



**REGOLAMENTO
DELLA
PUBBLICITA' E
DELLE
PUBBLICHE
AFFISSIONI**

DELIBERA C.C. N° 46 DEL 01/07/2014
Modificato con DELIBERA DI C.C.
N. 64 del 19/12/2016

COMUNE DI VIAREGGIO

REGOLAMENTO DELLA PUBBLICITA' E DELLE PUBBLICHE AFFISSIONI

INDICE

Art 1 Definizioni impianti permanenti, temporanei e per le pubbliche affissioni pag. 4-6

Titolo I – DISPOSIZIONI GENERALI

Art 2 - Oggetto del Regolamento pag. 7
Art 3 - Classificazione del Comune pag. 7
Art 4 - Gestione del Servizio pag. 7
Art 5 - Presupposto dell'imposta pag. 7-8
Art 6 - Soggetto Passivo pag. 8

PARTE I

PIANO GENERALE DEGLI IMPIANTI PUBBLICITARI (P.G.I.P.)

Art 7 - Ambito di applicazione del P.G.I.P. pag. 9
Art 8 - Limitazioni e divieti pag. 9-10
Art 9 - Limitazioni per motivi di viabilità pag. 10
Art 10 - Limitazioni per ubicazioni particolari pag. 10-11
Art 11 – Ubicazione dei mezzi pubblicitari nelle stazioni di servizio e nelle aree di parcheggio pag. 11
Art 12 - Zonizzazione del territorio comunale pag. 11
Art 13 - Classificazione degli impianti pubblicitari pag. 11-12
Art 14 - Requisiti soggettivi pag. 12
Art 15 - Distanze pag. 12-13
Art 16 - Validità autorizzazioni impianti pubblicità permanente pag. 13
Art 17 - Validità autorizzazioni impianti pubblicitari temporanei pag. 14
Art 18 - Pubblicità istituzionale pag. 14-15
Art 19 - Impianti soggetti a gara pag. 16
Art 20 - Pubblicità sui veicoli pag. 16-18
Art 21 - Pubblicità mediante “Camion-Vela” pag. 18
Art 22 – Pubblicità fonica pag. 18-19
Art 23 – Identificazione e manutenzione degli impianti pag. 19

Titolo II – DISPOSIZIONI DI NATURA TECNICA

Art 24 – Caratteristiche generali degli impianti pubblicitari	pag. 20
Art 25 – Norme procedurali	pag. 21
Art 26 – Modalità di presentazione dell’istanza di autorizzazione	pag. 21-22
Art 27 – Istruttoria e rilascio delle autorizzazioni	pag. 22
Art 28 – Obblighi del titolare dell’autorizzazione	pag. 23

PARTE II

IMPIANTI PER LE PUBBLICHE AFFISSIONI

Art 29 – Ambito di applicazione dell’imposta	pag. 24
Art 30 – Superficie complessiva – Ripartizioni	pag. 24-25
Art 31 – Dimensioni	pag. 25
Art 32 – Localizzazione	pag. 25
Art 33 – Caratteristiche ambientali, tecniche, esecutive	pag. 25
Art 34 – Modalità di presentazione della richiesta	pag. 25
Art 35 – Tariffe	pag. 26
Art 36 – Maggiorazione stagionale	pag. 26
Art 37 – Categoria delle località	pag. 26-27
Art 38 – Modalità di applicazione dell’imposta	pag. 28
Art 39 – Pubblicità effettuata con pannelli luminosi e proiezioni	pag. 28-29
Art 40 – Pubblicità varia: modalità, limiti, divieti	pag. 29
Art 41 – Obbligo della richiesta di inizio pubblicità per le Pubbliche Affissioni	pag. 29
Art 42 – Casi di omessa dichiarazione	pag. 30
Art 43 – Riduzione dell’imposta	pag. 30
Art 44 – Esenzioni dall’imposta	pag. 30-31
Art 45 – Affissione su manufatti provvisori	pag. 31
Art 46 – Modalità per le Pubbliche Affissioni	pag. 31-32
Art 47 – Affissione annunci funebri	pag. 32
Art 48 – Annullamento della commissione	pag. 32-33
Art 49 – Pagamento del diritto sulle Pubbliche Affissioni non aventi carattere commerciale	pag. 33
Art 50 – Affissioni abusive	pag. 33
Art 51 – Riduzioni del diritto	pag. 33-34
Art 52 – Esenzioni dal diritto	pag. 34

Titolo III – DISPOSIZIONI IN MATERIA DI MODALITA’ DI RISCOSSIONE

Art 53 – Pagamento dell’imposta e del diritto	pag. 35
Art 54 – Bollettari di riscossione	pag. 35
Art 55 – Registri necessari per la gestione contabile dell’imposta sulla pubblicità e del diritto sulle Pubbliche Affissioni	pag. 36
Art 56 – Rendiconto della gestione del servizio	pag. 36
Art 57 – Ricevuta di pagamento	pag. 37
Art 58 – Rateazioni	pag. 37
Art 59 – Modalità del rimborso	pag. 37

PARTE III

CONTROLLO E SANZIONI RELATIVAMENTE AL P.G.I.P.

Art 60 – Vigilanza	pag. 38
Art 61 – Sanzioni e revoca	pag. 38-39

PARTE IV

CONTROLLO E SANZIONI RELATIVAMENTE ALLE PUBBLICHE AFFISSIONI

Art 62 – Sanzioni tributarie e interessi	pag. 40
Art 63 – Vigilanza e sanzioni amministrative	pag. 40-41
Art 64 – Rettifica e accertamento d'ufficio	pag. 41
Art 65 – Contenzioso	pag. 41

PARTE V

DISPOSIZIONI FINALI

Art 66 – Entrata in vigore	pag. 42
Art 67 – Norme finali e transitorie	pag. 42

ART. 1

DEFINIZIONI

Il presente Regolamento regola l'installazione delle seguenti tipologie di impianti pubblicitari permanenti e temporanei e per le Pubbliche Affissioni:

a) Mezzi pubblicitari

Termine generico per ricomprendere tutti gli elementi inerenti la pubblicità di cui al Decreto Legislativo 15 novembre 1993, n°507 e, in genere, ogni impianto, manufatto o cosa materiale mediante il quale la pubblicità è effettuata

b) Preinsegna

Scritta in caratteri alfanumerici, completata da freccia di orientamento, ed eventualmente da simboli e da marchi, realizzata su manufatto bifacciale e bidimensionale, utilizzabile su una sola o su entrambe le facce, supportata da una idonea struttura di sostegno, finalizzata alla pubblicizzazione direzionale della sede dove si eserciti una determinata attività ed installata in modo da facilitare il reperimento della sede stessa e comunque nel raggio di 5 km. La preinsegna ha forma rettangolare e dimensioni contenute entro i limiti inferiori di 1 mt x 0,20 mt. e superiori di 1,50 mt. x 0,30 mt. È ammesso l'abbinamento, sulla stessa struttura di sostegno, di un numero max. di sei preinsegne per ogni senso di marcia, a condizione che le stesse abbiano uguali dimensioni.

c) Cartello

Manufatto bidimensionale, rigido o flessibile, mono o bifacciale, piano, concavo e/o convesso, supportato da un'idonea struttura di sostegno ed ancorato a terra o collocato pareti di edifici, recinzioni ecc., con una sola o entrambe le facce finalizzate alla diffusione di messaggi pubblicitari o propagandistici, sia direttamente sia tramite sovrapposizione di altri elementi, quali manifesti, adesivi, ecc. Rientrano nella fattispecie anche tutti gli impianti a messaggio variabile che usino dispositivi elettrici o elettromeccanici diversi dai cartelli a messaggio mobile. Tali impianti veicolano 3 o più messaggi alternativamente per ognuna delle 2 facce attraverso rotazione verticale o orizzontale di elementi metallici, plastici ecc..

d) Manifesto

L'elemento bidimensionale realizzato in qualsiasi materiale, privo di rigidità, finalizzato alla diffusione di messaggi pubblicitari o propagandistici, affisso su apposita tabella, su strutture murarie o altri supporti

e) Striscione, stendardo o gonfalone e locandina

Elemento bidimensionale realizzato in materiale di qualsiasi natura, privo di rigidità, mancante di una superficie di appoggio o comunque non aderente alla stessa. Lo striscione può essere mono o bifacciale, è collocato trasversalmente alla sede stradale, sopra di essa ed in posizione ortogonale al senso di marcia del traffico veicolare. Lo stendardo o gonfalone è mono facciale ed è collocato di norma, su apposito palo, laterale alla sede stradale, da solo o in coppia. La locandina, definita anche "cavalletto", "capretta" o

“gobbo”, se posizionata sul terreno, può essere bifacciale e realizzata anche in materiale rigido.

f) Telone

Manufatto rigido o flessibile, mono facciale, finalizzato alla diffusione di messaggi pubblicitari, installato su ponteggi ad uso dei cantieri edili per il periodo di loro permanenza o sua frazione.

g) Segno orizzontale reclamistico

Riproduzione, sulla superficie stradale, con pellicole adesive, di scritte in caratteri alfanumerici, di simboli e di marchi, finalizzata alla diffusione di messaggi pubblicitari o propagandistici.

h) Impianto pubblicitario di servizio

Qualunque manufatto avente, quale scopo primario, un servizio di pubblica utilità nell'ambito dell'arredo urbano e stradale (fermate dell'autobus, pensiline, transenne parapetonali, cestini, panchine, orologi o simili) recante uno spazio pubblicitario.

Appartiene a questa fattispecie il Cartello toponomastico che riporta, su ogni sua faccia, la pianta della città con cornice di messaggi pubblicitari.

Il PGIP del Comune di Viareggio consente l'installazione dei seguenti impianti pubblicitari di servizio:

- a) Orologio a torre ubicato sulla Passeggiata pedonale a mare;
- b) Cartelli toponomastici;
- c) Pensiline bus;
- d) Arredi urbani.

i) Cartello a messaggio mobile

Pannello o altra analoga struttura caratterizzata dall'impiego di diodi luminosi, lampadine o simili mediante controllo elettronico, elettromeccanico o comunque programmato in modo da garantire la variabilità del messaggio o la sua visione in forma intermittente, lampeggiante o similare. Appartengono a questo tipo anche gli schermi televisivi, singoli o raggruppati in pannelli, che concorrono alla trasmissione di un unico messaggio o serie di messaggi pubblicitari, anche attraverso l'uso della programmazione computerizzata. Esso può essere mono o plurifacciale.

j) Impianto di pubblicità o propaganda

Qualunque manufatto finalizzato alla pubblicità o alla propaganda, sia di prodotti che di attività, denominato anche totem.

k) Sorgente luminosa

Qualsiasi corpo illuminante o insieme di corpi illuminanti che, diffondendo luce in modo puntiforme o lineare o planare, illumina aree, fabbricati, monumenti, manufatti di qualsiasi natura ed emergenze naturali.

l) Pubblicità fonica

La diffusione di messaggi pubblicitari con qualsiasi mezzo acustico, fisso o mobile, percepibile dalla strada.

m) Stendardo porta manifesti o plancia:

struttura autoportante mono o bifacciale costituita da pali in acciaio, infissi nel terreno, a sostegno di pannello, in materiale resistente, adatto per esporre manifesti di varie dimensioni tramite affissione per incollaggio;

n) Pannello a Muro:

struttura monofacciale non autoportante, di norma costituita da cornice in acciaio, che contiene un pannello di materiale resistente, monofacciale, adatto per esporre manifesti di varie dimensioni tramite affissione per incollaggio. I pannelli a muro necessitano di supporto in muratura al quale siano saldamente ancorati. Questi impianti sono anche collocati in gruppi omogenei contenenti pannelli di identiche dimensioni;

o) Poster:

pannello mono o bifacciale della particolare dimensione di m. 6x3, saldamente ancorato a muratura, oppure a struttura appositamente realizzata per questo servizio.

p) Vetrinetta:

struttura autoportante, costituita da pali in acciaio infissi nel terreno, a sostegno di elemento scatolare prevalentemente metallico, mono o bifacciale, dotato di uno o più sportelli a vetro o materiale plastico per ogni lato, adatto per esporre, in vano chiuso e visibile dall'esterno, manifesti di varie dimensioni e locandine tramite affissione con nastri adesivi, puntine ecc.

q) Altri mezzi pubblicitari

(poster truck, motor –home, camion-vela, ecc...)

TITOLO I

DISPOSIZIONI GENERALI

Art. 2 **Oggetto del Regolamento**

La prima e la terza parte del presente Regolamento disciplinano, secondo principi di razionalità, funzionalità e sicurezza della circolazione veicolare, la collocazione dei mezzi pubblicitari sul territorio del Comune di Viareggio nel rispetto delle prescrizioni e dei vincoli imposti dalle norme generali in materia di sicurezza, e prende il nome di Piano Generale degli Impianti pubblicitari (P.G.I.P.).

La seconda e la quarta parte del presente Regolamento disciplinano, sul territorio del Comune di Viareggio, l'applicazione dell'imposta comunale sulla pubblicità e del diritto delle pubbliche affissioni di cui al Capo I del Decreto Legislativo 15 novembre 1993, n° 507.

