



COMUNE DI CARUGATE

REGOLAMENTO COMUNALE

PER LA DISCIPLINA DELLA PUBBLICITÀ E DELLE AFFISSIONI
E PER L'APPLICAZIONE DELL'IMPOSTA SULLA PUBBLICITÀ E DEL
DIRITTO SULLE PUBBLICHE AFFISSIONI – PIANO GENERALE
DEGLI IMPIANTI PUBBLICITARI E DELLE PUBBLICHE AFFISSIONI -



INDICE

TITOLO I – DISCIPLINA DELLA PUBBLICITÀ E DELLE AFFISSIONI..4	
CAPO I - DISPOSIZIONI GENERALI	4
Art. 1 - Oggetto del Regolamento	4
Art. 2 - Ambito territoriale di applicazione	4
Art. 3 - Definizione di Centro Abitato	4
CAPO II - DISCIPLINA DELLA PUBBLICITÀ	5
Art. 4 - Disciplina generale	5
Art. 5 - Definizioni e Tipologie dei mezzi pubblicitari	5
Art. 6 - Collocazione fuori centro abitato.....	6
Art. 7 - Collocazione in centro abitato.....	6
Art. 8 - Autorizzazioni	6
Art. 9 - Decadenza dell'autorizzazione	8
Art. 10 - Obblighi del titolare dell'autorizzazione	8
Art. 11 - Istruttoria e rilascio dell'autorizzazione	8
Art. 12 - Interventi di sostituzione e modifica.....	9
Art. 13 - Termine di validità dell'autorizzazione	9
Art. 14 - Rinnovo dell'autorizzazione.....	9
Art. 15 - Concessioni.....	9
TITOLO II - DISCIPLINA DELL'IMPOSTA SULLA PUBBLICITA' DEL SERVIZIO E DEL DIRITTO SULLE PUBBLICHE AFFISSIONI.....10	
CAPO I - DISCIPLINA GENERALE.....	10
Art. 16 - Gestione del servizio.....	10
Art. 17 - Funzionario Responsabile	10
Art. 18 - Quantità impianti affissioni.....	10
Art. 19 - Applicazione dell'imposta e del diritto	10
Art. 20 - Classificazione del Comune.....	10
Art. 21 - Categoria delle località.....	11
Art. 22 - Deliberazione delle tariffe.....	11
Art. 23 - Tariffe e maggiorazioni	11
CAPO II – DISCIPLINA DELL'IMPOSTA DI PUBBLICITA'	11
Art. 24 - Presupposto dell'imposta.....	11
Art. 25 - Soggetto passivo	11
Art. 26 - Modalità di applicazione dell'imposta	12
Art. 27 - Dichiarazione	12
Art. 28 - Pagamento dell'imposta e del diritto.....	13
Art. 29 - Rettifica ed accertamento d'ufficio	13
Art. 30 - Rimborsi	14
Art. 31 - Pubblicità effettuata su impianti installati su beni comunali	14
CAPO III - IL SERVIZIO DELLE PUBBLICHE AFFISSIONI	14
Art. 32 - Finalità	14
Art. 33 - Affissioni, prenotazioni, registro cronologico	15
Art. 34 - Criteri e modalità per l'espletamento del servizio	15
CAPO IV - DIRITTO SULLE PUBBLICHE AFFISSIONI TARIFFE	17
Art. 35 - Tariffa - applicazione e misura.....	17
Art. 36 - Riduzione del Diritto	17
Art. 37 - Esenzioni dal Diritto.....	17
CAPO V - IMPOSTA SULLA PUBBLICITÀ - tariffe	18
Art. 38 - Tariffe	18
Art. 39 - Pubblicità ordinaria.....	18
Art. 40 - Pubblicità effettuata con veicoli	18
Art. 41 - Pubblicità con pannelli luminosi	19



Art. 42 - Pubblicità con proiezioni.....	19
Art. 43 - Pubblicità varia.....	19
Art. 44 - Imposta sulla pubblicità - Riduzioni	20
Art. 45 - Imposta sulla pubblicità - esenzioni.....	20
TITOLO III - PIANO GENERALE DEGLI IMPIANTI	21
Art. 46 - Finalità	21
Art. 47 - Classificazione degli impianti pubblicitari.....	21
Art. 48 - Caratteristiche tecniche e criteri strutturali.....	21
Art. 49 - Definizione degli impianti privati per la pubblicità esterna, tipologie consentite	22
Art. 50 - Schede inserimento impianti di pubblicità esterna	23
Art. 51 - Pubblicità esterna temporanea	24
Art. 52 - Schede inserimento impianti di pubblicità temporanea	25
Art. 53 - Insegne d'esercizio	26
Art. 54 - Insegne speciali	26
Art. 55 - Tende	26
Art. 56 - Bacheche.....	26
Art. 57 - Insegne su chioschi.....	27
Art. 58 - Disposizioni particolari per pre-insegne.....	27
TITOLO IV – PIANO DELLE AFFISSIONI	28
Art.	59
Finalità.....	28
Art. 60 - Struttura del piano.....	28
Art. 61 - Tipologie e caratteristiche dei nuovi impianti.....	30
Art. 62 - Requisiti degli impianti per pubbliche affissioni.....	30
Art. 63 - Disposizione particolare.....	31
TITOLO V - DISPOSIZIONI FINALI E TRANSITORIE.....	33
CAPO I – VIGILANZA E SANZIONI	33
Art. 64 - Vigilanza.....	33
Art. 65 - Sanzioni tributarie ed amministrative.....	33
Art. 66 - Riscossione Coattiva	33
CAPO II - DISPOSIZIONI TRANSITORIE FINALI	34
Art. 67 - Norma Finale di rinvio.....	34
Art. 68 - Entrata in vigore	34



TITOLO I – DISCIPLINA DELLA PUBBLICITÀ E DELLE AFFISSIONI

CAPO I - DISPOSIZIONI GENERALI

Art. 1 - Oggetto del Regolamento

1. Il presente Regolamento disciplina l'effettuazione della pubblicità nel territorio di questo comune.
2. Agli effetti del presente Regolamento, per "imposta" e "diritto" si intendono, rispettivamente, l'imposta comunale sulla pubblicità ed il diritto sulle pubbliche affissioni.
3. Il presente Regolamento stabilisce le modalità per l'applicazione dell'imposta comunale sulla pubblicità e del diritto comunale sulle pubbliche affissioni, in conformità a quanto disposto dal capo I del Decreto Legislativo 15 novembre 1993 n 507 e successive modificazioni ed integrazioni.
4. Il presente Regolamento disciplina, altresì, le modalità di accertamento e di riscossione dell'imposta e del diritto, ai sensi dell'art. 52 del D. Lgs. 15 dicembre 1997 n. 446 e successive modificazioni ed integrazioni.
5. Le modalità di effettuazione della pubblicità nel territorio comunale sono disciplinate dalle norme e dai criteri generali fissati dal presente Regolamento, nonché specificati dal Piano generale degli impianti e dal Piano delle affissioni.

