambi i casi, va inoltre riportata la profondità (spessore, lato) del mezzo pubblicitario e la sua eventuale proiezione (in centimetri) su suolo pubblico;
- *N. 2 rappresentazione planimetrica* e in scala appropriata, quando i mezzi pubblicitari vengono installati in modo ortogonale alla strada o, seppur paralleli, non sono in aderenza ai fabbricati.
- Sulla planimetria occorre specificare:
 - la proprietà dell'area (pubblica o privata);
 - l'esatto punto di collocazione dell'impianto;
 - la distanza del lato aggettante del mezzo pubblicitario dalla carreggiata;
 - l'esistenza di segnali stradali di pericolo e di prescrizione, di impianti semaforici, di intersezioni, di altri cartelli e mezzi pubblicitari, presenti 50 metri prima e 50 metri dopo il punto in cui s'intende collocare il mezzo oggetto della domanda, indicandone le relative distanze.Fuori dai centri abitati, il tratto di strada da rappresentare viene elevato a 250 metri prima e 150 dopo il punto d'installazione;
- *N. 1 "autodichiarazione"*, nella quale deve essere attestato che il manufatto che s'intende collocare è stato calcolato, realizzato e verrà posto in opera, tenendo conto della natura del terreno e della spinta del vento, in modo da garantire la stabilità. L'attestazione va presentata in carta semplice con dichiarazione sostitutiva di atto notorio e deve essere firmata dal soggetto interessato al rilascio dell'autorizzazione oppure dal costruttore o dall'installatore dell'impianto.
Sono escluse dall'obbligo le targhe professionali e le scritte pittoriche realizzate su pareti preesistenti e su vetrine, comprese le vetrofanie.

Nel medesimo documento, o con atto separato, limitatamente alle aree vincolate quali beni paesaggistici – e comunque per il Centro Storico – il richiedente deve dichiarare sotto la propria responsabilità che l'edificio interessato all'installazione della pubblicità non risulta vincolato quale bene culturale (ex Legge N. 1089/39.)

- *N. 1 "autodichiarazione", redatta con le modalità di cui al D.P.R. n. 445/00, di conformità del progettato intervento al D.Lgs. n. 285/92 "Nuovo Codice della Strada" e relativo regolamento di esecuzione.*
- 2. Per le tende e cappottine parasole, la documentazione da produrre è specificata al successivo art. 29, mentre per i mezzi pubblicitari da esporre in aree ed edifici vincolati la documentazione è specificata ai successivi artt. 21 e 22.
- 3. Tutta la documentazione presentata a corredo della domanda di autorizzazione, deve essere datata e firmata dal richiedente;
- 4. E' facoltà del responsabile del procedimento chiedere ulteriori elementi documentali;
- 5. Il responsabile del procedimento assegna all'interessato un congruo termine per l'integrazione della documentazione mancante. Trascorso inutilmente il termine concesso, la domanda viene archiviata.
- 6. Qualora dalla documentazione presentata risultasse l'avvenuta installazione della pubblicità oggetto della domanda, si procederà all'automatica emissione dell'avviso di accertamento per il recupero coattivo dell'imposta di pubblicità ed alla contestazione delle violazioni regolamentari e di legge con l'applicazione delle relative sanzioni.
- 7. Qualora la pubblicità sia effettuata su spazi ed aree pubbliche appartenenti al demanio o al patrimonio indisponibile del Comune, il pagamento dell'imposta di pubblicità non esclude il pagamento della tassa di occupazione temporanea spazi ed aree pubbliche nonché di eventuali canoni di concessione.
- 8. Qualora si intenda installare l'impianto su suolo privato dovrà essere fornita dimostrazione dell'ottenimento o del possesso della disponibilità dell'area o del fabbricato interessato.

Art. 15 bis

(Corrispettivo per il rilascio dell'autorizzazione)

1. Ai sensi del 7° comma dell'art. 53 del D.P.R. 495/1992" Regolamento di esecuzione e di attuazione del Nuovo Codice della strada", e successive modificazioni ed integrazioni, al momento del rilascio dell'autorizzazione di cui agli articoli precedenti, è dovuto un corrispettivo.
2. Il corrispettivo si applica per il rilascio delle autorizzazioni relative al posizionamento di cartelli, insegne di esercizio ed altri mezzi pubblicitari, lungo le strade all'interno del centro abitato, o in vista di esse, e lungo le strade comunali fuori dal centro abitato, o in vista di esse, sia in proprietà pubblica che privata.
3. Il corrispettivo è determinato annualmente con provvedimento della Giunta comunale, ed è dovuto indipendentemente dall'applicazione dell'imposta comunale sulla pubblicità o dei diritti di affissione.
4. In caso di semplice rinnovo dell'autorizzazione, che non comporti l'espletamento di fasi istruttorie tecniche, ma solo amministrative, il corrispettivo è ridotto del 25%.

Art. 16
(Casi di esenzione dall'autorizzazione)

1. Sono esenti dall'autorizzazione:
 - a) i cartelli "Vendesi-Affittasi" di superficie non superiore ad un quarto di metro quadrato;
 - b) l'insieme di cartelli, iscrizioni, ed altri mezzi pubblicitari non luminosi collocati nelle vetrine, ad eccezione delle insegne a carattere permanente, di superficie complessiva non superiore a mezzo metro quadrato, ivi compresi quelli esposti in occasione di vendite straordinarie di cui al D.lgs. n. 114/98 Art.15;
 - c) le locandine di cui all'art. 27, comma 2°;
 - d) i cartelli di cui all'art. 33, comma 4, di superficie non superiore ad un quarto di metro quadrato;
 - e) l'esposizione provvisoria di locandine ed altri manufatti di propaganda di cui all'art. 32, comma 3;
 - f) i listini prezzi dei pubblici esercizi di cui alle lettere a), b), c) e d) dell'art. 5 della Legge 25 agosto 1991, n. 287, con la mera indicazione dell'esercizio a cui si riferiscono;
 - g) manifesti ed avvisi di natura politica o culturale, di superficie non superiore a un metro quadrato, posti su automezzi;
 - h) tutti i casi relativi alla distribuzione di volantini di natura politica, culturale, sociale.
 - i) targhe professionali, targhe o scritte sui veicoli in genere;E' fatto salvo l'obbligo dell'assolvimento tributario.

Art. 17
(Esame delle domande. Responsabile del procedimento)

1. Entro 60 giorni dal ricevimento della domanda, il responsabile del procedimento acquisito il parere della Commissione Edilizia e degli altri pareri eventualmente necessari, anche mediante convocazione di conferenza di servizi, rilascia o nega l'autorizzazione. Nei casi in cui siano previsti i pareri della Commissione Edilizia Integrata e/o della Soprintendenza per i Beni Ambientali e Architettonici, il termine di cui sopra rimane interrotto fino all'acquisizione di tali pareri.
2. In caso di diniego dell'autorizzazione, l'eventuale richiesta di riesame deve essere congruamente motivata.

Art. 18
(Rilascio dell'autorizzazione)

1. Il documento di autorizzazione, firmato dal responsabile del provvedimento, deve essere ritirato dal richiedente entro 90 giorni dall'avvenuta approvazione. In caso contrario l'autorizzazione è automaticamente revocata e l'eventuale riproposizione va formulata nei modi e termini previsti ai precedenti artt. 14 e 15.
2. Il documento di autorizzazione va custodito presso il luogo di esercizio, o presso la sede dell'intestatario dello stesso, ed esibito su richiesta del personale addetto ai controlli.
3. L'autorizzazione si intende rilasciata a condizione che il richiedente provveda alla periodica manutenzione del relativo impianto. Conseguentemente il Comune ha la facoltà di richiedere quei lavori di pulizia, verniciatura e sostituzione e in genere di manutenzione che saranno

ritenuti necessari per mantenere i mezzi pubblicitari in buono stato secondo le esigenze del decoro cittadino.

4. Nel caso di mancata installazione nel termine di mesi 6 (sei), l'autorizzazione si intende revocata. Potrà essere riattivata previa presentazione di nuova istanza.
5. L'autorizzazione non sostituisce la dichiarazione di cui all'articolo 68 del presente Regolamento che deve essere comunque e sempre presentata ai fini dell'assolvimento tributario di cui al capo IV.