Art.3 **Classificazione del Comune**

Per effetto dell'art. 2 del Decreto Legislativo 15 novembre 1993, n° 507 il Comune di Viareggio è ricompreso nella CLASSE III

Art. 4 **Gestione del Servizio**

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 Pubblicità e Affissioni o nelle forme previste dalla normativa vigente.

Art. 5 **Presupposto dell'imposta**

1. La diffusione di messaggi pubblicitari effettuata attraverso forme di comunicazione visive o acustiche, diverse da quelle assoggettate al diritto sulle pubbliche affissioni, in luoghi pubblici o aperti al pubblico o comunque da tali luoghi percepibile è assoggettata all'imposta sulla pubblicità prevista dal presente regolamento.
2. Per luoghi pubblici si intendono le vie, le piazze, i giardini pubblici e le aree comunque aperte al pubblico passaggio o a cui chiunque può accedere in ogni momento senza limitazioni o condizioni; per luoghi aperti al pubblico si intendono i

locali e le aree che siano destinati a spettacoli pubblici, a pubblici esercizi, ad attività commerciali o ai quali chiunque può accedere soltanto in certi momenti o adempiendo a speciali condizioni poste da chi nel luogo medesimo eserciti un diritto o una podestà.

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

Art. 6 **Soggetto Passivo**

1. L'imposta é dovuta in via principale da 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.
2. Sono soggetti passivi del diritto sulle Pubbliche Affissioni coloro che richiedono il servizio e, in solido, coloro nell'interesse dei quali il servizio stesso è richiesto e reso.

PARTE I

PIANO GENERALE DEGLI IMPIANTI PUBBLICITARI (P.G.I.P.)

Art. 7

Ambito di applicazione del P.G.I.P.

1. Il Regolamento si applica all'installazione temporanea e permanente degli impianti pubblicitari siano essi pubblici o privati, su aree pubbliche o private su tutto il territorio del Comune di Viareggio.
2. Il Piano Generale degli Impianti Pubblicitari (P.G.I.P.) non si applica:
 - a) ai segnali turistici e di territorio
 - b) alla pubblicità effettuata su mezzi di trasporto collettivo, compresi il servizio di linea ed i bus-navetta, o con aeromobili e palloni frenati;
 - c) alla pubblicità all'interno di luoghi aperti al pubblico, se non visibile dalla strada;
 - d) ai cartelli segnalanti la sponsorizzazione della realizzazione delle opere pubbliche o della manutenzione di aree verdi pubbliche.
 - e) alle insegne di esercizio e alla pubblicità effettuata da persone circolanti con cartelli.

Art. 8

Limitazioni e divieti

1. Gli impianti pubblicitari devono avere una sagoma regolare che in ogni caso non può essere quella di triangolo o disco e in ogni caso non deve generare confusione con la segnaletica stradale.
2. L'uso del colore rosso o di particolari abbinamenti cromatici non deve generare confusione con la segnaletica stradale; è inoltre da evitare che il colore utilizzato per i mezzi pubblicitari costituisca sfondo per i segnali causandone una scarsa percettibilità.
3. E' vietata l'installazione di impianti con luce intermittente.
4. La collocazione di impianti pubblicitari nei luoghi sottoposti a vincolo paesaggistico – ambientale e nei luoghi di interesse storico artistico od in prossimità di essi, è subordinata all'acquisizione dell'Autorizzazione paesaggistica.¹
5. Gli impianti posti sui marciapiedi devono garantire un passaggio libero per i pedoni di larghezza pari a 1,5 mt.

¹ Decreto legislativo 42/04

6. Gli impianti posti in aderenza a muro devono essere posizionati in modo da risultare il più vicino possibile al muro stesso fatte salve le esigenze tecnico costruttive.
7. E' vietato utilizzare strutture provvisorie per impianti pubblicitari a carattere permanente.
8. E' vietato inserire su qualsiasi tipologia di impianti pubblicitari frecce e/o immagini simili.
9. E' fatto divieto, per tutte le tipologie di pubblicità, di utilizzare materiale pubblicitario che possa recare offesa al decoro pubblico ed alla pubblica decenza richiamando contenuti di carattere erotico o comunque tale da offendere la sensibilità dei minori
10. Per quanto non espressamente previsto valgono le disposizioni del Codice della Strada e del Regolamento attuativo.²

Art. 9

Limitazioni per motivi di viabilità

- 1) L'installazione dei mezzi pubblicitari deve consentire sempre la perfetta visibilità, nel senso di marcia, di semafori, incroci, segnali stradali di pericolo ed attraversamenti pedonali. In particolare, a norma del Codice della Strada³ è vietata l'installazione di mezzi pubblicitari:
 - a) in corrispondenza di intersezioni;
 - b) lungo le curve nell'area compresa tra la curva stessa e la corda interna tracciata tra i due punti di tangenza;
 - c) in corrispondenza di cunette o dossi segnalati;
 - d) sui cavalcavia o loro rampe, sui parapetti stradali, sui ponti e sottoponti non ferroviari;
 - e) sulle barriere di sicurezza e sugli altri dispositivi laterali di protezione e di segnalamento o comunque in modo tale da pregiudicare la sicurezza della circolazione veicolare e pedonale;
 - f) sulle corsie esterne alle carreggiate e sulle pertinenze di servizio delle strade che risultano comprese tra carreggiate contigue;
 - g) sulle scarpate stradali sovrastanti la carreggiata in terreni di qualsiasi natura e pendenza superiore a 45 °.

Art. 10

Limitazioni per ubicazioni particolari

1. Non è consentito installare mezzi pubblicitari :
 - a) sugli edifici, compresi i tetti, e su elementi architettonici quali fregi, cornici, balaustre, inferriate decorate caratterizzanti facciate di edifici, anche in assenza di specifico vincolo;
 - b) sul muro di cinta dei cimiteri;
 - c) su aree destinate a verde pubblico e nei parchi urbani, ad eccezione delle pubbliche affissioni;
 - d) all'interno delle zone soggette a vincolo idraulico.
2. E' vietata l'installazione dei segni orizzontali reclamistici sulla strada o sul marciapiede e l'utilizzo di proiezioni luminose dirette ed indirette, quali elementi di richiamo.

² Decreto legislativo 30 Aprile 1992 n. 265 e s.m.i. – DPR 16 dicembre 1992 n. 495 e s.m. i

³ Art 51, comma 3 Decreto legislativo 30 Aprile 1992 n. 285 e s.m.i.

3. E' vietata l'utilizzazione di alberi o segnali stradali come supporto di mezzi pubblicitari.
4. E' vietata la pubblicità attraverso la collocazione di volantini sui parabrezza dei veicoli ad eccezione della propaganda politica.
5. E' vietata la distribuzione o il lancio di volantini su tutto il territorio comunale. E' fatta eccezione per il sistema di recapito a domicilio.

Art. 11

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

1. Nelle stazioni di servizio e nelle aree di parcheggio possono essere collocati cartelli e mezzi pubblicitari la cui superficie complessiva non superi il 5 (cinque)% delle aree occupate dalla stazione di servizio e dalle aree di parcheggio, se trattasi di strade di tipo C e F, e l' 1 (uno)% delle stesse aree se trattasi di strade di tipo A e B come classificate dall'art. 2 del Codice della Strada, sempre che gli stessi non siano collocati lungo il fronte stradale, lungo le corsie di accelerazione e decelerazione o in corrispondenza di accessi.
2. Nelle stazioni di servizio e nelle aree di parcheggio lungo le strade di tipo D ed E, ferme restando le norme relative all'installazione nei centri abitati, valgono le percentuali previste rispettivamente per le strade di cui alla lettera C ed F come classificate dall'art. 2 del Codice della Strada.
3. Nelle aree di parcheggio è ammessa, in eccedenza alle superfici pubblicitarie computate in misura percentuale, la collocazione di altri mezzi pubblicitari abbinati alla prestazione di servizi per l'utenza della strada entro il limite di metri quadrati 2 (due) per ogni servizio esistente nella stazione.

Art. 12

Zonizzazione del territorio comunale

Ai fini del presente Regolamento il territorio del Comune di Viareggio è suddiviso nelle seguenti zone:

- a) **Zona Centro Abitato**⁴
- b) **Zona Esterna al centro abitato**
- c) **Zona a Vincolo Paesaggistico**

La collocazione di impianti pubblicitari, in area vincolata a livello paesaggistico, in luoghi di interesse storico ed artistico, od in prossimità di essi, è subordinata all'approvazione da parte della Sovrintendenza competente⁵, se l'esposizione del messaggio pubblicitario è superiore a n° 120 gg., ai sensi della vigente normativa in materia di tutela paesaggistica.

Art. 13

Classificazione degli impianti pubblicitari

⁴ deliberazione della G.C. n.637/1994

⁵ Decreto legislativo 490/99 art 50

1. Ai fini del presente Regolamento si definiscono impianti pubblicitari i manufatti destinati a supportare messaggi promozionali, comprese le tipologie quali la pubblica affissione sia commerciale che istituzionale, e la pubblicità esterna.
2. Gli impianti pubblicitari vengono classificati in:

a)Impianti permanenti o fissi: sono tutti gli impianti pubblicitari per i quali si richiede l'autorizzazione per la loro installazione per un periodo di tempo superiore a 90 giorni nell'arco di un anno solare, anche non continuativi e fino a tre anni. Essi sono costituiti da manufatti mono e bifacciali saldamente ancorati a terra o a muro: preinsegna, cartello, impianto pubblicitario di servizio, cartello a messaggio variabile.

b)Impianti temporanei sono tutti gli impianti pubblicitari per i quali si richiede l'autorizzazione per la loro installazione per un periodo di tempo **non** superiore a 90 giorni nell'arco di un anno solare (installazione legata alla durata della manifestazione o dell'evento); costituiti da manufatti mono o bifacciali installati sul suolo pubblico o privato per una durata limitata nel tempo e legata alla durata della manifestazione o dell'evento. Sono impianti temporanei: striscione, stendardo o gonfalone, locandina, telone, segno orizzontale reclamistico, impianto pubblicità e propaganda (ad es. totem), teloni per ponteggi edili.

Art. 14 **Requisiti soggettivi**

Soggetti legittimati ad ottenere il rilascio dell'autorizzazione ad installare impianti pubblicitari di proprietà privata, in forma permanente, sono tutte le imprese registrate alla Camera di Commercio come Agenzia d'Affari e/o pubblicitaria.

Soggetti legittimati ad ottenere rilascio dell'autorizzazione a posizionare impianti pubblicitari, in forma temporanea, sono, oltre alle Agenzie suddette, anche quelle avente carattere di Ente, Associazione o Impresa.

Art. 15 **Distanze**

1. **FUORI CENTRO ABITATO** Il posizionamento di cartelli, e di altri mezzi pubblicitari fuori dei centri abitati, ed entro i tratti di strade extraurbane per i quali, in considerazione di particolari situazioni di carattere non transitorio, è imposto un limite di velocità non superiore a 50 Km/h, è autorizzato di norma, nel rispetto delle distanze minime fissate dall'articolo 51 comma 2 del Regolamento di attuazione ed esecuzione del Codice della Strada.
2. **ENTRO IL CENTRO ABITATO** Il posizionamento di cartelli, e di altri mezzi pubblicitari entro i centri abitati, ed entro i tratti di strade extraurbane per i quali, in considerazione di particolari situazioni di carattere non transitorio, è imposto un limite di velocità non superiore a 50 km/h, è autorizzato di norma, nel rispetto delle seguenti distanze minime:
 - a) All'interno dei centri urbani gli impianti pubblicitari (cartelli) autorizzati devono essere collocati almeno 30 mt. prima e/o almeno 20 mt dopo **l'impianto semaforico** (art 51 Reg. C.d.S co.4° lett a-b-c.) Questa misura

- riguarda tutti i casi in presenza di semafori all'interno del centro urbano su strade di scorrimento, di quartiere e locali;
- b) Lungo le strade di scorrimento, di quartiere e locali, gli impianti pubblicitari devono essere collocati almeno 25 mt prima e/o almeno 15 mt **dopo le intersezioni, i segnali di pericolo e i segnali di prescrizione**⁶;
 - c) Le distanze tra gli impianti pubblicitari (cartelli) e dagli altri impianti pubblicitari devono essere per le strade di scorrimento, quartiere e locali di almeno 15 mt.;
 - d) Nel caso di impianti pubblicitari paralleli al senso di marcia, la distanza dai segnali di pericolo e dai segnali di prescrizione è ridotta a mt. 5 (cinque) a condizione che gli impianti pubblicitari siano collocati più esternamente alla carreggiata rispetto alla linea di proiezione del segnale stradale, in modo da non ostacolare la visibilità dello stesso, e comunque nel rispetto della distanza minima dal margine della carreggiata;
 - e) Gli impianti pubblicitari paralleli fino alla superficie di mq. 6 (sei) cadauno possono essere collocati in modo attiguo per un max di n° 3 (tre) impianti pubblicitari consecutivi considerando la distanza 15 da un altro impianto o gruppo di impianti, fatto salvo quanto disposto dall'art.23 c. 3 del Titolo II "Disposizioni di natura tecnica" del presente Regolamento;
 - f) Le preinsegne, per quanto riguarda le distanze dai segnali di pericolo e di prescrizione e da altri impianti pubblicitari sono equiparate ai cartelli di indicazione, con esclusione delle rotatorie e delle isole di traffico;
 - g) La distanza minima dal margine della carreggiata è di mt. 1.50, salvo diversa prescrizione e fatto salvo quanto previsto dall'art. 7, comma 5 del presente Regolamento. Qualora siano già presenti su banchine o marciapiedi strutture/manufatti/alberi/ostacoli collocati a meno di m.1,50 dal margine della carreggiata, l'installazione di un impianto è autorizzabile ad una misura inferiore a m. 1,50, previa verifica di non alterazione dello stato dei luoghi in relazione al transito di pedoni e/o veicoli.