Art. 2 - Ambito territoriale di applicazione

1. Le norme del presente Regolamento riguardano i mezzi pubblicitari, come di seguito definiti, nonché tutte le altre forme di pubblicità previste dal Decreto Legislativo del 15.11.1993 n. 507 e successive modifiche ed integrazioni, collocati nel territorio comunale lungo le strade o in vista di esse, installati in luoghi pubblici o aperti al pubblico o da tali luoghi percepibili e quindi installati su suoli privati o con servitù di pubblico passaggio, sulla base delle disposizioni contenute nel Piano generale degli Impianti, del Piano delle affissioni, del Codice della Strada e del relativo Regolamento di Esecuzione e di Attuazione.
2. Le disposizioni del presente Regolamento disciplinano l'effettuazione delle forme di pubblicità di cui al precedente art. 1 in tutto il territorio del Comune, tenuto conto di quanto stabilito:
 - a. dal Capo I del D. Lgs. 15 novembre 1993 n. 507 e successive modificazioni ed integrazioni;
 - b. dall'art. 23 D. Lgs. 30 aprile 1992 n. 285, modificato dall'art. 13 D. Lgs. 10 settembre 1993 n. 360;
 - c. agli artt. da 47 a 59 del DPR 16 dicembre 1992 n. 495;
 - d. dalla legge 18 marzo 1959 n. 132;
 - e. dalle altre norme che stabiliscono modalità, limitazioni e divieti per l'effettuazione, in determinati luoghi e su particolari immobili, di forme di pubblicità esterna.

Art. 3 - Definizione di Centro Abitato

1. Si definisce centro abitato la parte di territorio che comprende tutte le aree edificate con continuità, delimitato da appositi segnali di inizio e fine in base all'art. 4 del Decreto Legislativo 30 aprile 1992 n. 285 e successive modifiche ed integrazioni ed individuata cartograficamente nell'allegata "zonizzazione".
2. Ai fini del presente Regolamento ed alle norme ad esso collegate si prende atto della delimitazione del centro abitato approvata con deliberazione di Giunta Comunale n. 55 del 30/03/1999.



CAPO II - DISCIPLINA DELLA PUBBLICITÀ

Art. 4 - Disciplina generale

1. Nell'installazione degli impianti e degli altri mezzi pubblicitari e nell'effettuazione delle altre forme di pubblicità e propaganda devono essere osservate le norme stabilite dalle Leggi, dal presente Regolamento e dalle prescrizioni previste dal Piano generale degli impianti e dal Piano delle affissioni oltre ad eventuali ulteriori prescrizioni previste nelle autorizzazioni concesse dalle autorità competenti.
2. L'effettuazione della pubblicità, comunque richiedente l'installazione o la collocazione di appositi supporti, è sempre subordinata alla preventiva autorizzazione comunale da richiedere con la forma, nei termini e nei modi stabiliti dalla legge statale vigente, nonché dal presente regolamento. La dichiarazione di effettuazione di pubblicità, di cui all'art. 8 del 507/93, non sostituisce in nessun caso eventuali autorizzazioni da rilasciare a cura del Settore VI Ambiente ed edilizia.
3. Gli impianti e i mezzi pubblicitari non autorizzati preventivamente o installati violando le disposizioni di cui al primo comma devono essere rimossi in conformità a quanto previsto dall'Art. 24 del D. Lgs n. 507/93 e dall'articolo 23 del codice della strada e relativo regolamento attuativo.
4. Le altre forme pubblicitarie non autorizzate preventivamente od effettuate in violazione delle norme di cui al primo comma, devono cessare immediatamente dopo la diffida, verbale o scritta, degli organi addetti al controllo e alla vigilanza.
5. Si applicano per le violazioni suddette le sanzioni previste dall'art. 24 del D. Lgs. n. 507/93 a seconda della loro natura.
6. In attuazione dell'art. 23 comma 6 del nuovo codice della strada il comune si avvale delle facoltà di derogare alle norme sulle distanze minime di cui all'art. 51 comma 4) del relativo Regolamento di attuazione nel rispetto delle esigenze di sicurezza della circolazione stradale.

Art. 5 - Definizioni e Tipologie dei mezzi pubblicitari

1. Le tipologie pubblicitarie oggetto del presente Regolamento sono classificate, secondo il D. Lgs. 15 novembre 1993 n. 507, in:
 - a. Pubblicità ordinaria;
 - b. Pubblicità effettuata con veicoli;
 - c. Pubblicità effettuata con pannelli luminosi e proiezioni;
 - d. Pubblicità varia.
2. La pubblicità ordinaria e' effettuata mediante:
 - a. insegne, targhe;
 - b. locandine realizzate con materiale privo di rigidità collocate a cura dell'utenza all'esterno od all'interno di locali pubblici od aperti al pubblico di seguito definita "pubblicità ordinaria";
 - c. la pubblicità effettuata con festoni di bandierine, striscioni od altri mezzi similari;
 - d. la pubblicità effettuata su impianti pubblicitari appositamente predisposti.
3. I manufatti di supporto alla pubblicità ordinaria sono normati dal Piano Generale degli Impianti e dal Piano delle affissioni e sono suddivisi nelle seguenti tipologie d'uso:
 - a. "Pubblicità esterna permanente": pubblicità effettuata direttamente su pannelli (serigrafie) mediante l'utilizzo di cartelli o impianti pubblicitari di servizio, preinsegne, impianti a messaggio variabile;
 - b. "Pubblicità esterna temporanea": pubblicità effettuata con mezzi pubblicitari provvisori;
 - c. "Affissioni dirette": affissioni effettuate direttamente, anche per conto altrui, di manifesti cartacei o simili su apposite strutture adibite all'esposizione;
 - d. "Insegne d'esercizio".
4. La pubblicità effettuata con veicoli:
 - a. pubblicità visiva effettuata per conto proprio od altrui all'interno ed all'esterno di veicoli in genere, di vetture autofilotranviarie, di uso pubblico o privato, di seguito definita "pubblicità ordinaria con veicoli";



- b. pubblicità effettuata per conto proprio su veicoli di proprietà dell'impresa o adibiti ai trasporti per suo conto, compresi i veicoli circolanti con rimorchio, di seguito definita "pubblicità con veicoli dell'impresa".
5. Per l'effettuazione di pubblicità con veicoli si osservano le disposizioni di cui agli artt. 57 e 59 del Regolamento emanato con DPR 16 dicembre 1992, n. 495 e sue successive modificazioni.
6. La pubblicità con pannelli luminosi effettuata con strutture caratterizzate dall'impiego di diodi luminosi, lampadine e simili, mediante controllo elettronico, elettromeccanico o comunque programmato in modo da garantire la variabilità del messaggio o la sua visione in forma variabile è normata dal Piano Generale degli Impianti.
7. La pubblicità predetta può essere effettuata per conto altrui o per conto proprio dell'impresa, con la differenziazione tariffaria stabilita al Titolo II - Capo V.
8. La pubblicità varia comprende:
 - a. la pubblicità eseguita con palloni frenati o simili, definita "pubblicità con palloni frenati";
 - b. la pubblicità effettuata mediante distribuzione, di manifestini o di altro materiale pubblicitario, oppure mediante persone circolanti con cartelli od altri mezzi pubblicitari, definita di seguito "pubblicità in forma ambulante";
 - c. la pubblicità effettuata a mezzo di apparecchi amplificatori e simili, definita "pubblicità fonica".

Art. 6 - Collocazione fuori centro abitato

1. Le caratteristiche tipologiche, dimensionali ed il posizionamento degli impianti pubblicitari e delle insegne d'esercizio, posti fuori dal centro abitato sono regolamentati dall'art. 23 del Codice della Strada 285/92 e dal Regolamento di esecuzione del Nuovo Codice della Strada 495/92 e sue modificazioni e dalle norme previste nel Piano generale degli impianti e nel Piano delle affissioni.