Art. 19

(Durata dell'autorizzazione e motivi di revoca)

1. L'autorizzazione ha validità per tre anni ed è rinnovabile. Il documento di autorizzazione viene rilasciato dal responsabile del procedimento e consegnato dall'ufficio preposto.
2. La domanda di rinnovo, va presentata almeno 60 giorni prima della scadenza riportata sul documento di autorizzazione.
3. Il rinnovo triennale dell'autorizzazione va richiesto con la sola presentazione della domanda in bollo, nella quale l'interessato deve espressamente dichiarare che i mezzi pubblicitari oggetto del rinnovo non si pongono in contrasto con le norme vigenti e con la situazione di fatto esistente nel momento in cui viene prodotta l'istanza.
4. L'autorizzazione è tacitamente rinnovabile per le insegne di esercizio e gli altri mezzi pubblicitari posti nella sede dell'attività cui si riferiscono o nelle pertinenze accessorie alla stessa.
Tale disposizione vale anche nei casi di subentro.
5. Nel caso di spostamento di sede, l'interessato non ha più titolo per mantenere in opera i mezzi pubblicitari autorizzati presso il precedente luogo di esercizio, per cui il documento autorizzativo s'intende automaticamente revocato.
6. La dichiarazione di cessazione di mezzi pubblicitari, presentata a qualsiasi titolo, comporta l'automatica revoca della relativa autorizzazione comunale e l'eventuale ricollocamento dei medesimi deve essere richiesto con una nuova istanza in bollo, in conformità al presente Regolamento.

Art. 20

(Targhetta di identificazione)

1. Su ogni mezzo pubblicitario, ad eccezione delle insegne di esercizio, targhe e vetrofanie, deve essere apposta, a cura e spese del titolare dell'autorizzazione, una targhetta metallica di modeste dimensioni ed in posizione facilmente leggibile, sulla quale vanno incisi i seguenti dati di riconoscimento:
 - l'intestazione "Comune di San Martino B.A.";
 - il nome del soggetto titolare dell'autorizzazione;
 - il numero dell'atto (numero di repertorio e anno di rilascio);
 - nome della via e numero civico (per gli impianti stradali, ove individuabile, il progressivo chilometrico);
 - la data di scadenza.

Per i mezzi pubblicitari per i quali risulta difficoltosa l'applicazione di targhette, è ammesso che i suddetti dati siano riportati con scritte a carattere indelebile.

2. La targhetta deve essere sostituita ad ogni rinnovo ed ogni volta che interviene la variazione di anche uno solo dei dati in essa contenuti.

Art. 21

*(Pubblicità nelle aree soggette a vincoli di tutela ambientale
in conformità alla parte III del D.lgs. n. 42/04 ex Legge N. 1497/39)*

1. L'esposizione di cartelli nell'ambito e in prossimità dei beni paesaggistici è regolata dalle disposizioni dettate dall'art. 153 del D.lgs. n. 42/04; le istanze sono soggette al parere della Commissione Edilizia Integrata per i beni ambientali del Comune di San Martino B.A., ai sensi dell'art. 6 della Legge Regionale N. 63/1994.
2. La domanda da rivolgere al Sindaco, oltre alla documentazione di cui al precedente art. 15, deve essere corredata dei seguenti allegati:
 - 2 copie della documentazione fotografica di tipo non istantaneo;
 - 2 copie del progetto;
 - 2 copie della relazione tecnica ed illustrativa;
 - 2 bozzetti a colori;Gli stampati dettagliati sono disponibili presso il responsabile del procedimento a cui è affidato lo svolgimento del servizio.
3. La domanda di cui al precedente comma 1, non va presentata per l'esposizione di adesivi e iscrizioni poste sulle vetrine, porte e finestre, di mezzi pubblicitari collocati all'interno delle vetrine e dei sopraluce, delle targhe professionali e per la pubblicità esposta in forma provvisoria.
4. Il parere della Commissione Edilizia Integrata del Comune di Comune di San Martino B.A. viene comunicato alla Soprintendenza ai Beni Ambientali e Architettonici, la quale ha 60 giorni di tempo per l'eventuale annullamento del provvedimento.

Art. 22

*(Pubblicità su edifici soggetti a vincolo specifico in conformità
alla Parte II del D.lgs. n. 42/04, ex Legge N. 1089/39)*

1. L'esposizione di mezzi pubblicitari su aree o edifici vincolati ai sensi della parte II del D.lgs. n. 42/04 è regolata dalle disposizioni dettate dall'art. 49 del D.lgs. n. 42/04; l'esposizione deve essere preventivamente approvata dalla locale soprintendenza.
2. L'istanza in bollo, indirizzata alla locale Soprintendenza per i Beni Ambientali e Architettonici, va consegnata al responsabile del procedimento a cui è affidato lo svolgimento del servizio e deve contenere la seguente specifica documentazione:
 - 2 planimetria catastale con l'individuazione dell'edificio interessato;
 - 2 fotografia non istantanea del prospetto del medesimo edificio;
 - 2 copie del progetto;
 - 2 bozzetto a colori del mezzo pubblicitario con la descrizione delle caratteristiche costruttive (relazione tecnica).
3. Le istanze verranno trasmesse alla Soprintendenza accompagnate dal preventivo parere favorevole del responsabile del procedimento previsto al precedente art. 18. In caso di parere negativo di quest'ultimo, le domande saranno archiviate.

4. L'istanza di cui al precedente comma 2, non va presentata per l'esposizione di adesivi, iscrizioni, cartelli e altre strutture non luminose poste nelle vetrine, porte e finestre.

Art. 23

(Installazioni pubblicitarie dentro ai centri abitati)

1. Il posizionamento di cartelli, di insegne di esercizio e di altri mezzi pubblicitari nelle zone interne centri abitati, salvo i casi specifici previsti ai successivi commi, è vietato in tutti i punti indicati previsti *dal comma 3 dell'Art. 51 del D.P.R. n. 495/92* ed è autorizzato ed effettuato, di norma, nel rispetto delle seguenti distanze minime:
 - a) **50 m** lungo le strade urbane di scorrimento e le strade urbane di quartiere, prima dei segnali stradali di pericolo e di prescrizione, degli impianti semaforici e delle intersezioni;
 - b) **30 m** lungo le strade locali, prima dei segnali stradali di pericolo e di prescrizione, degli impianti semaforici e delle intersezioni;
 - c) **25 m** dagli altri cartelli e mezzi pubblicitari, dai segnali di indicazione e dopo i segnali stradali di pericolo e di prescrizione, gli impianti semaforici e le intersezioni;
 - d) **100 m** dagli imbocchi delle gallerie;
 - e) **3 m** dal limite della carreggiata.

Le distanze si applicano nel senso delle singole direttrici di marcia.

2. Le norme di cui al *comma 1* non si applicano per le insegne di esercizio, a condizione, che le stesse siano collocate parallelamente al senso di marcia dei veicoli e in aderenza ai fabbricati esistenti.
3. Nei casi in cui i mezzi pubblicitari siano posizionati paralleli al senso di marcia e ad una distanza minima di 3 m. dalla carreggiata stradale non si applicano le distanze previste dal comma 1.
4. Sono fatte salve, nelle Zone interne ai centri abitati, le disposizioni previste negli schemi di cui all'ALLEGATO N.1 - Abaco normativo delle insegne d'esercizio - e all'ALLEGATO N.2 - Abaco normativo dei mezzi pubblicitari.

Art. 24

(Caratteristiche e Dimensione dei mezzi pubblicitari)

5. Per le caratteristiche e dimensioni dei mezzi pubblicitari si rimanda all'ALLEGATO N.1 - Abaco normativo delle insegne d'esercizio - e all'ALLEGATO N. 2 - Abaco normativo dei mezzi pubblicitari -.

Art. 25
(Limitazioni e divieti generali e particolari)

1. E' fatto divieto di installazione di mezzi pubblicitari ad esclusione della segnaletica direzionale e di segnali, che forniscono indicazioni utili, così come previsti 38 comma 2 del presente Regolamento nelle seguenti zone di Piano Regolatore:
 - a) ZONE E Agricole.
 - b) Lungo il tratto della Strada Statale n. 11 "Padana Superiore" compreso fra il Km. 309 e il Km. 312.
2. E' vietata l'installazione di insegne sui balconi e relative ringhiere, nonché sulle inferriate. Non è inoltre consentita qualsiasi forma di pubblicità consistente in messaggi spiccioli e temporanei, posti marginalmente alle strade, nelle aiuole spartitraffico ed in corrispondenza di punti vendita occasionali.
3. E' vietata l'esposizione, anche temporanea di qualsiasi mezzo pubblicitario, sia del tipo autoportante che collocato a ridosso o avvolto alle paline semaforiche, ai segnali stradali, alle piante, ai pali della pubblica illuminazione o ad altri supporti destinati a scopi diversi.
4. E' vietata l'esposizione di pubblicità installata su attrezzature o manufatti mobili, veicoli o simili rottamati o in disuso.
5. E' vietata l'affissione di manifesti fuori dagli appositi spazi.