Le distanze previste dal presente articolo valgono anche nei confronti dei cartelli delle Pubbliche Affissioni.

Nel caso in cui siano presenti strutture/manufatti che impediscono di fatto il rispetto delle misure stabilite si applica una franchigia del 10%.

Art. 16

Validità autorizzazioni

Impianti di pubblicità permanente

L' autorizzazione per l'installazione degli impianti pubblicitari **permanenti** ha **validità 3 anni** ed è rinnovabile, previa presentazione dell'istanza di rinnovo, salvo revoca di una delle parti o di entrambe, da comunicare mediante piattaforma informatica o tramite PEC indirizzata al Comune di Viareggio entro 30 giorni dalla scadenza della stessa. Le autorizzazioni rinnovate avranno validità fino alla naturale scadenza, ovvero dopo tre anni dalla data del rilascio o del precedente atto di rinnovo .

⁶ art 51 Reg c.d.s co 4 lett.a-b-c

Art. 17
Validità autorizzazioni
impianti pubblicitari temporanei

1. Le autorizzazioni per l'installazione degli impianti pubblicitari **temporanei** sono rilasciate esclusivamente per la promozione pubblicitaria di **manifestazioni e spettacoli**. E' ammessa l'esposizione di loghi a carattere commerciale sponsorizzanti la manifestazione e gli spettacoli. Nel territorio comunale è ammessa l'installazione complessiva di massimo 40 impianti mono o bifacciali. La richiesta dovrà essere effettuata a cura degli interessati e la pubblicità potrà svolgersi una settimana prima e fino al giorno successivo la manifestazione o spettacolo.
2. Per gli impianti pubblicitari temporanei **di circhi e spettacoli viaggianti** la pubblicità è ammessa nel periodo che va dal settimo giorno precedente l'inizio dello evento fino al termine dello stesso. E' ammessa l'esposizione di loghi a carattere commerciale sponsorizzanti la manifestazione e gli spettacoli.
3. **I teloni e gli altri mezzi pubblicitari** da installare sui ponteggi durante i lavori edilizi di immobili saranno autorizzati esclusivamente per il periodo di durata dei lavori. Le misure dei teloni non potranno eccedere la superficie della facciata del ponteggi e potrà essere riprodotto l'immagine dell'edificio ristrutturato e/o di un marchio commerciale. Sui Viali a mare è ammessa l'esposizione di max. 5 teloni pubblicitari commerciali. Sui ponteggi edili potranno essere posizionati anche cartelli reclamizzanti la pubblicità di servizi e prodotti e altro effettivamente utilizzato all'interno del cantiere.
Sarà ammessa l'esposizione di un solo marchio commerciale su ogni struttura a protezione dei ponteggi dei Viali a mare, tenendo conto che il messaggio pubblicitario dovrà essere ben inserito nell'ambiente circostante rispettando la valenza architettonico-storico-artistica dell'area, evitando qualsiasi forma di impatto ambientale. Dal punto di vista cromatico, i teloni pubblicitari commerciali e gli altri mezzi pubblicitari dovranno essere conformi ai Piani e Regolamenti Comunali vigenti in materia paesaggistica. In caso di sponsorizzazioni contigue tra due o più edifici, si specifica che esse dovranno essere inserite nell'ambiente circostante con uniformità cromatica e dimensionale.
4. E' ammessa l'installazione di impianti pubblicitari temporanei da parte di Associazioni di volontariato ed organismi politici e/o sindacali in occasione di fiere, feste, e sagre e manifestazioni di carattere ricreativo e/o sociale. Essa potrà essere effettuata nel periodo che va dal settimo giorno precedente l'inizio dell'evento fino al termine dello stesso. E' ammessa l'esposizione di loghi a carattere commerciale sponsorizzanti le manifestazioni, fiere, feste e sagre sopra specificate.

Art. 18
Pubblicità istituzionale

1. E' ammessa l'installazione/posizionamento/stazionamento di mezzi pubblicitari in occasione di eventi culturali, sportivi, turistici ecc. che siano organizzati in via esclusiva o coorganizzati dal Comune di Viareggio o da altre istituzioni pubbliche, o comunque tali per cui, ad insindacabile giudizio dell'A.C., espresso

- con Delibera di Giunta Comunale, siano ritenuti di forte impatto turistico e/o culturale e/o sportivo e siano sponsorizzati da brand commerciali anche con qualsiasi veicolo pubblicitario, altresì contenente affissione di poster giganti.
2. Gli impianti pubblicitari proposti dovranno corrispondere alle esigenze del decoro urbano, dell'inserimento ambientale, sia per la forma che per i materiali impiegati e della sicurezza.
 3. Gli impianti pubblicitari dovranno pubblicizzare l'evento a partire dal trentesimo giorno precedente l'inizio e fino al termine dell'evento stesso. Il numero degli impianti sarà determinato dall'ufficio comunale "Pubblicità e affissioni" al momento del rilascio dell'autorizzazione.
 4. **La Fondazione Carnevale**, previa richiesta all'Ufficio Pubblicità e nel rispetto del presente P.G.I.P., sarà autorizzata ad installare impianti pubblicitari temporanei, con esclusione della preinsegna e impianto pubblicitario di servizio, durante il periodo che va da trenta giorni precedenti il primo corso mascherato agli otto giorni seguenti l'ultimo corso.
All'interno del circuito del Carnevale, ed esclusivamente per i giorni in cui si svolgono i corsi mascherati, la Fondazione ha la legittimazione esclusiva a definire i contratti pubblicitari con gli operatori pubblicitari tenendo presente che la pubblicità istituzionale dovrà essere prevalente su ogni parte dell'impianto pubblicitario e la pubblicità degli sponsor potrà occupare uno spazio di misura non superiore a 1/2 di ogni lato dell'impianto.
 5. Qualora gli impianti pubblicitari di cui sopra rimangano installati anche al di fuori delle giornate dei corsi mascherati, dovrà essere preventivamente richiesta autorizzazione all'Ufficio Pubblicità. Le feste rionali e le manifestazioni ad esse collaterali promosse dalle Associazioni Rionali carnevalesche, soltanto per i giorni e nell'area in cui si svolgono le feste, potranno esporre anche la pubblicità degli sponsor che potranno occupare uno spazio di misura non superiore a 1/2 di ogni lato dell'impianto.
 6. **La Fondazione Festival Pucciniano**, previa richiesta all'Ufficio Pubblicità e nel rispetto del presente P.G.I.P., sarà autorizzata ad installare impianti pubblicitari temporanei, con esclusione della preinsegna e impianto pubblicitario di servizio, durante il periodo che va trenta giorni precedenti la prima manifestazione agli otto giorni seguenti l'ultimo. Su tali impianti pubblicitari è ammessa l'apposizione delle forme commerciali relative ai solo sponsor delle manifestazioni in oggetto tenendo presente che la pubblicità istituzionale dovrà essere prevalente su ogni parte dell'impianto pubblicitario e la pubblicità degli sponsor potrà occupare uno spazio di misura non superiore a 1/2 di ogni lato dell'impianto.
 7. L'Ufficio del Comune che propone la manifestazione e le Fondazioni, dovranno presentare preventivamente un progetto di "comunicazione istituzionale evento" per l'approvazione da parte dell'Ufficio "Pubblicità";
 8. Il posizionamento delle strutture di sponsorizzazione di brand commerciali effettuato anche con veicoli attrezzati per affissioni di poster giganti altamente suggestivi e di grande impatto, deve essere individuata evitando luoghi sui quali può essere causato danno a strutture private e pubbliche.

Art. 19
Impianti soggetti a gara

L'Amministrazione comunale si riserva la facoltà di provvedere all'espletamento di apposita gara per l'individuazione del soggetto gestore della pubblicità sui cestini porta rifiuti, impianti pubblicitari di servizio, transenne parapetonali, orologio a torre della Passeggiata, bacheca programmazioni cinematografica, cartelli toponomastica, preinsegne, impianti pubblicità commerciale ed ogni altro arredo urbano.

Mediante apposita gara d'appalto, potrà essere aggiudicata la pubblicità permanente su determinate strade/zone del territorio comunale.

L'aggiudicatario dovrà provvedere alla manutenzione ordinaria e straordinaria degli impianti.

Art. 20
Pubblicità sui veicoli

1. La pubblicità luminosa, purchè non intermittente e non realizzata mediante messaggi variabili è ammessa unicamente sui veicoli adibiti al servizio taxi, quando circolino entro i centri abitati alle seguenti condizioni:
 - a) che sia realizzata su un pannello rettangolare piano bifacciale, saldamente ancorato sopra l'abitacolo del veicolo e posto in posizione parallela al senso di marcia;
 - b) che disponga messaggi di immediata percezione che non impegnino particolarmente l'attenzione dei conducenti di altri veicoli;
 - c) che sia resa luminosa solo nella fase di sosta del veicolo;
 - d) che il pannello abbia le dimensioni esterne di cm. 75 x 35 e le dimensioni utili per l'esposizione del messaggio pubblicitario di cm. 70 x 30;
 - e) che la superficie di esposizione sia realizzata, in misura non inferiore ai 4/10 con un colore di fondo neutro;
 - f) che siano esclusi i colori rosso, verde e giallo;
 - g) che l'intensità luminosa del pannello non sia superiore a 100 candele per metro quadrato.

2. L'apposizione sui veicoli di pubblicità non luminosa è consentita, salvo quanto previsto ai successivi commi 3 e 4, se realizzata senza creare sporgenze rispetto alla superficie del veicolo. Sulle autovetture ad uso privato è consentita unicamente l'apposizione del marchio e della ragione sociale della ditta cui appartiene il veicolo, entro i limiti di cui al successivo comma 12.

3. La pubblicità non luminosa per conto terzi è consentita sui veicoli adibiti a trasporto di linea alle seguenti condizioni:
 - a) che non sia realizzata mediante messaggi variabili;
 - b) che non sia esposta sulla parte anteriore del veicolo;
 - c) che sulle altre pareti del veicolo sia limitata alle superfici distanti almeno 20 cm dai dispositivi di segnalazione visiva e di illuminazione e dalle targhe;
 - d) che sia contenuta entro forme geometriche regolari;
 - e) che, se realizzata mediante pannelli aggiuntivi, gli stessi non sporgano di oltre 3 cm rispetto alla superficie sulla quale sono applicati.

4. La pubblicità non luminosa per conto terzi è consentita sui veicoli adibiti al servizio taxi alle seguenti condizioni:
 - a) che sia realizzata con pannello rettangolare piano bifacciale, saldamente ancorato al di sopra dell'abitacolo del veicolo e posto in posizione parallela al senso di marcia;
 - b) che il pannello abbia dimensioni esterne di cm. 75 x 35;
 - c) che non sia realizzata mediante messaggi variabili;
 - d) mediante apposizione di pannelli interni al veicolo posti sul vetro posteriore e che non costituisca limitazione alla visibilità del conducente.

5. L'apposizione di scritte e messaggi pubblicitari rifrangenti è ammessa sui veicoli unicamente alle seguenti condizioni:
 - a) che la pellicola utilizzata abbia caratteristiche di rifrangenza non superiori a quelle di classe 1;
 - b) che la superficie della parte rifrangente non occupi più di due terzi della fiancata del veicolo e comunque non sia superiore a 3 metri quadrati;
 - c) che il colore bianco sia contenuto nella misura non superiore ad 1/6 della superficie;
 - d) che sia esposta unicamente sui fianchi del veicolo a distanza non inferiore a cm. 70 dai dispositivi di segnalazione visiva;
 - e) che non sia realizzato mediante messaggi variabili.

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

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

8. Per la pubblicità visiva effettuata per conto proprio o per conto terzi all'interno o all'esterno di veicoli in genere, di battelli, barche e simili, di uso pubblico o privato, è dovuta l'imposta sulla pubblicità in base alla superficie complessiva dei mezzi pubblicitari installati su ciascun veicolo, nella misura e con le modalità previste dal comma 1 dell'art. 12 del Decreto Legislativo 15 novembre 1993, n.507.