Art. 7 - Collocazione in centro abitato

1. La collocazione dei cartelli delle insegne e di tutti gli altri mezzi pubblicitari, è subordinata ai parametri di posizionamento indicati dal Piano Generale degli Impianti e dal Piano delle affissioni.

Art. 8 - Autorizzazioni

1. Su tutto il territorio comunale, dentro e fuori il centro abitato, chiunque intenda installare qualsiasi tipo di mezzo pubblicitario sulle strade o in vista di esse, deve presentare domanda ed ottenere regolare autorizzazione amministrativa ai sensi del presente Regolamento.
2. Il rilascio delle autorizzazioni al posizionamento ed alla installazione di insegne, targhe, cartelli e altri mezzi pubblicitari è di competenza del Comune; per gli impianti sulle strade comunali ma in vista delle strade statali, regionali o provinciali si acquisirà il relativo N.O. tecnico dall'Ente Proprietario della Strada da parte dell'ufficio Polizia Locale del comune, secondo il seguente ordine di competenze:
 - a. per le strade e le autostrade statali alla direzione compartimentale ANAS competente per territorio o agli uffici speciali per le autostrade;
 - b. per le autostrade in concessione alla società concessionaria;
 - c. per le strade regionali provinciale e comunali o di proprietà di altri enti alle rispettive amministrazioni;
3. Le forme pubblicitarie indicate negli Artt. 13 e 15 del Decreto 507/93 sono soggette ad autorizzazione Comunale, previa presentazione, almeno 15 giorni prima dell'inizio della pubblicità, di documentata istanza del titolare dell'attività pubblicizzata, indicante il tipo, la misura, il luogo, la durata della pubblicità che si intende effettuare e la denominazione e indirizzo del soggetto che effettuerà la fornitura e posa del mezzo pubblicitario.
4. Tutte le variazioni che comportino modifiche tipologiche o dimensionali obbligano la presentazione di nuova richiesta di autorizzazione.
5. Tutte le variazioni che comportino modifiche dimensionali che impongano un ricalcolo dell'imposta sulla pubblicità obbligano la presentazione di nuova dichiarazione di pubblicità ed eventuale conguaglio su quanto pagato nella precedente dichiarazione.



6. L'installazione degli impianti per le pubbliche affissioni è disciplinata al Titolo II del presente Regolamento e dal Piano delle affissioni.
7. Il rilascio o il rinnovo della autorizzazione viene, in ogni caso, negato nel caso in cui il richiedente abbia pendenze in materia di pubblicità con il Comune.
8. L'amministrazione Comunale, ai fini dell'attuazione del Piano degli impianti, può indire procedure ad evidenza pubblica per l'assegnazione di spazi per l'installazione di impianti o per la gestione di spazi pubblicitari.
9. La consegna dell'autorizzazione è subordinata al regolare assolvimento degli obblighi tributari (imposta pubblicità, TOSAP e canone di concessione).
10. Il soggetto interessato al rilascio dell'autorizzazione presenta la domanda, in bollo, al Comando di Polizia Locale a mezzo dell'Ufficio Protocollo, in triplice copia allegando:
 - a. Nominativo e indirizzo del richiedente
 - b. Nominativo e indirizzo della ditta che fornisce e posa il mezzo pubblicitario
 - c. Impianti: Progetto quotato in scala adeguata (1:100) del luogo ove si intende collocare l'impianto inserito in un contesto sufficientemente esaustivo ai fini della verifica di conformità alla normativa di riferimento (C.d.S. e PGI) in cui si dovranno riportare le distanze: dalla carreggiata, dalla segnaletica esistente (segnali di pericolo, di prescrizione, di indicazione), da semafori, intersezioni e da altri impianti pubblicitari esistenti, la dimensione del marciapiede nonché il senso di marcia dei veicoli.
Insegne: progetto quotato in scala 1:20 dell'opera e relativa descrizione tecnica, dai quali siano individuabili gli elementi essenziali dell'opera e la sua eventuale collocazione sul fabbricato, compreso il disegno del possibile supporto, in triplice copia, debitamente firmato dal titolare dell'impresa esecutrice o dall'interessato, se l'opera è realizzata in economia;
 - d. bozzetto colorato del mezzo pubblicitario con l'indicazione delle dimensioni, del materiale con il quale viene realizzato ed installato con i colori conformemente a quanto previsto dall'art. 57 del DPR 95/92 e successive modificazioni. Se la domanda riguarda cartelli o altri mezzi pubblicitari a messaggio variabile, devono essere allegati i bozzetti di tutti i messaggi previsti;
 - e. documentazione fotografica che illustri il punto di collocazione dell'ambiente circostante;
 - f. estratto di planimetria catastale in duplice copia ove è riportata la posizione nella quale si chiede l'autorizzazione alla installazione;
 - g. autodichiarazione redatta ai sensi del D.P.R. 445/00 e s.m.i., con la quale si attesta che l'opera sarà realizzata rispettando le norme di disciplina della materia e che il manufatto è stato calcolato e realizzato e sarà posto in opera tenendo conto della natura del terreno e della spinta del vento, in modo da garantirne la stabilità. Dovrà essere dichiarato inoltre che il manufatto è realizzato con materiale non deperibile e resistente agli agenti atmosferici. Nella stessa autodichiarazione si dovrà inoltre attestare che l'attività oggetto di richiesta è regolarmente autorizzata, ovvero il titolare è iscritto agli albi professionali istituiti e che la destinazione d'uso dei locali sia legittimata.
 - h. copia di dichiarazione di conformità di cui all'art. 9 della Legge 5.3.1990 n. 46 "Norme per la sicurezza degli impianti", per gli impianti pubblicitari luminosi;
 - i. copia del contratto di affitto con il proprietario del suolo o dell'immobile, qualora necessario;
 - j. nullaosta proprietario del suolo o dell'immobile, qualora necessario;
 - k. parere della Soprintendenza ai Beni Ambientali ed Architettonici della Regione, qualora necessario.
11. Ogni domanda deve riferirsi ad una sola attività industriale, commerciale, artigianale, artistica o professionale e potrà comprendere più impianti individuati esattamente sugli elaborati allegati alla richiesta.
12. Per l'installazione di più mezzi pubblicitari deve essere presentata una sola domanda ed una sola autodichiarazione.
13. Se l'autorizzazione viene richiesta per mezzi pubblicitari aventi stesse caratteristiche e medesimo bozzetto, deve essere allegata una sola copia dello stesso.
14. Nella planimetria che si restituisce a titolo di ricevuta, sarà indicato la data e numero di ricevimento protocollo.
15. Il rilascio dell'autorizzazione è subordinato al pagamento di una somma a titolo di corrispettivo ai sensi dell'art. 53 del regolamento attuativo del codice della strada, determinata annualmente con



deliberazione di Giunta Comunale, nonché la presentazione di apposita polizza fideiussoria a copertura di eventuali costi di ripristino dei luoghi effettuato dal comune con spese a carico del richiedente. L'importo da garantire verrà determinato dal responsabile del Settore Polizia Locale in sede di rilascio dell'autorizzazione.