Art. 26
(Vetrine di esercizio: imposta di pubblicità)

1. Agli effetti dell'applicazione dei punti a) e b) dell'art. 17 del decreto legislativo N. 507/93, per vetrina di esercizio s'intende quella porzione interna di locale, protetta sul fronte strada da vetrate, nella quale vengono generalmente esposte le merci in vendita.
Conseguentemente, le forme pubblicitarie poste all'esterno delle vetrate, porte e finestre, ad eccezione delle vetrofanie, sono escluse dall'esonero di cui al citato art. 17.
2. Per il pagamento del tributo, il soggetto passivo di cui all'art. 6, comma 1, del decreto legislativo n. 507/93, ha facoltà di corrispondere l'imposta di pubblicità in base alla tipologia ed alla superficie complessiva dei messaggi pubblicitari esposti in ogni vetrina o porta, differenziandoli tra luminosi e non luminosi, risultanti dalla dichiarazione prevista dall'art. 8 del medesimo decreto.

Art. 27
(Pubblicità nelle vetrine e porte d'ingresso)

1. L'esposizione di mezzi pubblicitari luminosi e non luminosi, ad eccezione delle insegne di esercizio permanenti, collocati direttamente sui vetri o all'interno delle vetrine, non deve superare, unitariamente o nel complesso, il 25% della superficie di ogni vetrina o porta d'ingresso; misura elevabile al 50% in occasione e per la durata di saldi, vendite promozionali e liquidazioni, disciplinate dal D.lgs. n. 114/98 art.15.
Le suddette percentuali di occupazione devono intendersi riferite alla sola superficie dello spazio a vetri e non alla dimensione dell'intero foro o fornice.
Tutti i mezzi pubblicitari devono essere realizzati e composti in modo e con tecniche di esecuzione accuratamente studiate.

2. Le locandine e gli avvisi esposti nell'interesse di soggetti terzi, in genere riferite a manifestazioni, spettacoli ed iniziative varie, anche di natura commerciale, devono essere collocati totalmente all'interno dei locali pubblici o aperti al pubblico, con esclusione quindi delle vetrine, porte d'ingresso e finestre, ad eccezione degli avvisi sindacali delle categorie commerciali.
In deroga a tale disposizione, la pubblicizzazione di manifestazioni ed eventi ritenuti di rilevante interesse pubblico, sia sotto il profilo culturale che sociale, e di quelli promossi o patrocinati dal Comune di San Martino B.A., è consentita l'esposizione anche nelle vetrine e porte d'ingresso.
3. E' soggetta ad autorizzazione anche la diffusione di messaggi, di qualunque natura, effettuata mediante visori o monitor collocati all'interno delle vetrine.
E' altresì soggetto ad autorizzazione il supporto utilizzato dalle agenzie immobiliari, viaggi e similari, contenente i messaggi relativi alla loro attività. E' derogabile il limite espositivo stabilito dal precedente comma 1.

*Art. 28
(Vetrinette e bacheche)*

1. E' consentita l'esposizione di piccole vetrinette/bacheche "Menù" da collocare sulle facciate esterne di ristoranti e trattorie, con divieto di occupare le componenti lapidee dei prospetti, quali stipiti, spalle, cornici, ecc., ed è soggetta a preventiva autorizzazione .
La misura massima dell'ingombro totale è prevista in cm 40x50x5.
Nel Centro Storico e le bacheche devono essere costruite in legno naturale o laccato o ferro verniciato.
Nel restante territorio, è consentito anche l'impiego di alluminio non anodizzato.
2. E' altresì consentito, il collocamento di vetrinette porta locandine cinematografiche e teatrali, da installare sui prospetti degli edifici dove si svolgono gli spettacoli cui si riferiscono.
3. In ogni caso, è fatto salvo quanto disposto dagli artt. 21 e 22 del presente Regolamento.
4. E' invece vietato il collocamento sui prospetti dei fabbricati di vetrinette e bacheche destinate a contenere informazioni o messaggi pubblicitari commerciali.
5. All'interno degli spazi concessi per l'occupazione di aree pubbliche, è consentita l'esposizione di un prezzario su supporto mobile dei prodotti somministrati.

*Art. 29
(Iscrizioni pubblicitarie su tende e capottine parasole)*

1. L'apposizione di scritte e messaggi pubblicitari su tende e capottine parasole è soggetta ad autorizzazione comunale.
2. L'istanza in bollo, indirizzata al Comune di San Martino B.A., deve essere corredata di:
 - 2 fotografie non istantanee della facciata dell'edificio;
 - 2 copie degli elaborati grafici di progetto rappresentanti la tenda, con l'inserimento figurativo a colori del messaggio pubblicitario e le relative dimensioni;
 - 2 copie della rappresentazione planimetrica dell'area.
3. Per l'iscrizione su tende collocate nell'ambito di aree soggette a vincoli di tutela, oltre alla documentazione di cui al precedente comma 2, l'istanza deve essere corredata di copia del decreto Beni Ambientali di cui all'Art. 159 D.lgs. n. 42/04 e successive modificazioni e integrazioni. Se l'edificio risulta vincolato a sensi della Parte II del D.lgs. n.42/04 (ex Legge n.

1089/39) e successive modificazioni e integrazioni, deve essere allegata anche copia del nulla osta della Soprintendenza per i Beni Ambientali e Architettonici.

4. Le scritte pubblicitarie sono consentite sulla fascia di finitura anteriore e non dovranno superare l'altezza massima di 40cm.

Art. 30
(Targhe professionali)

1. Le targhe professionali sono consentite nelle dimensioni massime per singola targa di cm 30 di base e di cm 10 in altezza. Eventuali multipli sono consentiti per un massimo di cm 20 in altezza.
Nel caso le targhe siano più di una dovranno risultare in un unico portatarghe.
Nel Centro Storico è obbligatorio l'impiego di materiale pregiato, con esclusione quindi di materiale plastico e alluminio anodizzato.
Per particolari situazioni, può essere consentita l'esposizione sulle recinzioni.
2. Laddove esiste una situazione di fatto già definita ed esteticamente ordinata, e quindi rientrante in un corretto concetto di arredo urbano, può essere consentito il mantenimento o l'inserimento di nuove targhe in armonia con le tipologie esistenti.
3. Il collocamento di targhe professionali sulle facciate di edifici vincolati in conformità alla Parte II del D.lgs. n. 42/04 (ex Legge n. 1089/39), è soggetto alle procedure stabilite dal precedente art. 22.

Art. 31
(Farmacie)

1. Per effetto dell'art. 8, comma 2, della Legge Regionale N. 64/1994, in deroga alle norme del presente Regolamento, sulle pareti o nelle pertinenze di esercizio delle Farmacie, è consentita l'installazione di una sola insegna bifacciale luminosa.
2. E' altresì derogabile il rispetto delle distanze minime previste ai sensi dell'art. 23, comma 6, del decreto legislativo N. 285/92.
3. Nell'ambito del Centro Storico, l'insegna deve essere a forma di croce, di colore verde e senza alcun elemento aggiuntivo riportante messaggi vari, quali, ad esempio, l'orologio o il termometro.

Art. 32
(Pubblicità nelle edicole)

1. Sui chioschi, la pubblicità di quotidiani periodici od altro, è ammessa esclusivamente in aderenza alle pareti interne od esterne, con divieto di installazione in sopraelevazione agli stessi.
2. Fuori dal Centro Storico, i mezzi di pubblicità o propaganda sono consentiti anche in sopraelevazione dei chioschi.
3. L'esposizione provvisoria di locandine ed altri manufatti di propaganda è consentita esclusivamente nelle aree di proprietà e all'interno di quelle concesse in plateatico.