9. Per la pubblicità effettuata all'esterno dei veicoli sono dovute, qualora rientri nei limiti del grande formato previsti dal comma 4 dell'art. 12 del Decreto Legislativo 15 novembre 1993, n. 507, le maggiorazioni fissate dal citato articolo.

10. Per i veicoli adibiti ad uso pubblico l'imposta è dovuta al comune che ha rilasciato la licenza d'esercizio. Per i veicoli adibiti al servizio di linea interurbana l'imposta dovuta nella misura del cinquanta per cento a ciascuno dei comuni cui ha inizio e fine la corsa. Per i veicoli adibiti ad uso privato l'imposta è dovuta al comune in cui

il proprietario del veicolo ha la sua residenza anagrafica o la sede, risultante dal certificato di proprietà del veicolo.

11. Per la pubblicità effettuata per conto proprio su veicoli di proprietà dell'impresa o adibiti a trasporto per suo conto, l'imposta è dovuta per anno solare al comune dove ha sede l'impresa stessa o qualsiasi altra dipendenza, ovvero al comune dove sono domiciliati i suoi agenti o mandatari che alla data del 1.mo gennaio di ogni anno abbiano in dotazione detti veicoli.
12. Non è dovuta l'imposta per l'applicazione sui veicoli del marchio della ditta, della ragione sociale e dell'indirizzo purchè sia apposta non più di due volte e ciascuna iscrizione non sia superiore al mezzo metro quadrato.

Art. 21

Pubblicità mediante "Camion-Vela"

1. Qualsiasi forma pubblicitaria itinerante che si avvalga di veicoli adibiti all'uso speciale, di cui all'art. 54, comma 1, lett. g) del D.Lgs. 285/92 e art. 203, comma II, lett. q) del D.P.R. n. 495/92, deve essere svolta mantenendo una velocità di percorrenza ed una guida tali da non provocare intralci o limitazioni alla circolazione dei veicoli ed a quella dei pedoni.
2. Il limite massimo di sosta consentita con veicoli pubblicitari denominati "vele" è di 48 ore.
3. La sosta deve avvenire nel rispetto delle distanze proprie degli impianti permanenti e comunque evitando di ostruire la visibilità di altri mezzi pubblicitari preesistenti comprese le Pubbliche Affissioni (PP.AA.); la sosta deve essere preventivamente autorizzata dall'Ufficio "Pubblicità" e l'autorizzazione deve essere esposta al vetro anteriore del veicolo con l'indicazione della targa e del tipo di veicolo in modo da rendere efficace il controllo da parte degli organi preposti.
4. All'accertamento delle violazioni ai divieti previsti dai precedenti commi farà seguito la immediata rimozione del veicolo oppure la immediata copertura della pubblicità abusiva, in modo che sia privata di efficacia pubblicitaria.
5. Il Comando Polizia Municipale individua, con proprio atto, le aree destinate alla sosta ed il contingente massimo di veicoli pubblicitari per ogni area in conformità al Codice della strada e Regolamento di esecuzione al Codice della Strada.
6. L'autorizzazione rilasciata ha validità annuale con scadenza 31/12 e sarà emessa a seguito di presentazione in bollo di regolare domanda con allegata eventuale dichiarazione inizio attività o altra documentazione necessaria per legge.

Art. 22

Pubblicità fonica

1. E' ammessa la pubblicità Fonica o Sonora, in luoghi all'aperto, ed è assoggettata a preventiva autorizzazione dell'Amministrazione Comunale ai sensi del presente articolo.
2. La pubblicità fonica effettuata mediante autoveicoli è vietata su tutto il territorio comunale; è fatta eccezione per i messaggi di pubblico interesse disposti dall'autorità di pubblica sicurezza e dal Sindaco che può altresì autorizzare la pubblicità fonica ai candidati a cariche pubbliche per tutto il tempo della campagna elettorale. L'intensità dei suoni emessi dal mezzo diffusivo non deve superare la misura di 70 phon. L'Ufficio Pubblicità può rilasciare, per quanto di competenza, nulla osta al rilascio di autorizzazione da parte della Capitaneria di Porto per

- l'effettuazione di pubblicità fonica da imbarcazioni su acque antistanti il territorio comunale nelle fasce orarie indicate.
3. Sono individuate le seguenti tipologie di pubblicità Fonica o Sonora:
 - a) effettuata mediante impianti di amplificazione e/o diffusione fissi;
 - b) effettuata mediante impianti di amplificazione e/o diffusione installati su natanti.
 4. La pubblicità fonica di cui al presente articolo commi 2 e 3 lett. a), può essere autorizzata e diffusa unicamente dalle ore 10.00 alle ore 12,30 e dalle ore 16 alle 19,30.
 5. La pubblicità fonica in mare deve essere preventivamente autorizzata e potrà essere effettuata con le seguenti modalità:
 - a) Periodo: dal 1 Giugno al 30 Settembre.
 - b) Orario: dalle ore 10 alle ore 13 e dalle ore 16 alle ore 19.
 6. La domanda per la Autorizzazione alla effettuazione di pubblicità sonora, deve essere presentata all'Ufficio Protocollo del Comune di Viareggio e indirizzata al Dirigente del settore, compilata sul modulo predisposto dall'Ufficio Pubblicità disponibile anche sul sito web del Comune di Viareggio.
 7. La pubblicità fonica o sonora dovrà essere effettuata nel rispetto dei limiti al rumore fissati dal Decreto del Presidente del Consiglio dei Ministri 1 marzo 1991 e del vigente Piano di Classificazione acustico del Comune di Viareggio.

Art. 23

Identificazione e manutenzione degli impianti

1. Gli impianti pubblicitari, permanenti e temporanei, devono avere una targhetta in stampa tipografica in materiale durevole, contenente le seguenti informazioni:
 - nome della Ditta;
 - numero e data del rilascio della concessione;
 - indicazione della scadenza dell'impianto;
 - numero dell'impianto assegnato dall'Ufficio Pubblicità al momento del rilascio dell'autorizzazione, che deve essere indicato anche sulla cimasa dell'impianto pubblicitario stesso, in alto a sinistra e ben visibile da terra.
2. Le informazioni impresse sulla targhetta d' identificazione dell'impianto devono essere perfettamente leggibili per tutto il tempo della durata dell' autorizzazione o della concessione. Essa dovrà essere posizionata dal titolare dell'autorizzazione sull'impianto di sua proprietà, in posizione sempre ben visibile da terra.
3. La pulizia e la manutenzione degli impianti sono a cura e spese del proprietario dell'impianto pubblicitario, ad intervalli di tempo non superiori ai tre mesi, e consistono nella manutenzione, rimozione di polveri, detriti e quant'altro deturpi l'impianto, e nell'eventuale lavaggio di quest'ultimo.
Qualora gli impianti pubblicitari, per il loro stato di manutenzione, non presentino le condizioni di decoro richieste dall'ambiente urbano o non rispondano alle esigenze di sicurezza, il Dirigente potrà imporre ai proprietari dell'impianto l'esecuzione delle necessarie opere.

TITOLO II

DISPOSIZIONI DI NATURA TECNICA

Art. 24

Caratteristiche generali degli impianti pubblicitari

1. Gli impianti pubblicitari debbono possedere le seguenti caratteristiche costruttive:
 - a) i materiali debbono avere caratteristiche di consistenza, durevolezza, sicurezza e resistenza agli agenti atmosferici e le eventuali strutture di sostegno e di fondazione devono essere stabili, salde ed ancorate, anche con riferimento alla spinta del vento, sia nel complesso sia nei singoli elementi.
 - b) i manufatti debbono essere rifiniti in ogni loro parte, anche non direttamente visibile;
 - c) le strutture portanti debbono essere in metallo sottoposto a trattamenti che ne assicurino la conservazione per lungo periodo;
 - d) i messaggi pubblicitari debbono essere inseriti in una cornice costituita da una plancia in materiale durevole;
 - e) le vetrine apribili devono essere chiuse con vetro stratificato di spessore minimo 6 mm o con policarbonato di tipo "Lexan", di spessore minimo 5 mm e dotate di serratura;
 - f) il sistema di illuminazione, a luce diretta, indiretta o riflessa, deve essere conforme alle disposizioni della legge 46/90.

2. Gli impianti pubblicitari dovranno avere le seguenti dimensioni:
 - a) I cartelli e gli altri impianti pubblicitari installati **fuori dei centri abitati** non devono superare la superficie di 6 mq. (Art 48 Reg. C.d.S).
 - b) Nel **centro abitato** le dimensioni sono le seguenti:
 - 1) Cartelli: da un minimo di 2 mq (2x1) ad un max di 6 mq(3x2). Nel centro abitato, nelle zone non soggette vincolo paesaggistico, è consentita l'installazione di cartelli aventi la dimensione massima di 18 mq (6x3)così come nella zona soggetta a vincolo paesaggistico è ammesso il cartello di 18 mq.solo dietro presentazione di autorizzazione paesaggistica, e la distanza tra i cartelli non potrà essere inferiore a 15 ml.
 - 2) Freccette : mt 0,25x mt 1,25
 - 3) Cartello messaggio mobile: da un minimo di 4mq a un max 6 mq.
 - 4) Telone : la superficie max deve corrispondere alla superficie del ponteggio.
 - 5) Impianto pubblicità e propaganda fissa: max 2 mq.
 - 6) Impianto di pubblicità temporanea max: 2 mq.
 - 7) Stendardo: max 2 mq.
 - 8) Striscione : max 10 mt.
 - 9) Locandina: mt. 0,50x0,70 – mt. 1x 1mt.

3. Gli impianti pubblicitari installati sul territorio comunale non devono porsi come elementi di disturbo all'estetica all'ambiente naturale e dovranno essere omogenei e uniformi dal punto di vista formale e cromatico evitando il posizionamento di impianti di formati diversi negli stessi luoghi.

Art. 25

Norme procedurali

1. E' soggetta a preventiva autorizzazione amministrativa da parte del Comune l'installazione di mezzi di pubblicità esterna.
2. Sono soggette a preventiva autorizzazione amministrativa da parte del Comune le seguenti modifiche di mezzi pubblicitari: tipologia, caratteristiche tecniche, forma, dimensioni ed inclinazione rispetto alla strada.
3. Qualora il soggetto titolare dell'autorizzazione intenda variare il messaggio pubblicitario riportato su un cartello o su un altro mezzo pubblicitario, deve darne comunicazione, allegando il bozzetto del nuovo messaggio, all'ente competente, e, decorsi 15 giorni dal ricevimento della domanda, in regime di silenzio-assenso, la variazione è accolta, salvo il successivo accertamento di violazioni di legge.
4. E' soggetta a richiesta da parte delle ditte pubblicitarie la variazione della titolarità dell'impianto pubblicitario, fermo restando il periodo di validità dell'autorizzazione originaria. In questo caso l'ufficio "Pubblicità" provvederà ad effettuare la voltura previa istruttoria della pratica e verifica di regolarità dei pagamenti effettuati relativi all'imposta di pubblicità.
5. Per l'installazione degli impianti pubblicitari nelle zone demaniali, Parco S. Rossore Migliarino e nelle zone di rispetto scenico, l'autorizzazione sarà rilasciata previa presentazione, da parte degli interessati, della seguente documentazione:
 - a) Zona a vincolo paesaggistico: parere della Sovrintendenza per beni culturali e architettonici
 - b) Zona demaniale: parere del competente ufficio comunale "Attività portuali"
 - c) Zona Parco S. Rossore Migliarino: parere dell'Ente Parco.
6. Per l'installazione degli impianti pubblicitari in aree di proprietà privata è necessaria l'autorizzazione del proprietario.

Art. 26

Modalità di presentazione dell'istanza di autorizzazione

1. L'istanza di autorizzazione redatta sull'apposito modello ed in bollo, è indirizzata al Dirigente del Servizio "Pubblicità" dal soggetto interessato al rilascio dell'autorizzazione. Ogni istanza deve riferirsi ad un solo cartello *ad eccezione delle preinsegne*.
2. Alla domanda per impianti **pubblicitari permanenti** devono essere allegati i seguenti documenti:
 - a) progetto quotato in scala 1:20 (planimetrie, prospetti e sezioni, in stato attuale e di progetto) e relazione tecnica descrittiva dell'impianto pubblicitario, dai quali risultino: il tipo di mezzo pubblicitario, le dimensioni, i colori ed il numero di lati utilizzati per il messaggio;
 - b) prospetto con l'indicazione della distanza da altri mezzi pubblicitari e il rispetto delle distanze stabiliti nel Codice della Strada e Regolamento al Codice della Strada;
 - c) bozzetto a colori del messaggio pubblicitario;
 - d) documentazione fotografica che individui esattamente la collocazione dell'impianto rispetto all'ambiente circostante, con fotomontaggio dell'impianto previsto;
 - e) planimetria che individui l'esatta posizione dell'impianto, la toponomastica, le distanze ed i riferimenti catastali;

f) autodichiarazione ai sensi dell'art. 47 del D.P.R. 445/00 e s.m.i., sottoscritta dal richiedente che attesti:

- il manufatto è stato calcolato e progettato e sarà realizzato e posto in opera rispettando le norme di disciplina della materia ed in particolare tenendo conto della natura del terreno o del supporto, della spinta del vento e di ogni altro elemento rilevante, in modo da garantirne la stabilità e la sicurezza, allegando copia del progetto di stabilità;
- l'impianto pubblicitario sarà collocato su beni o aree di proprietà privata o pubblica indicando, in questo secondo caso, la superficie occupata;
- l'eventuale impianto elettrico di mezzo pubblicitario luminoso o illuminato sarà realizzato ed installato a norma della L.46/90.