Art. 9 - Decadenza dell'autorizzazione

1. Costituiscono cause di decadenza dell'autorizzazione:
 - a. la cessazione o il trasferimento dell'attività pubblicizzata;
 - b. l'annullamento o la revoca, l'inesistenza o l'irregolarità della autorizzazione all'esercizio dell'attività;
 - c. la non rispondenza del messaggio pubblicitario autorizzato alle attività cui esso si riferisce;
 - d. la mancata osservanza delle condizioni alle quali fu subordinata l'autorizzazione;
 - e. la mancata realizzazione dell'opera entro 60 giorni dal rilascio dell'autorizzazione;
 - f. il mancato ritiro dell'autorizzazione entro 60 giorni dal decorso del termine di 60 giorni previsto per il rilascio di essa;
 - g. la mancata esposizione del messaggio pubblicitario entro 90 giorni dal rilascio dell'autorizzazione.

Art. 10 - Obblighi del titolare dell'autorizzazione

1. Il titolare dell'autorizzazione ha l'obbligo di:
 - a. verificare periodicamente il buono stato di conservazione dei cartelli e degli altri mezzi pubblicitari e delle loro strutture di sostegno;
 - b. effettuare tutti gli interventi necessari al mantenimento delle condizioni di sicurezza;
 - c. adempiere nei tempi prescritti a tutte le disposizioni impartite del Comune, sia al momento del rilascio dell'autorizzazione, sia successivamente per intervenute e motivate esigenze;
 - d. provvedere alla rimozione in caso di scadenza, decadenza o revoca dell'autorizzazione o del venire meno delle condizioni di sicurezza previste all'atto dell'installazione o di motivazione richiesta dal Comune.
2. In ogni cartello o mezzo pubblicitario autorizzato deve essere applicata la targhetta prescritta dall'Art. 55 del DPR n. 495/1992. Per quanto riguarda le targhe professionali o similari, di dimensioni uguali o inferiori a 300 cmq, posizionate sui fabbricati in corrispondenza dell'ingresso, non viene richiesta l'apposizione della prescritta targhetta.
3. Il titolare dell'autorizzazione per la posa di segni orizzontali reclamistici sui piani stradali nonché di striscioni e stendardi, ha l'obbligo di provvedere alla rimozione degli stessi entro le quarantotto ore successive alla conclusione della manifestazione o dello spettacolo per il cui svolgimento sono stati autorizzati, ripristinando il preesistente stato dei luoghi e delle superfici stradali.

Art. 11 - Istruttoria e rilascio dell'autorizzazione

1. L'istruttoria delle pratiche é affidata al Settore V° Polizia Locale, con il supporto del Settore VI° Ambiente ed edilizia e del Settore VIII° Tributi e commercio per quanto di competenza. Il responsabile del procedimento istruisce la richiesta, acquisendo direttamente i pareri tecnici delle unità organizzative interne e/o esterne ed entro 60 giorni dalla presentazione concede o nega l'autorizzazione.
2. Il Comune provvede agli adempimenti prescritti dall'Art. 53, commi 9 e 10, del DPR 16 dicembre 1992, n. 495 e successive modificazioni.
3. Il termine rimane sospeso nel caso in cui l'Amministrazione Comunale inviti i richiedenti, a mezzo di comunicazione scritta, a produrre ulteriore documentazione o ad integrare quella depositata, che dovrà essere prodotta entro i tempi indicati. In caso di mancato ricevimento di quanto richiesto, la domanda presentata si intende respinta.
4. Lo stesso termine rimane sospeso quando, per le domande riguardanti opere da realizzarsi su edifici o aree all'interno della zona omogenea A (Centro storico) o di zone assoggettate a vincoli di tutela per le bellezze naturali, paesaggistiche o di interesse storico- artistico e culturale, sia necessario l'acquisizione di nullaosta tecnico dell'Ente proprietario della strada o di parere della Soprintendenza



ai Beni Ambientali ed Architettonici della Regione Lombardia; in tal caso viene data comunicazione scritta all'interessato.

Art. 12 - Interventi di sostituzione e modifica.

1. Qualora il soggetto titolare dell'autorizzazione, decorsi almeno tre mesi dal rilascio, fermo restando la durata della stessa, intenda variare il messaggio pubblicitario, deve farne domanda, allegando il bozzetto del nuovo messaggio.
2. L'autorizzazione deve essere rilasciata entro i successivi 15 giorni, decorsi i quali si intende assentita.

Art. 13 - Termine di validità dell'autorizzazione

1. L'autorizzazione all'installazione di cartelli, insegne d'esercizio e di altri mezzi pubblicitari a carattere permanente ha validità per un periodo di tre anni.

Art. 14 - Rinnovo dell'autorizzazione

1. L'autorizzazione all'installazione di cartelli ed altri impianti pubblicitari è rinnovabile per eguale periodo a condizione che la richiesta, da prodursi almeno novanta giorni prima della scadenza naturale, provenga dal medesimo soggetto intestatario dell'atto.
2. Nel caso in cui non siano apportate modifiche al mezzo pubblicitario la domanda di rinnovo deve essere corredata dalla sola autodichiarazione, redatta ai sensi del D.P.R. 445/00 e s.m.i., che attesti la persistenza degli elementi di cui all'art. 8, comma 10) lettera g) e l'assenza di modifiche alla situazione in essere.
3. Il rinnovo è subordinato al regolare assolvimento degli obblighi tributari (imposta pubblicità, TOSAP e canone di concessione).
4. L'amministrazione ha la facoltà di non rilasciare o rinnovare l'autorizzazione per sopravvenute motivazioni riguardanti la sicurezza, il decoro o i mutati orientamenti di ordine estetico strutturale nonché per il soddisfacimento di richieste pregresse presentate e non evase per esaurimento delle disponibilità di spazi.

Art. 15 - Concessioni.

1. Il Comune può concedere a soggetti privati la possibilità di collocare sul territorio comunale, su beni di proprietà comunale o dati in godimento dal Comune, o appartenenti al demanio o al patrimonio indisponibile comunale, appositi impianti pubblicitari, anche con valenza di pubblica utilità, nonché può concedere l'utilizzo di impianti pubblicitari di proprietà comunale, ovvero lo sfruttamento ai fini pubblicitari di spazi risultanti dal presente Piano.
2. La concessione viene rilasciata mediante lo svolgimento di apposita procedura ad evidenza pubblica o in altro modo consentito dalla legge.
3. Se si intende procedere all'assegnazione per lotti, la loro composizione viene stabilita in base a criteri di funzionalità ed economicità.
4. Per evitare possibilità di concentrazioni delle concessioni, non è consentito che il medesimo soggetto superi il limite di due assegnazioni.
5. La concessione comporta oltre al pagamento del canone di concessione o di affitto, anche la corresponsione dell'imposta sulla pubblicità.
6. La concessione è disciplinata da una apposita convenzione, nella quale dovranno essere precisati il numero e l'ubicazione degli impianti da installare, la durata della concessione ed il relativo canone annuo dovuto al Comune, nonché tutte le altre condizioni necessarie per un corretto rapporto, come le spese, le modalità e i tempi di installazione, la manutenzione, le responsabilità per eventuali danni, il rinnovo o la revoca della concessione, la cauzione e simili.