Art. 33

(Stazioni di servizio e aree di parcheggio)

1. All'interno dei centri abitati è consentita l'installazione di una insegna di esercizio o marchio per l'individuazione dell'area di distribuzione carburanti. La proiezione a terra del mezzo pubblicitario non deve ricadere in alcun modo su suolo pubblico e la struttura di sostegno deve essere infissa nell'area privata o data in concessione.
La suddetta disposizione si applica anche per il collocamento di un ulteriore manufatto, se disgiunto dall'insegna, recante l'indicazione dei prezzi dei carburanti. Altri messaggi (ad esempio: Self Service, Diesel, Benzina verde), devono trovare collocazione in allineamento verticale all'impianto relativo all'insegna oppure a quello contenente i prezzi delle benzine.
2. I mezzi pubblicitari a carattere permanente di contenuto diverso da quello previsto al comma 1, devono essere posizionati ad almeno tre metri dal confine di proprietà o concesso e sono soggetti alle prescrizioni del Codice della Strada e del relativo regolamento di esecuzione, nonché del presente Regolamento.
3. I cartelli autoportanti non luminosi di modeste dimensioni, riportanti le indicazioni «Aperto – Chiuso», vanno di regola esposti all'interno dell'area di distribuzione carburanti, privata o data in concessione. Possono essere collocati anche su suolo pubblico, senza che vi sia intralcio alla normale circolazione sia pedonale che veicolare, solo nel caso in cui la esposizione sul suolo del distributore non ne consenta la perfetta visualizzazione da parte dell'utente. Il cartello sul suolo pubblico deve essere, comunque, posizionato nelle immediate vicinanze del distributore.
4. L'esposizione di forme pubblicitarie a tempo determinato, cosiddetta "temporanea", deve trovare collocazione totalmente all'interno dell'area di distribuzione carburanti, con divieto di ancoraggio a manufatti preesistenti sul fronte strada, quali insegne, prezzari, pali della pubblica illuminazione, alberi, e nel rispetto delle disposizioni del Codice della Strada e del relativo regolamento di esecuzione. Per il rilascio dell'autorizzazione per l'effettuazione della pubblicità provvisoria di cui al presente comma, il soggetto richiedente dovrà produrre un'autodichiarazione attestante la conformità della pubblicità stessa alle norme del presente Regolamento e del Codice della Strada.
5. Nelle stazioni di servizio e nelle aree di parcheggio la superficie complessiva dell'insegna di esercizio e degli altri mezzi pubblicitari, fissi e temporanei, non potrà superare l'8% della superficie dell'area.

Art. 34

(Volantinaggio e distribuzione di oggettistica)

1. In tutto il territorio comunale è vietata qualsiasi forma pubblicitaria di tipo commerciale effettuata mediante il lancio o la distribuzione di fotografie, avvisi in genere e di oggettistica varia, esercitata ambulante, da punti fissi, da automezzi in movimento e da aeromobili.
2. La distribuzione dei volantini è disciplinata dalle norme del Regolamento per la gestione dei rifiuti, al quale si rimanda.
3. E' fatta eccezione per quanto previsto dalle norme in materia di propaganda elettorale e per la distribuzione a mano dei volantini, nonché per il collocamento dei medesimi sugli automezzi in sosta, effettuata da gruppi politici e da associazioni culturali, sociali o comunque senza finalità di lucro, riportanti comunque il messaggio "Per salvaguardare l'ambiente non gettate questo biglietto per terra. Usate gli appositi contenitori. Grazie".

4. E' consentita, previa autorizzazione, la pubblicità effettuata mediante persone circolanti con cartelli.

*Art. 35
(Pubblicità fonica)*

1. E' consentita, previa autorizzazione comunale, la diffusione sonora di messaggi relativi ad avvenimenti e manifestazioni aventi finalità sociali, culturali, politiche di rilevante interesse pubblico, nonché per quelli promossi o patrocinati dal Comune, da effettuare esclusivamente dalle ore 9,00 alle ore 12,30 e dalle ore 16,30 alle ore 19,30.
2. In tutti i luoghi pubblici del territorio comunale è vietata la pubblicità fonica di natura commerciale, sia che venga effettuata da posti fissi che da autoveicoli in movimento.

*Art. 36
(Pubblicità nei cantieri)*

1. All'interno dei centri abitati, i cartelli ed altri mezzi pubblicitari che reclamizzano prodotti e ditte collegate alle attività di cantiere, o che pubblicizzano la compravendita e l'affittanza, sia per edifici in costruzione che in restauro, devono avere una superficie per facciata non superiore a 8 metri quadrati.
Nel centro storico, il posizionamento e le dimensioni dei cartelli sono soggetti alle prescrizioni poste dalla commissione edilizia, in rapporto alle specifiche situazioni storico-ambientali.
2. Sulle pareti delle armature prospicienti il suolo pubblico, nonché sulle pareti dei ponteggi, steccati, recinti per qualunque uso costruiti, è riservata gratuitamente ed esclusivamente al Comune la facoltà di collocare appositi pannelli per l'affissione di manifesti.
Sulla superficie esterna delle protezioni e delle impalcature, è consentita l'esposizione di messaggi pubblicitari.
Nell'ambito del Centro Storico è consentita, a condizione che venga riprodotto integralmente, a totale copertura dei ponteggi, il prospetto dell'immobile soggetto ai lavori. Le predette rappresentazioni saranno da realizzarsi con materiali idonei, tela o similari.
Per gli edifici privati, la domanda di autorizzazione deve espressamente indicare gli estremi della permesso di costruire rilasciata dal Settore Edilizia Privata.
La durata massima dell'esposizione pubblicitaria non può superare i dodici mesi continuativi e sarà comunque correlata all'entità dei lavori effettivi.
Per le fattispecie previste al secondo e terzo capoverso del presente comma, il bozzetto a colori del progetto sarà sottoposto al parere vincolante della commissione edilizia, che si esprimerà in merito all'inserimento nel contesto ambientale, sulla durata dell'esposizione, sulla dimensione della pubblicità ed in merito al materiale proposto.
Il messaggio deve, di norma, restare uguale per l'intero periodo autorizzato. Eventuali nuovi o diversi messaggi dovranno essere sottoposti a preventiva autorizzazione.
L'autorizzazione al messaggio pubblicitario sarà rilasciata dal responsabile del provvedimento, previa acquisizione dei pareri previsti dal presente comma, nonché del nulla osta della locale Soprintendenza per gli edifici soggetti a vincolo specifico in conformità al D.Legs. n.42/2004 (ex Legge n. 1089/39), come disciplinato dall'art. 22 del presente regolamento.
3. A tale scopo tutte i permessi di costruire rilasciati dal Comune per la costruzione di manufatti, staccionate ed armature, si intendono comprensive della riserva dell'uso gratuito della superficie esterna e della parte soprastante, da destinare sia alle pubbliche affissioni che all'esposizione di pubblicità provvisoria.

*Art. 37
(Striscioni trasversali)*

1. L'esposizione di striscioni trasversali è consentita unicamente per la promozione pubblicitaria di manifestazioni o spettacoli, in conformità all'art. 51 - comma 10 - del D.P.R. N. 495/92. Essi devono essere ancorati esclusivamente alle apposite strutture predisposte dal Comune.
2. Il montaggio deve essere eseguito con l'adozione delle opportune misure di sicurezza sia nei confronti degli installatori che della circolazione stradale.

*Art. 38
(Frecce, preinsegne e cartelli di avviamento)*

1. E' vietata l'installazione di frecce o altri segnali di avviamento alle attività commerciali e professionali, al fine di non creare situazioni di affollamento visivo che potrebbero generare un impatto negativo in rapporto sia al decoro ambientale che alla circolazione automobilistica. E' autorizzabile il collocamento di preinsegne, previa approvazione da parte della Giunta Comunale di specifici criteri per l'installazione delle medesime (posizionamento, colori, quantità per impresa, ecc.). Sono altresì vietati i segni grafici di avviamento (frecce) riportati su insegne, cartelli ed altri mezzi pubblicitari.
2. Per l'installazione della regolamentare segnaletica turistica e di territorio di cui all'art. 134 del D.P.R. N. 495/92, la specifica competenza resta riservata all'Ufficio Lavori Pubblici del comune.

*Art. 39
(Segni orizzontali reclamistici e di direzione)*

1. I segni orizzontali reclamistici sono ammessi:
 - a) limitatamente alle sole zone D produttive come definite dal P.R.G, all'interno delle aree ad uso pubblico di pertinenza di complessi industriali e commerciali;
 - b) lungo il percorso di manifestazioni sportive o su aree delimitate, destinate allo svolgimento di manifestazioni di vario genere, limitatamente al periodo di effettuazione delle stesse ed alle 24 ore precedenti e successive.
2. In tutto il territorio comunale, l'indicazione del percorso di manifestazioni sportive è consentita mediante l'apposizione di frecce sulla superficie stradale, esclusivamente con vernice a base d'acqua, facilmente cancellabile, o con l'esposizione di volantini o cartelli di piccole dimensioni, limitatamente al periodo di svolgimento della manifestazione ed alle 24 ore precedenti e successive.