Tutte le copie dei documenti di cui ai punti a), b), c) e d) devono essere sottoscritte congiuntamente da un tecnico abilitato (o dal fornitore dell'impianto).

Alla domanda dovrà essere allegata, ove prevista, la seguente documentazione:

- il parere o autorizzazione della Sovrintendenza competente, trattandosi di aree o edifici vincolati;
- il nulla osta tecnico dell'Ente proprietario della strada, nel caso di mezzi pubblicitari su strade non di proprietà comunale.

3. Per gli impianti pubblicitari temporanei, alla domanda -compilata sul modello predisposto dall'Ufficio "Pubblicità"- deve essere allegato l'elaborato fotografico e la planimetria da cui risulta la localizzazione dell'impianto.
4. Per tutti gli impianti permanenti dovrà essere stipulata fidejussione assicurativa per ciascun cartello a favore del Comune di Viareggio:
per gli impianti con superficie fino a di mq. 6 di € 200,00 (duecento/00 euro)
per gli impianti la cui superficie è superiore a mq. 6 di € 500,00 (cinquecento/00) .

Art. 27

Istruttoria e rilascio delle autorizzazioni

1. Alla presentazione dell'istanza è data comunicazione di avvio del procedimento ai sensi della legge che disciplina il procedimento amministrativo e il diritto di accesso ai documenti⁷;
2. Ai fini dell'istruttoria, l'Ufficio "Pubblicità" acquisisce il parere del Polizia Municipale per i profili di compatibilità con la normativa sulla circolazione stradale;
3. In tutti i casi di manomissione e/o scavo del suolo pubblico, occorre munirsi dell'apposito permesso presso l'ufficio competente.
4. Per i mezzi pubblicitari denominati teloni l'interessato dovrà allegare:
 - a) la dichiarazione di inizio dei lavori relativi al ponteggio, impalcatura o recinzione di cantiere su cui è esposto il messaggio; la vigenza dell'autorizzazione è comunque subordinata alla effettiva prosecuzione dei lavori;
 - b) la nomina di un tecnico abilitato quale responsabile della sicurezza, per la durata di esposizione del messaggio.
5. L'accoglimento dell'istanza viene comunicato all'interessato che può ritirare l'autorizzazione solo dopo aver assolto al pagamento dell'imposta ed agli altri oneri previsti.
6. Le autorizzazioni saranno rilasciate sempre salvo i diritti di terzi.

⁷ Legge 7 Agosto 1990 n. 241 e ss. mm

Art. 28
Obblighi del titolare dell'autorizzazione

1. L'installazione dei mezzi pubblicitari autorizzati deve avvenire, a pena di decadenza, entro 60 (sessanta) giorni dal rilascio dell'autorizzazione o dalla comunicazione, ove ammessa, salvo proroga per comprovati motivi.

2. E' fatto obbligo al titolare dell'autorizzazione di:

- a) adempiere alle prescrizioni poste nell'autorizzazione;
- b) mantenere costantemente in buono stato i mezzi pubblicitari e le eventuali strutture di sostegno, verificandone periodicamente la stabilità ai fini della sicurezza e la conservazione ai fini del mantenimento del decoro ambientale urbano.
- c) riprodurre, in assenza di pubblicità per conto terzi, sull'intera superficie dell'impianto pubblicitario il messaggio "SPAZIO LIBERO" e/o l'intestazione della ditta autorizzata.
- d) rimuovere, a proprie spese, i mezzi pubblicitari in caso di decadenza o revoca dell'autorizzazione o di motivata richiesta del Comune, ripristinando integralmente lo stato dei luoghi, nei termini da questo stabilito e comunque entro un termine massimo di trenta giorni dall'ingiunzione;
- e) versare l'imposta comunale sulla pubblicità e gli altri oneri connessi (istruttoria, suolo pubblico, ecc);
- f) comunicare, entro trenta giorni, la cessazione o il trasferimento dell'attività oggetto del messaggio pubblicitario;
- g) apporre saldamente, su ogni impianto di pubblicità permanente, una targhetta metallica ben visibile da sostituire in caso di rinnovo dell'autorizzazione o variazione dei dati in essa riportati⁸ e il numero dell'impianto assegnato;
- h) provvedere al rinnovo delle polizze fideiussorie almeno 15 giorni prima della loro scadenza, pena revoca dell'autorizzazione rilasciata ai sensi dell'art. 61, comma 7, lettera c) del presente Regolamento;
- i) richiedere, in caso di eventuale trasferimento della titolarità di uno o più impianti autorizzati, nulla osta all'ufficio pubblicità che dovrà verificare la regolarità sia dei pagamenti degli impianti da parte della ditta cedente, sia dell'iscrizione alla Camera di Commercio della ditta subentrante, prima di rilasciare il relativo nulla osta. Il pagamento dell'imposta di pubblicità relativo all'impianto oggetto del trasferimento sarà valido a tutti gli effetti anche per la ditta subentrante.

⁸ Art.55 del Regolamento di attuazione del Codice della strada D.P.R. 495/92,

PARTE II

IMPIANTI PER LE PUBBLICHE AFFISSIONI

Art. 29

Ambito di applicazione dell'imposta

1. La pubblicità esterna effettuata sul territorio comunale è assoggettata alle norme del presente regolamento e al pagamento dell'imposta a favore del Comune.
2. Per pubblicità esterna si intende la diffusione di messaggi pubblicitari attraverso forme di comunicazione visive o acustiche diffuse 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.
3. Per la pubblicità effettuata con mezzi propri su aree che siano di proprietà comunale o concesse in godimento al Comune, è dovuto, oltre l'imposta, il canone per l'occupazione di spazi ed aree pubbliche e/o di concessione (COSAP), soggetto a decadere qualora venga revocata l'autorizzazione all'installazione degli impianti pubblicitari, perdendo di fatto ogni diritto all'occupazione stessa.
4. Per la pubblicità effettuata su impianti di proprietà comunale - ricevuti in affitto - è dovuta l'imposta e un corrispettivo di locazione.
5. Il Servizio delle Pubbliche Affissioni effettuato sul territorio comunale è assoggettato alle norme del presente regolamento e al pagamento di un diritto a favore del Comune.
6. Tale servizio è inteso a garantire l'affissione, a cura del Comune, in appositi impianti a ciò destinati, di manifesti di qualunque materiale costruiti, contenenti comunicazioni aventi finalità istituzionali, sociali, culturali o, comunque, prive di rilevanza economica; il Comune garantisce inoltre il servizio di affissione anche per messaggi diffusi nell'esercizio di attività economiche aventi quindi le caratteristiche della pubblicità commerciale.

Art. 30

Superficie complessiva – Ripartizioni

1. La superficie complessiva degli Impianti per le Pubbliche Affissioni è stabilita in mq. 2.700 ed è così ripartita:
 - a) affissioni di natura istituzionale, sociale o comunque prive di rilevanza economica, effettuate dal Servizio, dal Concessionario o da Soggetti privati: mq. 540 (20%);
 - b) affissioni di natura commerciale effettuate dal Servizio o dal Concessionario: mq. 1.755 (65%);
 - c) affissioni di natura commerciale effettuate direttamente dai soggetti privati: mq. 270 (10%);
 - d) affissioni di natura necrologica effettuate dal Servizio o dal Concessionario: mq. 135 (5%).
2. Sui Viali e la Passeggiata a Mare possono essere installati n. 7 Impianti di Pubbliche Affissioni di carattere esclusivamente istituzionale; è comunque sempre

vietata l'affissione, su detti Impianti, di propaganda commerciale anche in caso di assenza di manifesti istituzionali.

Art. 31 Dimensioni

Gli impianti di nuova installazione dovranno rispettare le seguenti dimensioni:

- poster: mt. 6.00x3.00 - mono o bifacciale;
- pannello a muro: mt.1.40x2.00 o mt. 2.00x1.40. Essi sono installabili singolarmente o per gruppi omogenei, fino ad un massimo di 6 unità / gruppo;
- standardo porta manifesti o plancia: mt. 1.40x2.00 o mt. 2.00x1.40 o mt. 1.00x1.40 o mt. 1.40x1.00 - mono o bifacciale; sistemati fino ad un massimo di 2 impianti / gruppo, posti sul medesimo lato di strada, piazza, parcheggio, ecc. Due o più impianti sono considerati appartenenti allo stesso gruppo quando siano rispettate le seguenti distanze tra i punti più vicini di ciascuno di essi: max. mt. 8.00.

Art. 32 Localizzazione

Gli impianti per le pubbliche affissioni sono quelli individuati sul territorio alla data del 31.12.2010.

Art. 33 Caratteristiche ambientali, tecniche, esecutive

1. Gli impianti destinati alle pubbliche affissioni sono costituiti da pannelli metallici, debitamente ossidati o zincati, con cornice o struttura portante in metallo ossidato o zincato, verniciato con polveri epossidiche.
2. I nuovi impianti sono differenziati cromaticamente a seconda della destinazione d'uso attribuita:
 - a) blu: commerciale privata
 - b) verde: commerciale
 - c) rosso: istituzionale
 - d) grigio: necrologica
3. Non è ammesso l'abbinamento di impianti per le Pubbliche Affissioni con oggetti ed attrezzature di arredo urbano quali panchine, fioriere, ecc. E', altresì, vietata l'affissione di manifesti su attrezzature di servizio pubblico quali pensiline di attesa autobus, cassonetti, campane per la raccolta differenziata, ecc.

Art. 34 Modalità di presentazione della richiesta

Gli interessati all'affissione di stampati grafici pubblicitari dovranno presentare, prima di iniziare la pubblicità, apposita istanza contenente il nominativo del richiedente, la sede o indirizzo, la quantità del materiale, il formato, l'oggetto e il periodo di richiesta di esposizione.

Art. 35
Tariffe

1. Per l'imposta comunale sulla pubblicità e il diritto sulle pubbliche affissioni si applicano le tariffe approvate dalla Giunta Municipale.
2. Il termine per l'approvazione delle tariffe e dei regolamenti, in materia di imposta sulla pubblicità e il diritto sulle pubbliche affissioni, è stabilito entro la data fissata da norme statali per l'approvazione della delibera del bilancio di previsione e gli effetti di tali deliberazioni entrano in vigore a decorrere dal 1° gennaio, nel caso in cui non si abbiano modifiche tariffarie, rimangono in vigore le ultime regolarmente approvate.
3. Un esemplare del tariffario dell'imposta sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni dovrà essere esposto nell'ufficio cui è affidato il servizio in modo che possa essere facilmente consultato da chiunque ne abbia interesse.

Art. 36
Maggiorazione stagionale

Il Comune di Viareggio, essendo interessato da rilevanti flussi turistici, applica, nel periodo 1 giugno - 30 settembre una maggiorazione stagionale pari al 50% (cinquanta per cento) delle tariffe per la pubblicità di cui al Decreto Lgs. 15 novembre 1993, n. 507, art.12 comma 2, art.14 - commi 2,3,4 e 5 e dell'art. 15, nonchè, per le pubbliche affissioni, limitatamente a quelle di carattere commerciale, della tariffa di cui all'art. 19 dello stesso Decreto Lgs. n° 507/'93.

Art. 37
Categoria delle località

1. Agli effetti dell'applicazione dell'imposta sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni, limitatamente a quelle di carattere commerciale, il territorio comunale è suddiviso in due categorie: NORMALE e SPECIALE.
2. Le località comprese nella categoria speciale, la cui superficie non supera il 35% (trentacinque per cento) del territorio del centro abitato, così come delimitato ai sensi dell'art. 4 del Decreto Legislativo 30 aprile 1992, n. 285, sono le seguenti:
 - a) - zona delimitata dal seguente perimetro:

ad OVEST	il lido del mare;
ad EST	la Via Foscolo-Buonarroti;
a NORD	la Fossa dell' Abate;
a SUD	il Canale Burlamacca (lato nord);
 - b) - Viale Europa;
 - c) - Via Regia, nel tratto compreso tra Piazza del Mercato Vecchio e Piazza Manzoni;
 - d) - Via R. Pilo;
 - e) - Lungomolo del Greco;
 - f) - Via Garibaldi;
 - g) - Zona Mercato Nuovo delimitata dal seguente perimetro:

ad OVEST	Via Battisti, nel tratto compreso tra Via Regia (Camera del Lavoro) e Via Mazzini;
----------	--

ad EST Via Fratti, nel tratto compreso tra Via Regia e Via Mazzini;
a NORD Via S.Martino, nel tratto compreso tra Via V.Veneto e Via S.
Andrea;
a SUD Via Zanardelli, nel tratto compreso tra Via V.Veneto e Via S.
Andrea;

- h) - Via Mazzini;
- i) - Via M. Polo;
- l) - Piazza Caboto;
- m) - Piazza Campioni;
- n) - Piazza Pacini;
- o) - Piazza Manzoni;
- p) - Piazza Mercato Vecchio;
- q) - Piazza Nieri e Paolini delimitata dal seguente perimetro:

ad OVEST Via Battisti;
ad EST Via Fratti;
a NORD Via Garibaldi;
a SUD Via Regia;

- r) - Piazza D'Azeglio;
- s) - Piazza Garibaldi;
- t) - Piazza Dante;
- u) - Piazza Shelley;
- v) -TORRE DEL LAGO PUCCINI: - V.le Puccini, V.le Kennedy, Zona Balneare della Marina, Zona prospiciente il Lago di Massaciuccoli; Via Garibaldi; Via Marconi.