TITOLO II - DISCIPLINA DELL'IMPOSTA SULLA PUBBLICITA' DEL SERVIZIO E DEL DIRITTO SULLE PUBBLICHE AFFISSIONI

CAPO I - DISCIPLINA GENERALE

Art. 16 - Gestione del servizio

1. La gestione del servizio, in relazione alla sua dimensione organizzativa ed alla rilevanza economica - imprenditoriale, è effettuata dal Comune in forma diretta o in concessione ai soggetti iscritti all'Albo istituito presso il Ministero delle Finanze.
2. La scelta della forma per la gestione del servizio è di competenza del Consiglio comunale che, quando lo ritenga più conveniente sotto il profilo economico e funzionale, può affidare il servizio ad azienda speciale comunale o consortile di cui agli artt. 23 e 25 della legge 8 giugno 1990, n. 142, ovvero in concessione a soggetti terzi, abilitati ad effettuare le attività, come previsto dall'Art. 53 del D. Lgs 446/97 iscritti all'Albo istituito presso il Ministero delle Finanze perché in possesso dei requisiti finanziari, di onorabilità e tecnici previsti dal DM 289 del 11 settembre 2000. In tal caso tutti gli obblighi derivanti all'Amministrazione Comunale dal presente Regolamento dovranno intendersi in capo ai soggetti indicati.

Art. 17 - Funzionario Responsabile

1. La Giunta Comunale, con apposito provvedimento, nomina un funzionario Comunale responsabile della gestione diretta del servizio, al quale sono attribuiti le funzioni ed i poteri per l'esercizio di ogni attività organizzativa e gestionale dell'imposta sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni. Il predetto funzionario sottoscrive anche le richieste, gli avvisi, i provvedimenti relativi e dispone i rimborsi.
2. Il funzionario è individuato nella figura del responsabile del settore Tributi. Il Comune provvede a comunicare al Ministero delle Finanze - Direzione Centrale per la Fiscalità Locale - entro 60 giorni dal provvedimento di designazione o sostituzione, il nominativo del Funzionario Responsabile.
3. Nel caso di gestione in concessione, le attribuzioni di cui sopra spettano al concessionario.

Art. 18 - Quantità impianti affissioni

1. In conformità a quando dispone il 3° comma dell'art. 18 del D. Lgs. 15.11.1993, n. 507, tenuto conto che la popolazione del Comune all'ultimo censimento, è costituita da un numero di abitanti pari a 12.635 e che pertanto la superficie degli impianti da adibire alle pubbliche affissioni non deve essere inferiore a mq. 12, per ogni mille abitanti, la superficie degli stessi è stabilita in complessivi mq. 398, pari a mq. 31,5 ogni mille abitanti. Il Totale della superficie attuale risulta essere 320,6 mq, così suddivisa:

a. Affissioni istituzionali/sociali	mq 91,00
b. Affissioni commerciali	mq 201,60
c. Affissioni necrologi	mq 28,00

Art. 19 - Applicazione dell'imposta e del diritto

1. In conformità alle disposizioni del Capo I del D. Lgs. 15 novembre 1993, n. 507 e del presente Regolamento, la pubblicità ordinaria è soggetta ad un'imposta e le pubbliche affissioni ad un diritto dovuti al Comune nel cui territorio sono effettuate.

Art. 20 - Classificazione del Comune

1. Ai fini dell'applicazione dell'imposta e del diritto di cui al presente Regolamento, ai sensi dell'art. 2 del D. Lgs. 507/93 e in base ai dati sulla popolazione dell'istituto nazionale di statistica, il comune di Carugate appartiene alla IV classe.



2. La presa d'atto della classificazione del comune dovuta a variazione della popolazione residente sarà effettuata con deliberazione con la quale dovranno anche essere modificate conseguentemente le tariffe nei termini previsti anche dall'Art. 3 comma 5 del D. Lgs 507/93.

Art. 21 - Categoria delle località.

1. Agli effetti dell'applicazione dell'imposta sulla pubblicità e dei diritti sulle pubbliche affissioni, limitatamente alle affissioni di carattere commerciale, il territorio comunale è diviso in due categorie: normale e speciale.
2. Le vie che rientrano nella categoria speciale sono quelle approvate con Delibera Consiglio Comunale n. 84 del 21.12.2004 .
3. La superficie complessiva delle località di territorio comunale comprese nella categoria speciale non supera il trentacinque per cento (35%) di quella del "centro abitato".

Art. 22 - Deliberazione delle tariffe.

1. Le tariffe dell'imposta sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni sono deliberate dalla Giunta Comunale entro il termine e con la decorrenza previsti dalle leggi vigenti; qualora non vengano modificate entro il termine predetto, s'intendono prorogate di anno in anno.

Art. 23 - Tariffe e maggiorazioni

1. Le tariffe dell'imposta e del diritto sono deliberate nell'ambito degli importi massimi previsti dalla normativa vigente.
2. Nella categoria speciale è applicata una maggiorazione della tariffa normale dell'imposta e del diritto del 50 % (cinquanta per cento) della tariffa base .
3. Qualora la pubblicità ordinaria (di cui all'articolo 12 D. Lgs 507/93) e la pubblicità effettuata con i veicoli (di cui all'art. 13 del D. Lgs. 507/93) vengano effettuate in forma luminosa o illuminata la relativa tariffa di imposta è maggiorata del 100% (cento per cento).
4. Le maggiorazioni di imposta a qualunque titolo previste sono cumulabili e devono essere applicate alla tariffa base; le riduzioni non sono cumulabili.

CAPO II – DISCIPLINA DELL'IMPOSTA DI PUBBLICITA'

Art. 24 - Presupposto dell'imposta

1. E' soggetta all'imposta comunale sulla pubblicità la diffusione di qualsiasi messaggio pubblicitario, effettuata con qualsiasi forma di comunicazione visiva o acustica diversa da quelle assoggettate al diritto sulle pubbliche affissioni in luoghi pubblici o aperti al pubblico o che sia percepibile in tali luoghi.
2. Si considerano luoghi aperti al pubblico quelli a cui si può accedere senza necessità di particolari autorizzazioni anche se solo in momenti determinati e con l'osservanza delle condizioni e limitazioni imposte da colui che esercita un diritto sul luogo stesso.
3. Si considerano rilevanti ai fini dell'imposizione:
 - a. i messaggi diffusi nell'esercizio di un'attività economica allo scopo di promuovere la domanda e la diffusione di beni e servizi di qualsiasi natura;
 - b. i messaggi finalizzati a migliorare l'immagine del soggetto pubblicizzato;
 - c. i mezzi e le forme atte ad indicare il luogo nel quale viene esercitata un'attività.

Art. 25 - Soggetto passivo

1. Il soggetto passivo tenuto al pagamento dell'imposta comunale sulla pubblicità, in via principale, è colui che dispone, a qualsiasi titolo, del mezzo attraverso il quale il messaggio pubblicitario è diffuso.
2. E' solidamente obbligato al pagamento dell'imposta colui che produce o vende i beni o fornisce i servizi oggetto della pubblicità.



3. Il titolare del mezzo pubblicitario di cui al precedente comma 1, è pertanto tenuto all'obbligo della dichiarazione iniziale della pubblicità, delle variazioni della stessa ed al connesso pagamento dell'imposta. Allo stesso è notificato l'eventuale avviso di accertamento e di rettifica e nei suoi confronti sono effettuate le azioni per la riscossione coattiva dell'imposta, accessori e spese.
4. Nel caso in cui non sia possibile individuare il titolo del mezzo pubblicitario, installato senza autorizzazione, ovvero il procedimento di riscossione nei suoi confronti abbia esito negativo, l'ufficio comunale notifica avviso di accertamento, di rettifica od invito al pagamento al soggetto indicato al 2° comma del presente articolo, sperando nei suoi confronti le azioni per il recupero del credito d'imposta, accessori e spese.
5. Per i soggetti di cui all'art. 20 del d. Lgs. 507/93 l'imposta sulla pubblicità non è applicabile.