Art. 40
(Impianti pubblicitari di servizio)

1. La pubblicità sugli impianti di servizio (quali paline e pensiline delle fermate degli autobus, transenne parapetonali) è autorizzabile nel rispetto delle prescrizioni del presente Regolamento e del Codice della Strada e del relativo regolamento di esecuzione.
Per particolari fattispecie tipologiche, per progetti di rilevante ampiezza e per l'utilizzo pubblicitario di strutture già in essere, può essere acquisito il preventivo parere della Giunta Comunale.
2. Fino alla scadenza delle concessioni, convenzioni o contratti in corso di validità, la pubblicità apposta sugli impianti di servizio può essere mantenuta in deroga alle disposizioni del presente regolamento.

Art. 41
(Pubblicità provvisoria nel Centro Storico)

1. Nelle strade e piazze del Centro Storico, è consentito il collocamento di cartelli ed altri mezzi pubblicitari contenenti informazioni relative alle manifestazioni promosse od organizzate dal Comune di San Martino B.A. e da enti od associazioni che abbiano ottenuto il patrocinio del Comune, ovvero per eventi che rivestano carattere di pubblico interesse sotto il profilo culturale e sociale. L'informazione può essere accompagnata da un messaggio commerciale di modeste dimensioni.
Su determinazione degli uffici comunali competenti, la Giunta Comunale approva preventivamente le tipologie e le ubicazioni esercitando, ove ritenuto necessario, il potere di deroga previsto dall'art. 23, 6° comma, del D.Legs. n. 285/1992 e successive modifiche ed integrazioni.

Art. 42
(Pubblicità provvisoria lungo o in vista delle strade)

1. E' vietata l'esposizione temporanea di plance, locandine e cartelli di qualsiasi materiale costituiti, anche se usati per l'affissione di manifesti, collocati a ridosso o avvolti alle paline semaforiche, ai segnali stradali, a pali della pubblica illuminazione ed altri supporti destinati a scopi diversi. E' altresì vietata la collocazione su piante e pali della pubblica illuminazione, ad eccezione della pubblicità provvisoria dei Circhi e dei Luna Park.
2. E' altresì vietata l'installazione di striscioni, cartelli o altro, reclamizzanti in via provvisoria promozioni commerciali, manifestazioni o spettacoli vari, quando vengono collocati su cancellate o recinzioni di edifici sia pubblici che privati.
3. E' derogabile il rispetto delle distanze minime previste dal Codice della Strada e dal relativo regolamento di esecuzione per la pubblicità dei Circhi e dei Luna Park, che deve essere effettuata secondo le prescrizioni date di volta in volta dal responsabile del provvedimento.
4. Fuori dal Centro Storico è consentita l'esposizione provvisoria di locandine o stendardi, anche riferiti ad iniziative commerciali, ancorati o sostenuti da idonee strutture autoportanti, senza alcuna manomissione di suolo pubblico.
Alla scadenza dell'autorizzazione le strutture devono essere tassativamente rimosse.
Lo spazio pubblicitario non può superare la superficie di 3 metri quadrati per facciata.

Il periodo di esposizione decorre dal settimo giorno precedente l'inizio della manifestazione, dello spettacolo o dell'iniziativa commerciale cui si riferisce, e termina il giorno successivo alla scadenza dell'evento.

E' fatto divieto di occupazione dei marciapiedi, salvo deroga, di volta in volta, con Ordinanza del Sindaco.

Art. 43

(Pubblicità permanente sui veicoli)

1. La pubblicità sui veicoli non è soggetta ad autorizzazione, ma solo al rispetto delle disposizioni contenute nel Codice della Strada e nei relativi regolamenti di esecuzione e, ove previsto, al pagamento dell'imposta.
E' fatto obbligo di conservare l'attestazione dell'avvenuto pagamento dell'imposta e di esibirla a richiesta degli agenti autorizzati.
2. Le insegne di esercizio e i mezzi pubblicitari collocati su autoveicoli destinati al commercio ambulante, non sono soggetti alle limitazioni del Codice della Strada e del relativo regolamento di esecuzione quando stazionano nelle aree mercatali e nelle "piazze morte", salvo che non creino situazioni di pericolo e, in particolare, di disturbo visivo.

Art. 44

(Pubblicità provvisoria con automezzi)

1. E' vietata in tutto il territorio comunale ogni forma di pubblicità effettuata in via temporanea mediante cartelli o altri manufatti; collocati sopra o all'esterno di veicoli adibiti ad uso privato o destinati a trasporti delle aziende, siano essi in sosta che in movimento, ad eccezione di quelli impiegati ed omologati per uso pubblicitario purché la pubblicità non venga effettuata per conto terzi a titolo oneroso e dei mezzi dell'amministrazione comunale.
2. E' inoltre vietata l'esposizione di manifesti, fotografie o similari, incollati o comunque affissi su automezzi in sosta o in movimento, in coincidenza di occasionali vendite promozionali, manifestazioni varie, spettacoli o altro. Tale divieto non si estende ai veicoli speciali di cui al primo comma, anche con riferimento alle vendite straordinarie di cui alla D.lgs. n. 114/98 art.15 e successive modifiche ed integrazioni, ed a quelli degli spettacoli circensi e dei Luna Park nonché ai messaggi relativi all'attività di gruppi e partiti politici.
3. Tali divieti sono estesi anche ai veicoli trainati o spinti da forza non meccanica. E' consentita in ogni caso la diffusione di messaggi di natura politica, culturale, sociale e comunque non di tipo propagandistico commerciale, effettuata mediante carrelli, tricicli, tavoli mobili o altri mezzi mobili muniti di ruote, che occupino una superficie pubblicitaria non superiore a due metri quadrati, in osservanza delle disposizioni contenute nel codice della strada e nel relativo regolamento di esecuzione.

Art. 45

(Pubblicità con aeromobili, mongolfiere e palloni frenati)

1. La pubblicità eseguita con aeromobili e mongolfiere mediante scritte e striscioni è consentita senza alcuna autorizzazione comunale. Sono fatti salvi e impregiudicati i diritti riservati alle autorità competenti sulla regolarità dei permessi per il volo.

2. I palloni frenati o simili sono consentiti in occasione di manifestazioni e nelle adiacenze dei luoghi in cui si svolgono e sono soggetti ad autorizzazione nel caso in cui rechino messaggi pubblicitari di qualsiasi natura. Nel caso in cui fossero ancorati su aree pubbliche dovranno sottostare alla relativa disciplina.

Art. 46

(Impianti di pubblicità o propaganda a messaggio variabile)

Gli impianti di pubblicità o propaganda collocati all'interno dei centri abitati devono avere un periodo di variabilità non inferiore a 5 minuti se posizionati ortogonalmente al senso di marcia dei veicoli.

Art. 47

(Oneri relativi all'esposizione della pubblicità)

1. Il collocamento in opera della pubblicità, compresa la costruzione delle eventuali armature, nonché di ogni opera ed attrezzatura connessa, sono ad esclusivo carico del richiedente a cura del quale devono essere eseguiti.
2. Sono pure ad esclusivo e totale carico del richiedente tutte le opere e prestazioni per il ripristino, alla scadenza dell'autorizzazione, delle pareti e delle aree interessate, al fine di riportarle allo stato originario senza danneggiamenti e modificazioni.
3. Resta sempre ad esclusivo e totale carico del richiedente ogni responsabilità per danni a persone e cose, comunque provocati dall'esposizione dei mezzi pubblicitari, sollevando l'Amministrazione Comunale da qualsiasi responsabilità.

Art. 48

(Manutenzione dei mezzi pubblicitari)

1. Il titolare dell'autorizzazione deve garantire il buono stato di conservazione dei mezzi pubblicitari, effettuando tutti gli interventi necessari al loro buon mantenimento.

Art. 49

(Spostamento o rimozione per motivi di pubblico interesse)

1. Il Comune si riserva, a suo giudizio insindacabile, la facoltà di ordinare in qualunque momento lo spostamento o la rimozione di qualsiasi mezzo pubblicitario per motivi di riordino ambientale, per demolizioni o costruzioni, per ogni altra esigenza connessa allo svolgimento di un pubblico servizio o per altre cause di forza maggiore o comunque di pubblico interesse, dandone comunicazione scritta all'interessato 30 giorni prima.
Nei casi in cui il materiale da rimuovere impedisca l'inizio o il proseguimento di lavori, e in particolare di opere pubbliche, l'ordine di rimozione è assunto con apposita Ordinanza del Responsabile del Settore.
2. Non sussiste alcun obbligo da parte del Comune di garantire il ripristino dei mezzi pubblicitari rimossi, né nella medesima posizione né in altre località alternative.
Per quest'ultima ipotesi, spetta all'interessato produrre apposita istanza secondo le modalità previste nel presente Regolamento.