3. Tutto il rimanente territorio comunale è classificato categoria normale.
4. Le tariffe di base del diritto sulle pubbliche affissioni di carattere commerciale e dell'imposta di pubblicità sono maggiorate del 150% (centocinquanta per cento) per le esposizioni effettuate nella Categoria Speciale definita al precedente comma 2 del presente articolo, ad esclusione del tratto di Viale Kennedy, Viale G. Marconi e Viale G. Puccini a Torre del Lago, compreso tra Viale Europa e l'area del Belvedere prospiciente il Lago di Massaciuccoli, nel quale la maggiorazione tariffaria per la Categoria Speciale viene applicata nella misura del 75% (settantacinque per cento). Nella rimanente area della Categoria Speciale, individuata nella cartografia allegata alla Deliberazione del Consiglio Comunale n. 39 del 24.3.1999, la maggiorazione tariffaria viene applicata nella misura del 75% (settantacinque per cento).
5. Nelle località classificate "categoria speciale" non potranno essere collocati impianti adibiti all'affissione di messaggi di carattere commerciale in misura maggiore al 50% (cinquanta per cento) della superficie complessiva destinata a tale tipo di affissioni.

Art. 38
Modalità di applicazione dell'imposta

1. L'imposta sulla pubblicità è determinata in base alla superficie della minima figura piana geometrica in cui è possibile circoscrivere il mezzo pubblicitario, indipendentemente dal numero di messaggi in esso contenuti.
2. Sono esclusi dal calcolo della superficie soggetta a tassazione i sostegni (piedi, pali, grappe, supporti, cornici, ecc.) purchè strutturali al mezzo e privi di finalità pubblicitaria.
3. 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.
4. Per il mezzo pubblicitario polifacciale l'imposta è calcolata in base alla superficie complessiva adibita per la pubblicità.
5. Per il mezzo pubblicitario avente dimensioni volumetriche l'imposta è calcolata in base alla superficie complessiva risultante dallo sviluppo del minimo solido geometrico nel quale può essere circoscritto il mezzo stesso.
6. 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.
7. 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.
8. Per la pubblicità che abbia durata non superiore a tre mesi si applica, per ogni mese o frazione di mese, una tariffa pari ad un decimo di quelle annue previste.
9. Per la pubblicità effettuata mediante affissioni dirette di manifesti e simili su apposite strutture a tale scopo adibite, si applica la tariffa base della pubblicità ordinaria alla superficie complessiva dell'impianto per anno solare, indipendentemente dal periodo di effettiva esposizione o utilizzo.
10. Per la pubblicità prevista dall'art. 12 del Decreto Legislativo 15 novembre 1993, n. 507 che abbia superficie compresa tra metri quadrati 5,5 e metri quadrati 8,5 la tariffa dell'imposta è maggiorata del 50% (cinquanta per cento) della tariffa base; per quella di superficie superiore a metri quadrati 8,5 la maggiorazione è del 100% (cento per cento) della tariffa base.
11. Le maggiorazioni d'imposta, a qualunque titolo previste, sono cumulabili e sono applicate alla tariffa base; le riduzioni non sono cumulabili.

Art. 39
Pubblicità effettuata con pannelli luminosi e proiezioni

1. Per la pubblicità effettuata per conto altrui con insegne, pannelli od altre analoghe strutture caratterizzate dall'impiego di diodi luminosi, lampadine e simili mediante controllo elettromeccanico o comunque programmato in modo da garantire la variabilità del messaggio o la sua visione in forma intermittente, lampeggiante o simile, si applica l'imposta, indipendentemente dal numero dei messaggi, per metro quadrato di superficie e per anno solare.
2. Per la pubblicità di cui al comma 1 di durata non superiore a tre mesi si applica per ogni mese o frazione di mese una tariffa pari ad un decimo di quella ivi prevista.
3. Per la pubblicità di cui ai commi precedenti, effettuata per conto proprio dall'impresa, si applica l'imposta in misura pari alla metà delle tariffe.

4. Per la pubblicità realizzata in luoghi pubblici o aperti al pubblico attraverso diapositive, proiezioni luminose o cinematografiche effettuate su schermi o pareti riflettenti, si applica l'imposta per ogni giorno, indipendentemente dal numero di messaggi e dalla superficie adibita alla proiezione.
5. Per la pubblicità di cui al precedente comma 4 che abbia durata superiore a 30 (trenta) giorni si applica, dopo tale periodo, una tariffa giornaliera pari alla metà di quella prevista.

Art. 40

Pubblicità varia: modalità, limiti, divieti.

1. La pubblicità effettuata con aeromobili o palloni frenati è soggetta al pagamento della relativa imposta ove il mezzo pubblicitario insista sul territorio comunale comprese le fasce marittime che siano limitrofe a detto territorio.
2. Per la pubblicità effettuata da aeromobili mediante scritte, striscioni, disegni, fumogeni, compresa quella eseguita su specchi d'acqua e fasce marittime antistanti il territorio comunale, per ogni giorno o frazione di giorno, indipendentemente dal numero dei soggetti pubblicizzati, è dovuta un'imposta a ciascun comune sul cui territorio la pubblicità stessa viene eseguita.
3. Per la pubblicità eseguita con palloni frenati e simili si applica l'imposta pari alla metà di quella prevista per la pubblicità effettuata da aeromobili.
4. Per la pubblicità effettuata con striscioni o altri mezzi simili che attraversano strade o piazze, la tariffa dell'imposta, per ciascun metro quadrato e per ogni periodo di esposizione di 15 (quindici) giorni o frazione è pari a quella prevista per la pubblicità ordinaria.
5. Per la pubblicità effettuata mediante persone circolanti con cartelli o altri mezzi pubblicitari, è dovuta l'imposta per ciascuna persona impiegata, per giorno o frazione di giorno, indipendentemente dalla misura dei mezzi pubblicitari.
6. Per la pubblicità effettuata a mezzo di apparecchi amplificatori e simili la tariffa dell'imposta è dovuta per ciascun punto di pubblicità e per ciascun giorno o frazione.
7. E' vietata sui Viali Margherita e Marconi, nel tratto compreso tra il lato monte delle aree a verde e le aree a mare, l'installazione di mezzi pubblicitari ad esclusione dell'insegne d'esercizio e di quelli temporanei che, ad insindacabile giudizio dell'A.C. vengano posizionati in occasione di eventi che siano ritenuti di forte impatto turistico e/o culturale e/o sportivo.

Art. 41

Obbligo della richiesta di inizio pubblicità per le pubbliche affissioni

1. Gli utenti (singoli, associazioni, ditte, ecc.) interessati all'affissione di stampati tipografici pubblicitari dovranno presentare al gestore del servizio di riscossione dell'imposta sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni, una apposita richiesta indicante il nominativo del richiedente, la sede o l'indirizzo, la quantità del materiale, nonché il suo formato e l'oggetto ed infine il periodo di richiesta dell'esposizione.
2. Prima di iniziare la pubblicità l'interessato è tenuto a presentare all'Ufficio preposto al servizio apposita dichiarazione, anche cumulativa, nella quale devono essere indicate le caratteristiche, la durata della pubblicità e l'ubicazione dei mezzi pubblicitari. La dichiarazione deve essere presentata anche nei casi di variazione di superficie o di tipo di pubblicità effettuata.

Art. 42
Casi di omessa dichiarazione

Qualora venga omessa la presentazione della dichiarazione, la pubblicità di cui agli articoli 12, 13 e 14, commi 1, 2 e 3, si presume effettuata in ogni caso con decorrenza dal primo gennaio dell'anno in cui è stata accertata; per le altre fattispecie la presunzione opera dal primo giorno del mese in cui è stato effettuato l'accertamento.

Art. 43
Riduzioni dell'imposta

1. La tariffa dell'imposta è ridotta alla metà:
 - a) - per la pubblicità effettuata da comitati, associazioni, fondazioni ed ogni altro ente che non abbia scopo di lucro;
 - b) - per la pubblicità relativa a manifestazioni politiche, sindacali e di categoria, culturali, sportive, filantropiche e religiose, da chiunque realizzate, con il patrocinio o la partecipazione degli enti pubblici territoriali, solo in presenza della contemporanea sussistenza dei requisiti innanzi enunciati;
 - c) - per la pubblicità relativa a festeggiamenti patriottici, religiosi, a spettacoli viaggianti e di beneficenza.

2. Non si applica la riduzione di imposta per la pubblicità realizzata attraverso mezzi che contengano, oltre ai messaggi relativi alle manifestazioni da pubblicizzare e alla iscrizione dell'eventuale patrocinio o partecipazione di enti pubblici territoriali, superfici recanti messaggi relativi ad una attività economica, con lo scopo di promuovere la domanda di beni o servizi ovvero migliorare l'immagine del soggetto pubblicizzato, anche nel caso che alle manifestazioni sia stato concesso il patrocinio di enti pubblici territoriali.

Art. 44
Esenzioni dall'imposta

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 dei locali medesimi purché siano attinenti alla attività in essi esercitata e non superino, nel loro insieme, la superficie complessiva di mezzo metro quadrato per ciascuna vetrina o ingresso;
 - b) - gli avvisi al pubblico esposti nelle vetrine o sulle porte d'ingresso dei locali, o in mancanza nelle immediate adiacenze del punto di vendita, relativi alla attività svolta, nonché quelli riguardanti la localizzazione e l'utilizzazione dei servizi di pubblica utilità, che non superino la superficie di mezzo metro quadrato e quelli riguardanti la locazione o la compravendita degli immobili sui quali sono affissi, di superficie non superiore ad un quarto di metro quadrato;
 - c) - la pubblicità comunque effettuata all'interno, sulle facciate esterne o sulle recinzioni dei locali di pubblico spettacolo, qualora si riferisca alle rappresentazioni in programmazione;

- d) - la pubblicità, escluse le insegne, relativa ai giornali ed alle pubblicazioni periodiche, se esposta sulle sole facciate esterne delle edicole o nelle vetrine o sulle porte d'ingresso dei negozi ove si effettua la vendita;
- e) - la pubblicità esposta all'interno delle stazioni dei servizi di trasporto pubblico di ogni genere inerente l'attività esercitata dall'impresa di trasporto, nonché le tabelle esposte all'esterno delle stazioni stesse o lungo l'itinerario di viaggio, per la parte in cui contengano informazioni relative alle modalità di effettuazione del servizio;
- f) - la pubblicità esposta all'interno delle vetture ferroviarie, degli aerei e delle navi, ad eccezione dei battelli, barche e simili di uso pubblico e privato;
- g) - la pubblicità comunque effettuata in via esclusiva dallo Stato e dagli Enti Pubblici Territoriali;
- h) - le insegne, le targhe e simili apposte per l'individuazione delle sedi di comitati, associazioni, fondazioni ed ogni altro ente che non persegua scopo di lucro;
- i) - le insegne, le targhe e simili la cui esposizione sia obbligatoria per disposizione di legge o di regolamento sempre che le dimensioni del mezzo usato, qualora non espressamente stabilite non superino il mezzo metro quadrato di superficie.
2. Non rientrano nel concetto di pubblicità i cartelli che, seppur esposti al pubblico, non presentano alcun contenuto o richiamo pubblicitario diretto o indiretto, ma si limitano a mere comunicazioni; ancorché contengano la indicazione dell'impresa che effettua tali comunicazioni, quali gli avvisi di fermata degli autobus di linea, i cartelli TELECOM quelli di singoli privati per indicare divieti di accesso o di circolazione. Ugualmente non sono soggette ad imposta di pubblicità le iscrizioni contenute su utensili che rientrano nella esclusiva disponibilità del singolo utente e il relativo messaggio al pubblico. Parimenti i depliant pubblicitari scontano l'imposta di pubblicità solo se esposti in luogo pubblico o aperto al pubblico.
3. Sono esenti i mezzi pubblicitari la cui superficie sia inferiore a 300 centimetri quadrati.