Art. 26 - Modalità di applicazione dell'imposta

1. L'imposta sulla pubblicità è determinata in base alla superficie della minima figura piana geometrica nella quale è circoscritto il mezzo pubblicitario, indipendentemente dal numero di messaggi nello stesso contenuti.
2. L'imposta per i mezzi polifacciali è calcolata in base alla superficie complessiva adibita alla pubblicità.
3. Le iscrizioni pubblicitarie, espresse anche in forma simbolica, non collocate su struttura propria, sono assoggettate all'imposta per la superficie corrispondente all'ideale della figura piana minima in cui sono comprese.
4. Per i mezzi pubblicitari aventi dimensioni volumetriche l'imposta è calcolata in base alla superficie complessiva risultante dallo sviluppo del minimo solido geometrico in cui può essere circoscritto il mezzo stesso.
5. Le superfici inferiori ad un metro quadrato sono arrotondate, per eccesso, al metro quadrato e le frazioni di esso, oltre il primo, a mezzo metro quadrato.
6. L'imposta non si applica per superfici inferiori a trecento centimetri quadrati.
7. Agli effetti del calcolo della superficie imponibile i festoni di bandierine, i mezzi di identico contenuto pubblicitario e quelli riferibili al medesimo soggetto passivo, purché collocati in connessione fra loro, senza soluzione di continuità e funzionalmente finalizzati a diffondere nel loro insieme lo stesso messaggio o ad accrescerne l'efficacia, sono considerati come unico mezzo pubblicitario.
8. La pubblicità ordinaria effettuata mediante locandine da collocare a cura dell'utenza sulle vetrine e porte di ingresso od all'interno di locali pubblici od aperti al pubblico, è autorizzata dall'ufficio comunale, previo pagamento dell'imposta, mediante apposizione di timbro che evidenzia la data di scadenza dell'esposizione e la categoria di appartenenza dei luoghi ove è consentita l'apposizione. Quando il collocamento diretto di locandine ha carattere ricorrente il committente deve presentare, con la prescritta dichiarazione, l'elenco completo dei locali nei quali detti mezzi pubblicitari vengono collocati. Quando tale esposizione ha carattere occasionale si prescinde dall'obbligo di presentare l'elenco dei locali.
9. L'imposta sulla pubblicità relativa alle affissioni dirette sugli impianti alle stesse destinati, è commisurata alla superficie complessiva di ciascun impianto, calcolata con l'arrotondamento di cui al comma 5, applicato per ogni impianto.
10. Le maggiorazioni d'imposta e qualunque titolo sono sempre applicate alla tariffa base e sono cumulabili. Le riduzioni d'imposta non sono cumulabili.
11. L'imposta per le fattispecie pubblicitarie previste all'art. 12, commi 1 e 3, art. 13, art. 14 commi 1 e 3, del D. Lgs. 15 novembre 1993, n. 507 è dovuta per l'anno solare di riferimento a cui corrisponde un'autonoma obbligazione tributaria; per le altre fattispecie il periodo d'imposta è quello specificata nelle relative disposizioni.

Art. 27 - Dichiarazione

1. Ottenuta l'autorizzazione prevista dall'art. 8 del presente Regolamento, il soggetto passivo dell'imposta, prima di iniziare la pubblicità, è tenuto a presentare al comune apposita dichiarazione, anche cumulativa nella quale devono essere indicate le caratteristiche, la durata della pubblicità, l'ubicazione dei mezzi pubblicitari utilizzati (il relativo modello di dichiarazione deve essere predisposto dal Comune e messo a disposizione degli interessati).



2. La dichiarazione deve essere presentata anche nel caso di variazioni della pubblicità che comportino la modificazione della superficie esposta o del tipo di pubblicità effettuata con conseguente nuova imposizione. E' fatto obbligo al Comune di procedere al conguaglio fra l'importo dovuto in seguito alla nuova dichiarazione e quello pagato per lo stesso periodo.
3. La dichiarazione della pubblicità annuale ha effetto anche per gli anni successivi, tranne il caso in cui si verificano modificazioni degli elementi dichiarati, con conseguente diverso ammontare dell'imposta dovuta; tale pubblicità si intende prorogata con il pagamento della relativa imposta effettuato entro il 31 gennaio dell'anno di riferimento, sempre che non venga presentata denuncia di cessazione entro il medesimo termine.
4. Qualora venga omessa la presentazione della dichiarazione, la pubblicità di cui agli artt. 12, 13 e 14 commi 1, 2 e 3 del D. Lgs. 507/93 (pubblicità ordinaria, pubblicità effettuata con veicoli, pubblicità effettuata con pannelli luminosi e proiezioni) si presume effettuata in ogni caso con decorrenza dal 1° gennaio dell'anno in cui è stata accertata; per le altre fattispecie la presunzione opera dal primo giorno del mese in cui è stato effettuato l'accertamento.

Art. 28 - Pagamento dell'imposta e del diritto

1. Il pagamento dell'imposta sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni aventi carattere commerciale, deve essere effettuato mediante versamento a mezzo di conto corrente postale intestato Comune ovvero direttamente presso la Tesoreria Comunale con 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 dell'imposta sulla pubblicità è allegata alla predetta dichiarazione. Per il pagamento è utilizzato un modello conforme a quello autorizzato con decreto ministeriale.
2. L'imposta per la pubblicità relativa a periodi inferiori all'anno solare deve essere corrisposta in unica soluzione prima dell'effettuazione, al momento della dichiarazione.
3. L'imposta per la pubblicità annuale deve essere corrisposta in unica soluzione entro il 31 gennaio di ogni anno. Qualora, per espressa previsione legislativa, il termine ordinario previsto per deliberare le tariffe e le aliquote d'imposta per i tributi locali venga posticipato ad epoca successiva al termine di cui al periodo precedente, nell'eventualità che il Comune modifichi le tariffe, i contribuenti hanno tempo fino al 30 aprile per effettuare il conguaglio dell'imposta senza l'aggiunta di interessi e sanzioni. Qualora l'imposta annuale sia superiore a € 1.549,37 il pagamento può essere effettuato in rate trimestrali anticipate.
4. Qualora la pubblicità sia effettuata su impianti installati su beni appartenenti o dati in godimento al comune, l'applicazione dell'imposta sulla pubblicità non esclude il pagamento, quando dovuto, della tassa per l'occupazione di spazi ed aree pubbliche, nonché di canoni di locazione o di concessione.