3. Ogni spesa connessa alla rimozione e/o all'eventuale spostamento, nonché al ripristino di pareti o aree preesistenti, resta ad esclusivo e totale carico del titolare dell'autorizzazione.
4. Qualora lo spostamento avvenga in località appartenente a categoria diversa da quella originaria, il Comune è tenuto ad applicare la tariffa di competenza, provvedendo, se previsto, al relativo conguaglio.
5. E' fatto comunque salvo il diritto dell'interessato di rinunciare alla nuova esposizione ed il Comune ha l'obbligo di rimborsare la quota di tributo relativa al periodo non usufruito.

Art. 50

(Rimozione della pubblicità alla scadenza dell'autorizzazione)

1. Alla scadenza dell'autorizzazione, o quando viene presentata una denuncia di cessazione, i relativi mezzi pubblicitari, nonché le eventuali strutture di sostegno, devono essere rimossi a cura e spese del soggetto interessato.
Qualora non si ottemperi a quest'obbligo, vi provvede il Comune, previa diffida, addebitando tutte le spese sostenute per la rimozione.
2. Per la conservazione e l'eventuale vendita del materiale rimosso, si applicano le disposizioni di cui all'art. 24, commi 3 e 4, del decreto legislativo N. 507/93 e dei successivi artt. 51 e 52 del presente Regolamento.

Art. 51

(Rimozione e sequestro dei mezzi pubblicitari abusivi o in cattivo stato di manutenzione)

1. E' vietata qualsiasi forma di pubblicità non conforme a quanto previsto dal presente Regolamento o dal decreto legislativo N. 507/93.
2. E' vietato inoltre effettuare affissioni dirette in contrasto con le norme del presente Regolamento o del decreto legislativo N. 507/93.
3. Il Comune dispone la rimozione degli impianti pubblicitari abusivi, indicando nell'apposito verbale di accertamento il termine di 15 giorni entro il quale l'interessato può provvedervi direttamente. In caso di inottemperanza, il Comune provvede d'ufficio, addebitando agli interessati le spese sostenute.
Dell'avvenuta rimozione viene redatto verbale da notificare all'interessato.
4. La procedura di cui al comma 3 dovrà essere altresì adottata nel caso di mezzi pubblicitari realizzati o posizionati in difformità dall'autorizzazione, ovvero in caso di cattivo stato di conservazione o manutenzione. Nel caso in cui il manufatto pubblicitario, per la sua collocazione o stato d'uso, possa essere di pregiudizio alla pubblica incolumità, la rimozione potrà avvenire immediatamente.
5. Con apposita Ordinanza del Responsabile del Settore, all'uopo predisposta dall'Ufficio che ha proceduto alla rimozione, i mezzi pubblicitari rimossi possono essere sequestrati a garanzia del pagamento delle spese di rimozione, di custodia e di ogni altro tributo o diritto eventualmente dovuti.
6. Indipendentemente dalle procedure di rimozione e sanzionatorie, il Comune, o il concessionario del servizio, potranno attivare l'immediata copertura della pubblicità abusiva, nonché la rimozione delle affissioni abusive.

Art. 52

(Conservazione e vendita del materiale rimosso o sequestrato dal Comune)

1. Il materiale rimosso coattivamente dal Comune, eventualmente sequestrato, può essere ritirato dagli interessati previo pagamento delle spese sostenute dal Comune stesso per la rimozione e per la custodia, nonché di altri eventuali costi affrontati dal Comune per qualunque altra causa. Prima della consegna, devono essere versati i diritti o l'imposta dovuti, maggiorati delle soprattasse di legge.
2. In relazione a quanto previsto nel precedente comma, resta impregiudicato per il Comune il diritto a rivalersi per le somme non recuperate dalla vendita.

CAPO III
AFFISSIONE DI MANIFESTI

Art. 53

(Oggetto e soggetti passivi)

1. I diritti sulle pubbliche affissioni si applicano ai manifesti, esposti a cura del Comune negli appositi spazi riservati dallo stesso nell'ambito del proprio territorio.
2. Per l'affissione gli interessati devono fare apposita richiesta all'Ufficio o al concessionario cui è affidato lo svolgimento del servizio, consegnando o facendo pervenire gli avvisi franco di ogni spesa, almeno 4 giorni prima della data prevista per l'inizio dell'affissione. In caso contrario, compatibilmente con le commissioni già programmate e regolarizzate, l'Ufficio preposto procederà all'affissione entro dieci giorni dall'arrivo dei manifesti. Qualora ciò non fosse possibile, il committente sarà informato per iscritto.
3. Il Comune, nel caso di gestione diretta, qualora ravvisi una comprovata convenienza economica ed operativa, si riserva la facoltà di affidare a soggetti privati la mera esecuzione di affissione dei manifesti consegnati al pubblico servizio.

Art. 54

(Servizio delle pubbliche affissioni.)

1. Il servizio delle pubbliche affissioni è istituito in modo da garantire l'affissione, a cura del Comune, negli appositi impianti a ciò destinati, di manifesti di qualunque materiale costituiti, contenenti comunicazioni aventi finalità istituzionali, sociali o comunque prive di rilevanza economica ovvero, di messaggi diffusi nell'esercizio di attività economiche.
2. Per i quantitativi e le ripartizioni degli impianti si fa espresso riferimento al piano e in particolare all'elenco riportato nell'ALLEGATO 3 del presente regolamento.

Art. 55
(Diritto sulle pubbliche affissioni - tariffe.)

1. L'applicazione del Diritto sulle Pubbliche Affissioni è effettuato secondo le modalità specificate al D.Lgs.507/93.
- 2.- la misura del Diritto applicato nel Comune di San Martino B.A. è indicata nell'ALLEGATO 6 al presente Regolamento.

Art. 56
(Contenzioso e procedimento esecutivo.)

Per il procedimento esecutivo e per il contenzioso si applicano rispettivamente le disposizioni di cui agli art. 71 e 72 del presente Regolamento.

Art. 57
(Assegnazione di spazi per le affissioni dirette.)

1- Ai sensi dell'articolo 3, del D.L.vo 507/93 verranno attribuiti a soggetti privati, diversi dal Concessionario del pubblico servizio e in forma concessoria, la facoltà di installare impianti per l'effettuazione di affissioni dirette.
Tali impianti devono essere forniti e collocati a cura e spese del privato richiedente nel rispetto di tutte le norme previste per gli impianti pubblicitari e specifiche del presente Regolamento.

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

Sono fatti salvi i diritti nascenti da contratti di concessione in atto.

Art. 58
(Spazi per le affissioni)

1. Spetta al Comune il potere di determinare gli spazi in cui è permessa l'affissione, nei modi e nei termini previsti dagli artt. 3 e 18 del decreto legislativo N. 507/93.
2. Per l'installazione di impianti per affissione di manifesti di qualunque materia costituiti, gestiti direttamente dal Comune, o dati in concessione, è derogabile il rispetto delle distanze minime in conformità a quanto previsto dal 6° comma dell'art. 23 del D.Leg.vo n. 285/92 e successive modifiche ed integrazioni e dalle prescrizioni contenute nel presente Regolamento riferite ad altre tipologie pubblicitarie.

Art 59
(Impianti destinati alle pubbliche affissioni.)

1 Oggetto

Rientrano fra gli impianti pubblici, tutti quei manufatti che per caratteristiche strutturali e collocazione, sono destinate alle affissioni di natura istituzionale, sociale e commerciale e vengono gestiti dal Comune, ovvero dal suo concessionario, secondo le norme di cui al D. L.vo 15 Novembre 1993 n.507 e del presente Regolamento.

2 - Caratteristiche e tipologia degli impianti.

a) Gli impianti, di norma, sono costituiti da strutture metalliche che supportano tabelle aventi dimensioni multiple del modulo di cm 70x100 atte a contenere manifesti, così come definiti dal comma 4 dell'art. 47 del DPR 16 Dicembre 1992 n.495 concernenti il Regolamento di attuazione del nuovo Codice della Strada.

b) A seconda della loro struttura e dimensione, gli impianti vengono così ripartiti:

- TABELLE MONOFACCIALI, supportate o meno da pali di sostegno, collocate su posizioni murali o in aderenza a muri o comunque costituite di una sola faccia, posizionate in senso verticale o orizzontale rispetto al piano stradale ed aventi le seguenti dimensioni:

- verticali cm 70x100, 100x140, 140x200.