Art. 45

Affissione su manufatti provvisori

Sono vietate le affissioni al di fuori degli spazi previsti dal presente regolamento.

Art. 46

Modalità 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, l'Ufficio deve mettere a disposizione l'elenco delle posizioni utilizzate con l'indicazione dei quantitativi affissi.
3. Il ritardo nella 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 l'Ufficio deve darne comunicazione scritta al committente indicando altresì il giorno in cui l'affissione potrà aver luogo.

4. La mancanza di spazi disponibili per l'affissione deve essere comunicata per scritto al committente entro dieci giorni dalla data richiesta per l'affissione indicando la data in cui questa potrà aver luogo.
5. L'Ufficio 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 disposizione i relativi spazi.
6. Per le affissioni richieste nello stesso giorno in cui è stato consegnato il materiale da affiggere o entro due giorni successivi se trattasi di affissioni di contenuto commerciale, ovvero nei giorni festivi, è dovuta la maggiorazione del 10% (dieci per cento) del diritto con un minimo di € 30,99 (trenta/99) per ciascuna commissione.
7. Per ogni commissione inferiore a 50 fogli il diritto è maggiorato del 50% (cinquanta per cento); per i manifesti costituiti da 8 fino a 12 fogli il diritto è maggiorato del 50% (cinquanta per cento), per quelli costituiti da più di 12 fogli la maggiorazione è del 100% (cento per cento).
8. Qualora il committente richieda espressamente che l'affissione venga eseguita in determinati spazi da lui prescelti, è dovuta una maggiorazione pari al 100% (cento per cento) del diritto.
9. Nell'Ufficio del Servizio delle Pubbliche Affissioni devono essere esposti, per la consultazione da parte di coloro che possono averne interesse, le tariffe del servizio, l'elenco degli spazi destinati alle pubbliche affissioni con l'indicazione della categoria alla quale detti spazi appartengono, ed il registro cronologico delle commissioni.
10. Al diritto sulle pubbliche affissioni si applicano, per quanto compatibili, le disposizioni previste per l'imposta sulla pubblicità.

Art. 47

Affissione annunci funebri

1. Nei soli casi d'urgenza, nei giorni festivi o di chiusura dell'Ufficio Pubblicità e Affissioni, le imprese di pompe funebri operanti nell'ambito del territorio comunale sono autorizzate a provvedere direttamente alle affissioni di manifesti mortuari negli appositi impianti a destinazione istituzionale.
2. Nell'ipotesi di cui al comma uno non potranno essere affissi manifesti in numero superiore a 20 del formato 70 x 100 e non dovrà essere corrisposta alcuna imposta.
3. Nella esecuzione dell'affissione il personale dell'impresa non deve coprire manifesti il cui periodo di esposizione è ancora valido.
4. Per le violazioni alle prescrizioni del presente articolo trovano applicazione gli articoli 48 e 62.

Art. 48

Annullamento della commissione

1. Il committente ha facoltà di annullare la richiesta di affissione prima che venga eseguita con l'obbligo di corrispondere la metà del diritto dovuto.
2. L'annullamento della richiesta di affissione previsto dal comma 1 dovrà pervenire all'ufficio comunale almeno il giorno precedente a quello previsto per l'inizio dell'affissione. A tale fine farà fede il timbro d'arrivo dell'Ufficio Protocollo del Comune.

3. Nei casi previsti dai commi 3 e 4 dell'articolo 45, il committente può annullare la commissione senza alcun onere a suo carico; la richiesta di annullamento dovrà pervenire al Comune almeno entro il giorno precedente a quello indicato nella comunicazione del Comune come giorno in cui l'affissione potrebbe aver luogo. A tale fine farà fede il timbro d'arrivo dell'Ufficio Protocollo del Comune.
4. L'annullamento della commissione e l'ammontare delle somme da rimborsare devono risultare da apposita determinazione del Funzionario Responsabile il quale provvederà al rimborso entro 90 (novanta) giorni nei modi fissati dall'art. 2 del Decreto Ministeriale del 26 aprile 1994.
5. Il materiale relativo alle commissioni annullate, ad eccezione di un esemplare che resta acquisito agli atti dell'Ufficio, sarà conservato per 60 (sessanta) giorni a decorrere da quello in cui ha avuto luogo la riscossione del diritto, a disposizione dell'interessato. Decorso tale termine il materiale può essere conferito alla C.R.I. o destinato allo smaltimento dei R.S.U.

Art. 49

Pagamento del diritto sulle pubbliche affissioni non aventi carattere commerciale

1. Per le affissioni non aventi carattere commerciale il diritto relativo può essere corrisposto in forma diretta, presso il Servizio Pubblicità e Affissioni dietro ricevuta mediante stacco di bolletta madre e figlia e contabilizzazione nel relativo registro giornaliero degli incassi o tramite bonifico o con conto corrente postale.

Art. 50

Affissioni abusive

1. Le affissioni effettuate in contrasto con le norme del presente regolamento sono considerate abusive.
2. Il materiale abusivamente affisso fuori dagli spazi stabiliti è immediatamente defisso e quello negli spazi stabiliti, coperto, salvo la responsabilità, sempre solidale, di colui o coloro che hanno materialmente eseguito l'affissione e della ditta in favore della quale l'affissione è stata eseguita.
3. Il Funzionario Responsabile dispone la defissione o la copertura delle affissioni abusive e ne dà tempestiva comunicazione al Comando di Polizia Municipale per i provvedimenti di competenza oltre ad emettere, qualora possibile, apposito avviso di accertamento secondo le modalità di cui all'art. 35.

Art. 51

Riduzioni del diritto

1. La tariffa del servizio delle pubbliche affissioni è ridotta alla metà per i manifesti:
 - a) - riguardanti in via esclusiva lo Stato e gli enti pubblici territoriali che non rientrano nei casi per i quali è prevista l'esenzione;
 - b) - di comitati, associazioni, fondazioni ed ogni altro ente che non abbia scopo di lucro;
 - c) - relativi ad attività politiche, sindacali e di categoria, culturali, sportive, filantropiche e religiose, da chiunque realizzate, con il patrocinio o la partecipazione degli enti pubblici territoriali, solo in presenza della contemporanea sussistenza dei requisiti innanzi enunciati;

- d) - relativi a festeggiamenti patriottici, religiosi, a spettacoli viaggianti e di beneficenza;
 - e) - per gli annunci funebri.
2. Non si applica la riduzione della tariffa del servizio per le pubbliche affissioni ai manifesti che contengano, oltre ai messaggi relativi alle manifestazioni da pubblicizzare e alla iscrizione dell'eventuale patrocinio o partecipazione di enti pubblici territoriali, superfici recanti messaggi relativi ad una attività economica, con lo scopo di promuovere la domanda di beni o servizi ovvero di migliorare l'immagine del soggetto pubblicizzato, anche nel caso che alle manifestazioni sia stato concesso il patrocinio di enti pubblici territoriali.

Art. 52

Esenzioni dal diritto

1. Sono esenti dal diritto sulle pubbliche affissioni i manifesti:
- a) - Riguardanti le attività istituzionali del Comune da esso svolte in via esclusiva, esposti nell'ambito del proprio territorio;
 - b) - delle autorità militari relativi alle iscrizioni nelle liste di leva, alla chiamata ed ai richiami alle armi;
 - c) - dello Stato, delle regioni e delle province in materia di tributi;
 - d) - delle autorità di polizia in materia di pubblica sicurezza;
 - e) - relativi ad adempimenti di legge in materia di referendum, elezioni politiche, per il parlamento europeo, regionali amministrative;
 - f) - ogni altro la cui affissione sia obbligatoria per legge;
 - g) - concernenti corsi scolastici e professionali gratuiti regolarmente autorizzati dall'autorità competente;
 - h) - le associazioni di cui all'art. 51, comma 1/b, purchè non siano cooperative e dimostrino la loro appartenenza alla categoria delle ONLUS destinate prevalentemente ai servizi sociali, usufruiscono dell'esenzione del diritto sulle pubbliche affissioni per un massimo di 100 manifesti annui, del formato 70x100. Tale esenzione non può essere concessa per i manifesti che contengano sponsorizzazioni o che riguardano attività d'impresa o convenzioni con enti pubblici o privati.

TITOLO III

DISPOSIZIONI IN MATERIA DI MODALITA' DI RISCOSSIONE

Art. 53

Pagamento dell'imposta e del diritto

1. Il pagamento dell'imposta e del diritto deve essere effettuato mediante versamento su conto corrente postale intestato a: "COMUNE DI VIAREGGIO" - Servizio Tesoreria - Imposta pubblicità e Affissioni" con arrotondamento all' euro per difetto, se la frazione è inferiore a 49 centesimi ovvero per eccesso se superiore a detto importo. Il pagamento potrà inoltre essere effettuato presso la Tesoreria Comunale, con le modalità che verranno stabilite con apposito decreto del Ministero delle Finanze ovvero, in caso di affidamento in concessione, al suo concessionario anche mediante conto corrente postale. L'attestazione dell'avvenuto pagamento deve essere allegata alla dichiarazione di inizio di pubblicità o alla richiesta di affissione.
2. Per la pubblicità relativa a periodi inferiori all'anno solare l'imposta deve essere corrisposta in unica soluzione; per la pubblicità annuale l'importo può essere corrisposto in rate trimestrali anticipate qualora di importo superiore ad € 1.549,37 (euro millecinquecentoquarantanove/37).
3. La riscossione coattiva dell'imposta si effettua secondo le disposizioni del D.P.R. 28.1.1988 n. 43 e successive modifiche e integrazioni; il relativo ruolo deve essere formato e reso esecutivo entro il 31 dicembre del secondo anno successivo a quello in cui l'avviso di accertamento è stato notificato ovvero, in caso di sospensione della riscossione, entro il 31 dicembre dell'anno successivo a quello di scadenza del periodo di sospensione. Si applica l'art. 2752 comma 4 del Codice Civile.
4. Il pagamento del diritto sulle Pubbliche Affissioni deve essere effettuato contestualmente alla richiesta del servizio e secondo le modalità di cui al presente articolo. E' fatta eccezione per quanto attiene il caso disciplinato dall'art. 48 in quanto le imprese che si avvalgono di tale prerogativa non possono richiedere il servizio.
5. Per il recupero di somme comunque dovute e non corrisposte si osservano le disposizioni di cui all'art. 9 del Decreto Legislativo 15 novembre 1993, n. 507.
6. Per le affissioni non aventi carattere commerciale si applicano le disposizioni dell'art.51.

Art. 54

Bollettari di riscossione

1. I bollettari occorrenti per la riscossione dei diritti sulle pubbliche affissioni devono essere bollati e vidimati dal Funzionario Responsabile dell'Ufficio Entrate, antecedentemente alla loro utilizzazione.
2. Essi dovranno essere conservati presso la gestione per la durata di anni 10, così come tutti gli altri documenti contabili relativi alla gestione dell'imposta sulla pubblicità e al diritto sulle pubbliche affissioni.

Art. 55

Registri necessari per la gestione contabile dell'imposta sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni

1. L'Ufficio Pubblicità e Affissioni mantiene i seguenti registri:
 - a) - registro di assunzione in carico dei bollettari da utilizzare per i rimborsi e per la riscossione dei diritti per affissioni non aventi carattere commerciale;
 - b) - registro dei rimborsi disposti a favore dei contribuenti per l'imposta di pubblicità e per i diritti sulle pubbliche affissioni;
 - c) - registro cronologico degli avvisi di accertamento emessi;
 - d) - registro delle riscossioni giornaliere;
 - e) - registro/schedario delle dichiarazioni di cui all'art. 40 e delle commesse degli utenti, separato per l'imposta di pubblicità e per i diritti sulle pubbliche affissioni;
 - f) - registro delle affissioni effettuate in esenzione dal pagamento dei diritti.

2. Tutti i registri di cui al comma 1 dovranno essere bollati e vidimati dal Funzionario Responsabile prima della loro utilizzazione; in essi dovrà essere annotato il numero delle pagine di cui si compongono e, per quanto attiene il registro di cui al punto a) del comma 1, riportare i numeri di identificazione della prima e ultima bolletta di ciascun singolo blocco.

Art. 56

Rendiconto della gestione del servizio

1. Mensilmente il Funzionario Responsabile del servizio dovrà trasmettere apposito estratto di trasmissione dati contabili da sottoporre al riscontro e all'approvazione del dirigente dell'Ufficio di Ragioneria. Detto estratto dovrà comprendere le indicazioni, distinte per la gestione dell'imposta sulla pubblicità e per il diritto sulle pubbliche affissioni, dei seguenti elementi:
 - a)- numero delle riscossioni;
 - b) - importo introitato a mezzo di versamenti in conto corrente postale;
 - c) - importo introitato attraverso la riscossione diretta con l'indicazione del numero delle bollette staccate;
 - d) - numeri ed estremi delle partite e relativi importi non incassati, per le quali si avvia la procedura della riscossione coatta;
 - e) - numero ed estremi delle partite per le quali è stato disposto lo sgravio o il rimborso di imposte e diritti.