Art. 29 - Rettifica ed accertamento d'ufficio

1. Entro due anni dalla data prevista di presentazione della dichiarazione, il Comune procede a rettifica o ad accertamento d'ufficio mediante apposito avviso motivato in relazione ai presupposti di fatto ed alle ragioni giuridiche che lo hanno determinato e notificato al contribuente anche a mezzo di raccomandata postale con avviso di ricevimento. Qualora la motivazione faccia riferimento ad altro atto non conosciuto né ricevuto dal contribuente, questo deve essere allegato all'atto che lo richiama, salvo che quest'ultimo non ne riproduca il contenuto essenziale.
2. Nell'avviso devono essere indicati il soggetto passivo, le caratteristiche e l'ubicazione del mezzo pubblicitario, l'ammontare dell'imposta o della maggiore imposta accertata, delle soprattasse dovute e dei relativi interessi ed il termine di sessanta giorni entro cui effettuare il pagamento.
3. Nell'avviso deve essere inoltre precisato il termine entro il quale può essere proposto il ricorso, la commissione tributaria competente e la forma da osservare, in conformità agli artt. 18, 19, 20 e 21 del D. Lgs. 31 dicembre 1992, n. 546.
4. Gli avvisi di accertamento e rettifica sono sottoscritti dal funzionario comunale responsabile dell'imposta. Nel caso di gestione del servizio in concessione, gli avvisi sono sottoscritti da un rappresentante del concessionario.
5. Il contenzioso è disciplinato dal D. Lgs n. 546 del 31/12/1992 e successive modificazioni.



Art. 30 - Rimborsi

1. Entro il termine di due anni decorrente dal giorno nel quale è stato effettuato il pagamento dell'imposta sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni ovvero da quello in cui è stato definitivamente accertato il diritto al rimborso, il contribuente può chiedere la restituzione di somme versate e non dovute mediante apposita istanza in carta libera. Il Comune provvede al rimborso nel termine di 90 giorni dalla richiesta.

Art. 31 - Pubblicità effettuata su impianti installati su beni comunali

1. Per la pubblicità esterna mediante installazione di impianti e mezzi pubblicitari di qualsiasi natura e dei relativi sostegni su pertinenze stradali, aree, edifici, impianti, opere pubbliche ed altri beni demaniali e territoriali comunali o in uso, a qualsiasi titolo al Comune, l'applicazione dell'imposta sulla pubblicità non esclude quella della tassa per l'occupazione di spazi e aree pubbliche, nonché il pagamento al Comune stesso dei canoni di concessione o locazione, nella misura da stabilirsi dalla Giunta Comunale, secondo quanto previsto dal 7° comma dell'Art. 9 del D. Lgs. 15.11.1993, n. 507.

CAPO III - IL SERVIZIO DELLE PUBBLICHE AFFISSIONI

Art. 32 - Finalità

1. Il Comune a mezzo del servizio delle pubbliche affissioni assicura l'affissione negli appositi impianti a ciò destinati, di manifesti costituiti da qualunque materiale idoneo, contenenti comunicazioni aventi finalità istituzionali, sociali o comunque prive di rilevanza economica e, nella misura prevista dall'art. 18 del presente Regolamento, di messaggi diffusi nell'esercizio di attività commerciali.
2. I manifesti aventi finalità istituzionali, sociali o comunque privi di finalità economiche sono quelli pubblicati dal Comune e, di norma, quelli per i quali l'affissione è richiesta dai soggetti e per le finalità di cui agli artt. 20 e 21 del D. Lgs. 507/93, richiamati agli artt. 36 e 37 del presente Regolamento.
3. La collocazione degli impianti destinati alle affissioni di cui al presente comma deve essere particolarmente idonea per assicurare ai cittadini la coscienza di tutte le informazioni relative all'attività del Comune, per realizzare la loro partecipazione consapevole all'amministrazione dell'Ente e provvedere tempestivamente all'esercizio dei suoi diritti.
4. I manifesti che diffondono messaggi relativi all'esercizio di un'attività economica sono quelli che hanno per scopo di promuovere la domanda di beni o servizi o che risultino finalizzati a migliorare l'immagine del soggetto pubblicizzato.
5. I manifesti di natura commerciale la cui affissione viene richiesta direttamente al Comune sono dallo stesso collocati negli spazi di cui all'art. 18, del presente Regolamento, nei limiti della capienza degli stessi.
6. I manifesti di natura commerciale da affiggere negli spazi da attribuire a soggetti privati per l'effettuazione delle affissioni dirette sono classificati ai fini tributari, come pubblicità ordinaria, in conformità a quanto dispone il 3° comma dell'art. 12 del D. Lgs. n. 507/93, con applicazione dell'imposta in base alla superficie di ciascun impianto, nella misura e con le modalità di cui al precedente art. 28.
7. Verificandosi perduranti eccedenze di manifesti da affiggere in una classe degli impianti e, contemporaneamente, disponibilità ricorrente di spazi non utilizzati nelle altre classi, la Giunta, su proposta del Funzionario Responsabile, può disporre la temporanea deroga, per non più di tre mesi, dai limiti stabiliti per ciascuna classe dell'art. 18 del presente Regolamento. Qualora nel prosieguo del tempo siano confermate le eccedenze e disponibilità che hanno motivato la deroga, il Funzionario Responsabile propone la definitiva modifica della ripartizione degli spazi.



Art. 33 - Affissioni, prenotazioni, registro cronologico

1. L'affissione s'intende prenotata dal momento in cui perviene all'Ufficio Comunale o al concessionario preposto al servizio, la commissione, accompagnata dall'attestazione dell'avvenuto pagamento del diritto oppure nel momento in cui avviene il pagamento in modo diretto.
2. Le commissioni sono iscritte nell'apposito registro, contenute tutte le notizie alle stesse relative, tenuto in ordine cronologico di prenotazione e costantemente aggiornato.
3. Il registro cronologico è tenuto presso l'ufficio Affissioni e deve essere esibito a chiunque ne faccia richiesta.

Art. 34 - Criteri e modalità per l'espletamento del servizio

1. I manifesti devono essere fatti pervenire all'Ufficio Comunale o al concessionario, nell'orario di apertura, a cura del committente, almeno due giorni prima di quello del quale l'affissione deve avere inizio.
2. I manifesti devono essere accompagnati da una distinta nella quale è indicato l'oggetto del messaggio pubblicitario e:
 - a. per quelli costituiti da un solo foglio, la quantità ed il formato;
 - b. per quelli costituiti da più fogli, la quantità dei manifesti, il numero dei fogli dai quali ciascuno è costituito e lo schema di composizione del manifesto.
3. Le affissioni devono essere effettuate secondo l'ordine di precedenza relativo al ricevimento della commissione, risultante dal registro cronologico di cui al precedente Art. 33.
4. La durata dell'affissione decorre dal giorno in cui essa è stata effettuata al completo. Nello stesso giorno, su richiesta del committente, l'Ufficio Comunale mette a sua disposizione l'elenco delle posizioni utilizzati, con l'indicazione dei quantitativi affissi.
5. Su ogni manifesto affisso viene impresso il timbro dell'Ufficio Comunale o del concessionario, con la data di scadenza prestabilita.
6. Il ritardo nell'effettuazione delle affissioni causato da avverse condizioni atmosferiche, è considerato causa di forza maggiore. In ogni caso, quando il ritardo è superiore a 10 giorni dalla data che era stata richiesta, l'Ufficio Comunale provvede a darne tempestivamente comunicazione per scritto al committente.
7. La mancanza di spazi disponibile deve essere comunicata al committente, per iscritto, entro 10 giorni dalla richiesta di affissione, con l'indicazione del periodo nel quale si ritiene che l'affissione possa essere effettuata.
8. Nei casi di cui ai commi 6 e 7 il committente può annullare la commissione con avviso da inviarsi all'Ufficio Comunale o al concessionario del servizio entro 10 giorni dal ricevimento delle comunicazioni negli stessi previste. L'annullamento della commissione non comporta oneri a carico del committente al quale l'Ufficio Comunale provvede a rimborsare integralmente la somma versata entro 90 giorni dal ricevimento dell'avviso di annullamento. I manifesti restano a disposizione del committente presso l'Ufficio per 30 giorni e, per disposizione di questo, possono essere allo stesso restituiti od inviati ad altra destinazione dallo stesso indicata, con il recupero delle sole spese postali, il cui importo viene detratto dal rimborso del diritto.
9. Nel caso in cui la disponibilità degli impianti non consenta l'affissione del numero di manifesti pervenuti o per un periodo inferiore a quello richiesto, l'Ufficio Comunale o il concessionario del servizio provvede ad avvertire il committente per scritto. Se entro 5 giorni dalla comunicazione la commissione non viene annullata, l'Ufficio Comunale o il concessionario del servizio provvede all'affissione nei termini e per le quantità rese note all'utente e dispone entro 30 giorni il rimborso al committente dei diritti eccedenti. I manifesti non affissi restano a disposizione dell'utente presso l'Ufficio per 30 giorni, scaduti i quali saranno inviati al macero, salvo che ne venga richiesta la restituzione o l'invio ad altra destinazione, con il recupero delle sole spese, il cui importo viene detratto dai diritti eccedenti. In tutti i casi in cui compete al committente il rimborso totale o parziale del diritto sulle affissioni, lo stesso, con apposita comunicazione scritta, può autorizzare l'ufficio Comunale o il Concessionario ad effettuare il conguaglio fra l'importo dovuto per affissioni successivamente richieste e quello di cui spetta il rimborso.