- orizzontali cm 100x70, 140x100, 200x140.

- TABELLE BIFACCIALI (STENDARDI), costituite da tabelle del tipo di cui alla lettera a) supportate da strutture in ferro di sezione adeguata, opportunamente protette da zincatura a caldo, ed i cui pali di sostegno siano ancorati al suolo in modo da assicurare stabilità statica all'impianto.

La distanza del bordo inferiore delle tabelle su pali della banchina stradale non deve superare l'altezza di cm 100, e le dimensioni delle singole tabelle sono identiche a quelle monofacciali e precisamente:

- tabelle verticali cm 70x100, 100x140, 140x200

- tabelle orizzontali cm 100x70, 140x100, 200x140.

- IMPIANTI GRANDI FORMATI (POSTERS)

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

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

Detti impianti devono essere costituiti da materiale resistente alle intemperie e possono, all'occorrenza, essere collocati in posizione bifacciale.

3 - Quantità degli impianti

La quantità degli impianti è specificata all'Art.10 del presente regolamento tale superficie ripartita nelle seguenti fasce di utilizzazione con indicazione per ciascuna fascia del quantitativo percentuale rispetto alla superficie complessiva:

IMPIANTI DESTINATI ALLE AFFISSIONI DI NATURA ISTITUZIONALE.

Vi rientrano tutte le comunicazioni amministrative e sociali effettuate dal Comune,

dallo Stato, dalle Provincie e dalle Regioni o altri Enti pubblici (escluso le affissioni elettorali) per un quantitativo pari al 20% della superficie complessiva.

IMPIANTI DESTINATI ALLE AFFISSIONI PRIVE DI RILEVANZA ECONOMICA.
Vi rientrano in particolare gli impianti, localizzati, con criteri zonali, destinati all'affissione di necrologi ed ove del caso regolati con opportuno disciplinare per un quantitativo pari al 10% della superficie complessiva.

IMPIANTI DESTINATI ALLE AFFISSIONI COMMERCIALI.
Vi rientrano tutti gli impianti attraverso i quali il servizio pubblico si riserva la collocazione dei manifesti aventi rilevanza economica e per la parte non affidata a soggetti privati per un quantitativo pari al 70% della superficie complessiva.

4 - Impianti già installati - Disposizioni in adeguamento.

Gli impianti dovranno essere adeguati aggiornati e modificati secondo quanto previsto nell'allegato 3 entro 6 mesi dall'entrata in vigore del presente regolamento.

Art. 60 (Modalità per le affissioni)

1. La precedenza nelle affissioni è stabilita dall'ordine delle richieste, risultante dal ricevimento delle commissioni accompagnate dal versamento dei relativi diritti, annotate nell'apposito registro cronologico.
2. L'esposizione del medesimo manifesto può essere ripetuta non prima della scadenza della precedente affissione.
3. I manifesti recapitati in ritardo avranno scadenza uguale a quella del periodo indicato nell'ordine presentato dallo stesso committente e saranno affissi tenendo conto delle disponibilità dell'Ufficio preposto, che darà comunque priorità ai manifesti regolarmente commissionati e consegnati.
4. Il ritardo causato dal persistente cattivo tempo e dalla mancanza di spazi disponibili, è considerato caso di forza maggiore. Qualora tale ritardo superi i dieci giorni dalla data richiesta per l'inizio dell'affissione, deve esserne data comunicazione al committente il quale può rinunciare all'affissione.
5. Prima dell'inizio dell'affissione, l'interessato può chiederne per iscritto la rinuncia. In tal caso dovrà comunque corrispondere la metà del diritto dovuto.
6. La scadenza dell'affissione è indicata con il timbro dell'Ufficio preposto impresso sui manifesti, in relazione al periodo pagato dal committente. In ogni caso, la durata dell'affissione decorre dal giorno in cui è stata eseguita al completo.
7. Il giorno successivo al completamento dell'affissione, l'Ufficio competente, su richiesta del committente, deve mettere a disposizione la nota delle posizioni con i quantitativi dei manifesti affissi.

Art. 61
(Annunci funebri)

1. L'affissione degli annunci funebri è consentita esclusivamente negli appositi spazi predisposti dal Comune di San Martino B.A..
Qualora i relativi supporti vengano collocati in aree o in prossimità di edifici vincolati è necessario il nulla osta del competente organo di tutela.

CAPO IV
IMPOSTA SULLA PUBBLICITÀ

Art. 62
(Oggetto)

La diffusione di messaggi pubblicitari effettuata attraverso forme di comunicazione visive o acustiche diverse da quelle asseccate al diritto sulle pubbliche affissioni, in luoghi pubblici o aperti al pubblico o che sia da tali luoghi percepibile, è soggetta all'imposta sulla pubblicità. Per luoghi pubblici si intendono le vie le piazze i giardini pubblici e le aree comunque aperte al pubblico passaggio a chiunque può accedere in ogni momento senza limitazioni o condizioni. Per luoghi aperti al pubblico si intendono i locali e le aree che siano destinati a spettacoli pubblici, a pubblici esercizi, ad attività commerciali o dei quali comunque può accedere soltanto in certi momenti o adempiendo a speciali condizioni poste da che nel luogo medesimo eserciti un diritto o una potestà. Ai fini dell'impostazione si considerano rilevanti i messaggi diffusi nell'esercizio di una attività economica allo scopo di promuovere la domanda di beni o servizi, ovvero finalizzati a migliorare l'immagine del soggetto pubblicizzato."

Art. 63
(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. È solidamente obbligato al pagamento dell'imposta colui che produce o vende la merce o fornisce i servizi oggetto della pubblicità.

Il titolare del mezzo pubblicitario di cui al primo comma è pertanto tenuto all'obbligo della dichiarazione iniziale sulla pubblicità, delle variazioni della stessa ed al connesso pagamento dell'imposta. Allo stesso è notificato l'eventuale avviso di accertamento e di rettifica e nei suoi confronti sono effettuate le azioni per la riscossione coattiva dell'imposta, accessori e spese, fatto salvo quanto previsto al comma 2.

Per i soggetti di cui all'art. 20 del D.lgs. 507/93 non trova applicazione l'imposta sulla pubblicità.

Art. 64
(Pagamento dell'imposta ed osservanza di ogni altra prescrizione)

1. Per poter esporre la pubblicità od effettuare l'affissione diretta in spazi di pertinenza, l'interessato deve provare di aver eseguito il pagamento dei prescritti diritti o imposte ed aver ottenuto le eventuali autorizzazioni previste dalle disposizioni in vigore esibendo, a richiesta degli Organi di controllo, le relative prove documentali.

2. Il Comune resta sollevato da ogni responsabilità derivante dall'eventuale infrazione alle disposizioni delle vigenti leggi e di qualsiasi altra norma riguardante il contenuto del manifesto, avviso, disegno.

Art. 65

(Modalità di applicazione dell'imposta.)

1. L'imposta sulla pubblicità si determina in base alla superficie della minima figura piana geometrica in cui è circoscritto il mezzo pubblicitario indipendentemente dal numero dei messaggi in esso contenuti.
2. Le superfici inferiori ad un metro quadrato si arrotondano per eccesso al metro quadrato e le frazioni di esso, oltre il primo, a mezzo metro quadrato.
3. Non si fa luogo ad applicazione d'imposta per le superfici inferiori a trecento centimetri quadrati.
4. Per i mezzi pubblicitari polifacciali l'imposta è calcolata in base alla superficie complessiva adibita alla pubblicità.
5. Per i mezzi aventi dimensioni volumetriche l'imposta è calcolata in base alla superficie complessiva risultante dallo sviluppo del minimo solido geometrico in cui può essere circoscritto il mezzo stesso.
6. Agli effetti del calcolo della superficie imponibile i festoni di bandierine, i mezzi di identico contenuto pubblicitario e quelli riferibili al medesimo soggetto passivo, purchè collocati in connessione fra loro, senza soluzione di continuità e funzionalmente finalizzati a diffondere nel loro insieme lo stesso messaggio o ad accrescerne l'efficacia, sono considerati come unico mezzo pubblicitario.
7. La pubblicità ordinaria effettuata mediante locandine da collocare a cura dell'utenza all'esterno o all'interno di locali pubblici o aperti al pubblico, è autorizzata dall'ufficio comunale, previo pagamento dell'imposta, mediante apposizione di timbro con la data di scadenza dell'esposizione.
8. Quando il collocamento diretto di locandine ha carattere ricorrente il committente deve presentare, con la prescritta dichiarazione, l'elenco completo dei locali nei quali detti mezzi pubblicitari vengono collocati.