2. Entro il 31 marzo di ciascun anno il Funzionario Responsabile dovrà trasmettere alla Direzione Centrale per la Fiscalità Locale una situazione riepilogativa relativa all'anno precedente corredata dei dati dei singoli trimestri.

3. Il Funzionario Responsabile provvede alla compilazione dei ruoli di riscossione coatta delle partite rimaste insolute, ai sensi dell'art. 68 del D.P.R. 28.1.1988, n.43.

Art. 57
Ricevuta di pagamento

1. La ricevuta di pagamento del bollettino postale attestante il pagamento dell'imposta di pubblicità o del diritto sulle pubbliche affissioni deve essere allegata alla richiesta di inizio di pubblicità o alla richiesta di affissione.
2. Il contribuente o il richiedente il servizio dovrà a sua volta conservare la parte di propria competenza per esibirla a richiesta degli addetti ai servizi di vigilanza. Per la pubblicità veicolare essa deve essere trattenuta in copia unitamente ai documenti di circolazione del mezzo.

Art. 58
Rateazioni

Per l'imposta di pubblicità annuale il cui importo sia superiore a € 1.549,37 (euro millecinquecentoquarantanove/37), è consentito il pagamento rateale in quattro rate trimestrali anticipate, senza aggravio di interessi, scadenti il 31 gennaio – 31 marzo – 30 giugno e 30 settembre. Il ritardo del pagamento della rata determina l'applicazione della sanzione tributaria di cui all'art. 23 del Decreto Legislativo 15 novembre 1993, n. 507. Ove il ritardo sia superiore a quindici giorni è facoltà del Funzionario Responsabile richiedere la rimozione e l'oscuramento del materiale pubblicitario e revocare la facoltà del pagamento rateale.

Art. 59
Modalità del rimborso

1. Qualora risultino versate somme non dovute, i contribuenti possono, entro il termine di cinque anni dal giorno in cui è stato effettuato il pagamento, richiedere al Comune, con istanza motivata e diretta al Funzionario Responsabile del servizio, la restituzione della somma allegando alla richiesta copia della ricevuta del versamento.
2. Il Funzionario Responsabile del servizio entro novanta giorni dalla presentazione dell'istanza provvede al rimborso, ovvero, al rigetto motivato dell'istanza stessa.
3. Ogni rimborso di imposta o diritto sarà effettuato dal Funzionario Responsabile del servizio a mezzo di appositi bollettari madre-figlia, numerati progressivamente su base annuale, preventivamente bollati e vidimati dallo stesso Funzionario Responsabile.
4. Eventuali richieste di integrazioni o chiarimenti sospendono il termine di cui al precedente comma 2 che tornerà a decorrere dalla data di integrazione della documentazione.
5. Sulle somme rimborsate saranno corrisposti gli interessi nella misura stabilita dall'art. 27 del vigente Regolamento delle Entrate.

PARTE III

CONTROLLO E SANZIONI RELATIVAMENTE AL P.G.I.P.

Art. 60 Vigilanza

L'Ufficio "Pubblicità" e il Comando P.M. vigilano sul corretto svolgimento dell'attività pubblicitaria affinché essa sia conforme alle disposizioni del presente Piano.

Art. 61 Sanzioni e revoca

1. L'installazione di mezzi pubblicitari non autorizzati e le violazioni delle norme del presente Piano soggiacciono alle sanzioni previste dal Codice della Strada ⁹e Decreto legislativo avente ad oggetto " Revisione ed armonizzazione dell'imposta comunale sulla pubblicità e del diritto delle pubbliche affissioni, della tassa di occupazione di spazi ed aree pubbliche dei comuni". ¹⁰
2. Nelle ipotesi di cui al comma 1 è fatto obbligo al titolare di rimuovere, ove sia possibile e/o sia stato richiesto dal Comune, i motivi di irregolarità, entro il termine assegnato, decorso inutilmente il quale, il mezzo pubblicitario è rimosso dal Comune a spese del titolare.
3. In caso di installazione di mezzi pubblicitari abusivi, qualora il trasgressore non provveda alla rimozione entro e non oltre dieci giorni dalla notifica del verbale di violazione, il Comune provvede d'ufficio addebitando ai responsabili le spese sostenute ¹¹ rivalendosi sul responsabile.
4. Il Comune o il concessionario del servizio di pubblica affissione può comunque effettuare l'immediata copertura della pubblicità abusiva, in modo che sia privata di efficacia pubblicitaria.
5. I mezzi pubblicitari rimossi sono conservati per sessanta giorni affinché il titolare provveda al loro ritiro, versati le eventuali sanzioni e gli oneri di conservazione. Decorso detto termine, senza che sia stata avanzata richiesta di restituzione, l'ente proprietario può liberamente disporre dei mezzi pubblicitari rimossi in conformità all'art. 23 del Codice della Strada. In ogni caso, il predetto termine decorre dalla data della diffida, nel caso di rimozione effettuata ai sensi del comma 13-bis dell'Art. 23 C.d.S., e dalla data di effettuazione della rimozione, nell'ipotesi prevista dal comma 13-quater dell'Art. 23 C.d.S.
6. L'esposizione di messaggi pubblicitari senza la preventiva autorizzazione, comporta l'immediata copertura dei messaggi abusivi, da parte dei servizi comunali competenti o del concessionario del servizio di pubblica affissione.
7. L'autorizzazione è revocata:

⁹ Art 23 comma 11 Decreto legislativo 30 Aprile 1992 n. 285

¹⁰ D.Lgs.507/93 e dell'articolo 23, comma 12

¹¹ Decreto legislativo art 24 n. 507/93

- a) qualora, decorsi trenta giorni dalla comunicazione di accoglimento dell'istanza, l'interessato non provveda al pagamento degli oneri ed al ritiro del titolo;
 - b) qualora, decorsi sessanta giorni dal ritiro del titolo, l'interessato non realizzi il mezzo pubblicitario assentito, salvo proroga per gravi e comprovati motivi;
 - c) qualora risulti che sono venuti meno i presupposti di legge per il rilascio dell'autorizzazione o per il legittimo svolgimento dell'attività pubblicizzata;
 - e) nel caso di rimozione coattiva del mezzo pubblicitario di cui al comma 3;
 - f) per sopravvenute ragioni di interesse pubblico;
 - g) dopo almeno due accertamenti di esposizione abusiva di messaggi sullo stesso impianto, nel corso del medesimo anno solare
8. La revoca all'installazione di impianti pubblicitari costituisce in automatico la revoca dell'autorizzazione all'occupazione di spazi ed aree pubbliche e/o di concessione, pena sanzionamenti relativi.

PARTE IV

CONTROLLO E SANZIONI RELATIVAMENTE ALLE PUBBLICHE AFFISSIONI

Art. 62

Sanzioni tributarie e interessi

1. Per quanto concerne le sanzioni si applica il disposto dell'art. 23 e seguenti del D.Lgs. 507/1993 come modificato dal D.Lgs. 473/1997, 471/1997, 472/1997.
2. Non costituisce di per sè dichiarazione di pubblicità il pagamento eseguito con il versamento sul conto corrente postale, anche se nella causale posta sul retro del bollettino sono riportati gli elementi costitutivi della fattispecie imponibile. Nell'ipotesi che non sia stata presentata la dichiarazione di pubblicità - nei tempi e con le modalità indicati all'art. 40 e, comunque, sia stato eseguito il pagamento - si applica all'omissione la sanzione prevista dal comma 1.
3. Per quanto concerne gli interessi dovuti per l'imposta di pubblicità e per il diritto sulle pubbliche affissioni, si applica il disposto dell'art. 18 bis del regolamento delle entrate approvato con deliberazione consiliare n. 32/1999, così come risulta modificato dalla deliberazione consiliare n. 17/2000.

Art. 63

Vigilanza e sanzioni amministrative

1. Per la pubblicità abusiva mediante affissione di supporto cartaceo o simile, ancorché apposta negli spazi regolamentari, in luogo della rimozione è sempre disposta la defissione o la copertura di essa al fine di renderla, nel più breve tempo possibile, inefficace e inutilizzabile. Il provvedimento è adottato dal Funzionario Responsabile ed eseguito direttamente dal Comune o a mezzo di terzi a ciò incaricati.
2. E' sempre disposta la confisca dei mezzi pubblicitari rimossi a norma del comma 3, ai sensi dell'art. 20, comma 4, della legge 24 novembre 1981, n. 689, se entro il termine di 60 (sessanta) giorni fissato per il pagamento in misura ridotta, oltre alla somma dovuta, non vengano corrisposte anche quelle relative all'imposta pubblicitaria evasa e alle eventuali altre dovute per legge, alle soprattasse, agli interessi maturati e alle spese per la rimozione e custodia.
3. Il Comune, a propria insindacabile scelta, potrà distruggere o alienare i mezzi pubblicitari confiscati.
4. La restituzione delle cose sequestrate è disposta d'ufficio con provvedimento del Funzionario Responsabile.
5. Nel caso di omesso pagamento in misura ridotta il Sindaco emette ordinanza-ingiunzione per la sanzione principale e per quella accessoria della confisca.
6. Le violazioni, per quanto possibile, devono essere immediatamente contestate tanto al trasgressore quanto alla persona obbligata in solido al pagamento della somma dovuta per la violazione commessa.

7. La contestazione si formalizza mediante notificazione del verbale con gli estremi della violazione, entro centocinquanta giorni dall'accertamento. Nel verbale è indicata la somma da pagarsi entro 60 (sessanta) giorni a titolo di pagamento in misura ridotta e l'ordine a rimuovere il mezzo pubblicitario oggetto dell'accertamento sanzionatorio. In caso di inottemperanza il Comune dispone la rimozione d'ufficio mediante il sequestro delle cose oggetto del mezzo pubblicitario.
8. Non si procede al sequestro delle cose che formano oggetto del mezzo pubblicitario nel caso in cui l'interessato abbia provveduto alla rimozione immediata di esso.
9. Per quanto non previsto nel presente regolamento si applicano le norme del capo I della legge 24 novembre 1981, n. 689 e del relativo regolamento di attuazione approvato con D.P.R. 29 luglio 1992, n.571.
10. Alle violazioni disciplinate dal presente articolo si applicano le norme dell'art. 24, commi 4 e 5 del Decreto Legislativo 15 novembre 1993, n. 507.

Art. 64 **Rettifica e accertamento d'ufficio**

1. Il Comune entro cinque 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 raccomandata con avviso di ricevimento, un apposito avviso motivato.
2. Nell'avviso devono essere indicati:
 - a) - il soggetto passivo;
 - b) - le caratteristiche, la superficie, anche approssimativa e l'ubicazione del mezzo pubblicitario;
 - c) - l'importo dell'imposta o della maggiore imposta accertata;
 - d) - le soprattasse, interessi, morosità e spese, comprese quelle postali o di notifica che fanno carico al soggetto passivo;
 - e) - il termine di 60 (sessanta) giorni entro cui effettuare il relativo pagamento con il beneficio della riduzione delle soprattasse;
 - f) l'indicazione e l'indirizzo dell'organo a cui adire per il contenzioso.
3. Gli avvisi di accertamento sono sottoscritti dal Funzionario Responsabile. L'avviso di accertamento che risulti emesso per imposta non esigibile può essere revocato dal Funzionario Responsabile conservando copia del provvedimento unita all'avviso di accertamento revocato.

Art. 65 **Contenzioso**

Contro l'avviso di accertamento e di liquidazione, il ruolo, la cartella di pagamento, l'avviso di mora, il provvedimento di irrogazione delle sanzioni, il diniego di rimborso, può essere proposto ricorso entro 60 (sessanta) giorni dalla data di notificazione dell'atto impugnato, secondo le disposizioni del D.Lgs. 31/12/1992 n. 546.

PARTE V

DISPOSIZIONI FINALI

Art. 66

Entrata in vigore

1. Il presente Regolamento della Pubblicità e delle Pubbliche Affissioni, adottato dal Consiglio Comunale, entra in vigore dalla data di esecutività del relativo provvedimento di approvazione.
2. Da tale data è abrogato il Regolamento della Pubblicità e delle Pubbliche Affissioni approvato con Delibera Commissariale n° 102 del 07/06/2013.
3. Sono abrogate tutte le disposizioni contenute in Regolamenti comunali in contrasto con il presente Regolamento.

Art. 67

Norme finali e transitorie

1. Il Comune si riserva la facoltà di modificare le disposizioni del presente regolamento, nel rispetto delle vigenti norme che regolano la materia, dandone comunicazione agli utenti mediante pubblicazioni all'Albo Pretorio del Comune e alla Direzione Centrale della Fiscalità Locale del Ministero delle Finanze.
2. A norma dell'art. 22 della legge 7 agosto 1990, n. 241, copia del presente Regolamento sarà tenuta a disposizione del pubblico perchè possa prenderne visione in qualsiasi momento.
3. Per quanto non espressamente disciplinato dal presente regolamento, si applicano le norme previste dal D.Lgs. 15.11.1993, n. 507, dal Codice della strada e Regolamento di attuazione al codice della strada.