Art. 66

(Applicazione maggiorazioni e riduzione imposte.)

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

Art. 67

(Pubblicità luminosa e illuminata.)

Qualora la pubblicità venga effettuata in forma luminosa o illuminata, la relativa tariffa d'imposta è maggiorata del 100 per cento.

Per la pubblicità luminosa si intende quella il cui mezzo è dotato di luminosità propria costituendo esso stesso fonte di luce; per la pubblicità illuminata si intende quella resa visibile da sorgente luminosa esterna.

Art. 68
(Dichiarazione d'imposta.)

1. I soggetti passivi sono tenuti, prima di iniziare la pubblicità, a presentare all'Ufficio competente apposita dichiarazione, anche cumulativa, nella quale devono essere indicate le caratteristiche, la durata della pubblicità e l'ubicazione dei mezzi pubblicitari esposti utilizzando il modello predisposto dal Comune.
2. La dichiarazione deve essere presentata anche nei casi di variazione della pubblicità che comportino la modificazione della superficie esposta e del tipo di pubblicità effettuata, con conseguente nuova imposizione.
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.
3. 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. Qualora venga omessa la presentazione della dichiarazione, la pubblicità si presume effettuata in ogni caso con decorrenza dal 1 Gennaio dell'anno in cui è stata accertata; per le altre fattispecie la presunzione opera dal primo giorno del mese in cui è stato effettuato l'accertamento.

Art. 69
(Pagamento dell'imposta.)

1. Per la pubblicità ordinaria annuale, relativa a quella di durata superiore a tre mesi, la pubblicità effettuata con veicoli e a quella effettuata con pannelli luminosi e proiezioni, l'imposta è dovuta per anno solare di riferimento cui corrisponde un'autonoma obbligazione.
2. Per le altre fattispecie imponibili, il periodo d'imposta è quello specificato nelle relative disposizioni.
Il pagamento dell'imposta deve essere eseguito mediante versamento sul conto corrente postale intestato al Comune ovvero, in caso di affidamento in concessione, al suo concessionario.
L'attestazione dell'avvenuto pagamento deve essere allegata alla prescritta dichiarazione.
3. Per la pubblicità relativa a periodi inferiori all'anno solare l'imposta deve essere corrisposta in unica soluzione; per la pubblicità annuale l'imposta può essere corrisposta in rate trimestrali anticipate qualora sia di importo superiore a € 1550.
4. Non si fa luogo al versamento se l'imposta da versare è non superiore al 3,00 Euro; se l'importo è superiore a 3,00 Euro, il versamento deve essere effettuato per l'intero ammontare dell'imposta dovuta.

Art. 70
(Pubblicità effettuata su spazi o aree comunali.)

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

Art. 71
(Rettifica e accertamento d'ufficio.)

1. Il Comune, entro due anni dalla data in cui la dichiarazione è stata o avrebbe dovuta essere presentata, procede a rettifica o ad accertamento d'ufficio, notificando al contribuente, anche a mezzo posta mediante raccomandata con avviso di ricevimento, apposito avviso motivato.
2. Nell'avviso devono essere indicati il soggetto passivo, le caratteristiche e l'ubicazione del mezzo pubblicitario, l'importo dell'imposta o della maggiore imposta accertata, delle soprattasse dovute e dei relativi interessi, nonché il termine di sessanta giorni entro cui effettuare il relativo pagamento.
3. Gli avvisi di accertamento sono sottoscritti dal funzionario designato dal Comune per l'organizzazione e la gestione dell'imposta, ovvero, nel caso di gestione in concessione, da un rappresentante del concessionario.
4. Non si fa luogo all'emissione dei provvedimenti di accertamento se l'importo complessivamente dovuto, computando anche le sanzioni ed interessi, non supera i 12 Euro.

Art. 72
(Procedura coattiva.)

La riscossione coattiva dell'imposta si effettua secondo le vigenti disposizioni di Legge; il relativo ruolo deve essere formato e reso esecutivo entro il 31 Dicembre del secondo anno successivo a quello in cui l'avviso di accertamento o di rettifica è stato notificato ovvero, in caso di sospensione della riscossione, entro il 31 dicembre dell'anno successivo a quello di scadenza del periodo.

Art. 73
(Rimborsi.)

1. Il rimborso delle somme versate e non dovute deve essere richiesto dal contribuente entro il termine di 5 anni dal giorno del versamento, ovvero da quello in cui è stato accertato il diritto alla restituzione. Il rimborso viene effettuato entro 180 giorni dalla data di presentazione dell'istanza.
2. Sulle somme rimborsate spettano gli interessi, nella misura del saggio legale, con maturazione giorno per giorno dalla data dell'eseguito versamento.

Art. 74
(Contenzioso.)

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

Art. 75
(Pubblicità ordinaria. - tariffe.)

- L'applicazione dell'imposta è effettuata secondo le modalità specificate nel D.Lgs.507/93.
- Le tariffe applicate nel Comune di san Martino B.A. sono indicate nell'ALLEGATO 5 al presente Regolamento.

CAPO V
SANZIONI E INTERESSI

Art. 76
(Sanzioni)

Per l'inosservanza alle norme del presente Regolamento, non già previste dal D. Lgs. 285/1992, e successive modificazioni ed integrazioni, si applicano le sanzioni di cui all'art. 24 del D. Lgs. n. 507/93.

Art. 77
(Interessi)

Sulle somme dovute per l'imposta sulla pubblicità si applicano gli interessi moratori nella misura dell'interesse legale, calcolati con maturazione giorno per giorno, con decorrenza dal giorno in cui sono divenuti esigibili.

Art. 78
(Reclami)

1. Gli eventuali reclami inerenti allo svolgimento del servizio pubblicità e pubbliche affissioni, devono essere presentati per iscritto nel giorno stesso in cui si rilevano le presunte irregolarità, per dar modo all'Ufficio o al concessionario di effettuare i necessari accertamenti.
2. Non si tiene conto di rilievi presentati dopo la scadenza dell'affissione o della pubblicità.
3. Il Comune, o il concessionario, ha l'obbligo di dare motivata risposta al reclamante entro 30 giorni dalla data di ricevimento del reclamo.

Art. 79
(Abrogazioni)

1. Dalla data di entrata in vigore del presente Regolamento, viene abrogato il Regolamento per l'applicazione dell'imposta comunale sulla pubblicità e per l'effettuazione del servizio sulle pubbliche affissioni approvato con Delibera del Consiglio Comunale n.13 del 29/2/2000.
2. Analogamente sono abrogate le disposizioni previste dal capo 3° del "Regolamento del piano dell'arredo urbano pubblicità e segnaletica" approvato con delibera del C.C. n.26 del 14/3/00.

Art. 80
(Rinvio)

1. Per tutto quanto non previsto dal presente Regolamento, si applicano le disposizioni del Capo I° del D.Lgs. n. 507/93 nonché le disposizioni del Codice della Strada e del relativo Regolamento di esecuzione e di attuazione.

CAPO VI
DISPOSIZIONI FINALI E TRANSITORIE

Art. 81
(Entrata in vigore)

1. Il presente Regolamento entra in vigore il 1° gennaio 2011.

Art. 82
(Adeguamento alle norme)

1. Dalla data di entrata in vigore del presente Regolamento non è più consentito il mantenimento di insegne e di altri mezzi pubblicitari non conformi alle norme in esso contenute ed a quelle previste dal Codice della Strada,
Per le insegne e gli altri mezzi pubblicitari non autorizzati ma iscritti a ruolo, si dovrà, entro il medesimo termine, richiedere la necessaria autorizzazione amministrativa.
Tali disposizioni hanno validità anche per le insegne ed altri mezzi pubblicitari collocati in aree e su edifici vincolati, purché provvisti dei decreti e pareri di cui al D.lgs. n. 42/04 (ex Legge N. 1089/39 e N. 1497/39) e successive modificazioni e integrazioni.
Eventuali variazioni del titolo autorizzativo a suo tempo rilasciato o della posizione fiscale iscritta a ruolo, possono essere consentite dietro presentazione della prevista domanda in bollo.
Nel caso di modifica del posizionamento, delle dimensioni e delle caratteristiche tipologiche e grafiche dei mezzi pubblicitari, l'istanza deve essere corredata della documentazione prescritta dall'art. 15.
2. Il Comune di San Martino B.A renderà note per tempo le norme di cui al presente Regolamento e delle procedure per l'adeguamento alle stesse, mediante il ricorso ai consueti e più diffusi strumenti d'informazione.