10. Il committente ha la facoltà di annullare la richiesta di affissione prima che venga eseguita, con l'obbligo di corrispondere in ogni caso la metà del diritto dovuto.
11. Il Comune ha l'obbligo di sostituire gratuitamente i manifesti strappati o comunque deteriorati e qualora non disponga di altri esemplari dei manifesti da sostituire, deve darne immediata comunicazione al richiedente mantenendo, nel frattempo, a sua disposizione, i relativi spazi.
12. I manifesti pervenuti per l'affissione senza la relativa commissione formale e l'attestazione dell'avvenuto pagamento del diritto, se non ritirati dal committente entro 30 giorni da quando sono pervenuti, saranno inviati al macero senz'altro avviso.
13. Per le affissioni richieste per il giorno in cui è stato consegnato il materiale da affiggere od entro i 2 giorni successivi, se trattasi di affissioni di contenuto commerciale, ovvero per le ore notturne dalle ore 20 alle ore 7 o nei giorni festivi, è dovuta la maggiorazione nella misura prevista dall'art. 22, comma 9 del D. Lgs. 507/93.
14. Nell'Ufficio Comunale devono essere costantemente esposti, per la pubblica consultazione di chiunque ne faccia richiesta:
 - a. le tariffe del servizio;
 - b. l'elenco degli spazi destinati alle pubbliche affissioni con l'indicazione delle categorie alle quali detti spazi appartengono;
 - c. il registro cronologico delle commissioni.
15. Le disposizioni previste dal D. Lgs. 507/93 e dal presente Regolamento per l'imposta sulla pubblicità si applicano, per quanto compatibile e non previsto in questo capo, anche al diritto sulle pubbliche affissioni.
16. Per l'effettuazione dell'affissione per i soggetti indicati all'art. 20 del D. Lgs 507/93 su spazi riservati all'affissione diretta in esenzione deve essere presentata richiesta su modulo specifico all'ufficio competente almeno cinque giorni prima della data di decorrenza dell'affissione.
17. L'intervallo di tempo fra la data della richiesta e quella successiva di decorrenza dell'affissione non può superare i sessanta giorni.
18. La durata massima per ogni singola richiesta di affissione in esenzione sugli spazi riservati è di giorni quindici; il numero massimo di spazi di affissione per ogni singola richiesta è di 50 fogli della misura 70x100.
19. I soggetti di cui all'art. 20 del sopra citato Decreto Legislativo possono presentare domanda per la successiva affissione diretta in esenzione solamente dieci giorni dopo la fine della precedente.
20. L'assegnazione degli spazi sarà effettuata in base all'ordine cronologico di presentazione della domanda.
21. Il servizio delle pubbliche affissioni non fornisce personale per l'affissione che deve essere eseguita dal soggetto richiedente, il quale, al termine del periodo di affissione, dovrà provvedere alla rimozione dei manifesti esposti.
22. Il materiale da affiggere dovrà essere consegnato almeno cinque giorni prima della data prevista per l'affissione al servizio affissioni il quale provvederà a riconsegnare lo stesso materiale, almeno un giorno prima, timbrato con la data di scadenza unitamente all'elenco delle posizioni dove effettuare l'affissione.



CAPO IV - DIRITTO SULLE PUBBLICHE AFFISSIONI TARIFFE

Art. 35 - Tariffa - applicazione e misura

1. Per l'effettuazione delle pubbliche affissioni è dovuto in solido, da chi richiede il servizio e da colui nell'interesse del quale il servizio stesso è richiesto, un diritto, comprensivo dell'imposta sulla pubblicità, a favore del Comune che provvede alla loro esecuzione.
2. Le disposizioni previste per l'imposta sulla pubblicità si applicano per quanto compatibili, anche al diritto sulle pubbliche affissioni.
3. La misura del diritto sulle pubbliche affissioni, per ciascun foglio di dimensioni fino a cm 70x100 e distinto in base al periodo di permanenza in affissione, è indicata nella relativa delibera tariffaria. La misura è deliberata dalla Giunta Municipale entro il termine e con la decorrenza previsti dalle leggi. In caso di mancata adozione della deliberazione le tariffe si intendono prorogate di anno in anno.
4. Per le commissioni inferiori ai 50 fogli il diritto di cui al precedente comma è maggiorato del 50%.
5. Per i manifesti costituiti da 8 fino a 12 fogli il diritto è maggiorato del 50%; per quelli costituiti da più di 12 fogli è maggiorato del 100%.
6. Le maggiorazioni del diritto, a qualunque titolo previsto, sono cumulabili tra loro e si applicano sulla tariffa base.
7. Le eventuali aggiunte ai manifesti già affissi sono soggette al pagamento del diritto corrispondente alla tariffa prevista per i primi 10 giorni.
8. Il pagamento del diritto sulle pubbliche affissioni deve essere effettuato contestualmente alla richiesta del servizio secondo le modalità di cui all'art. 28.

Art. 36 - Riduzione del Diritto

1. La tariffa del diritto per il servizio delle pubbliche affissioni è ridotta alla metà:
 - a. per i manifesti riguardanti in via esclusiva lo Stato e gli Enti pubblici territoriali e che non rientrano nei casi per i quali è prevista l'esenzione del successivo Art. 37;
 - b. per i manifesti di comitati, associazioni, fondazioni e di ogni altro ente che non abbia scopo di lucro;
 - c. per i manifesti relativi all'attività politiche, sindacali e di categoria, culturali, sportive, filantropiche e religiose, da chiunque realizzate, con il patrocinio e la partecipazione degli Enti pubblici territoriali;
 - d. per i manifesti relativi ai festeggiamenti patriottici, religiosi, spettacoli viaggianti e di beneficenza;
 - e. per gli annunci mortuari.
2. La riduzione della tariffa si applica anche ai manifesti riguardanti manifestazioni ed iniziative di carattere culturale, sportivo e sociale, organizzato dal Comune con la collaborazione di Associazioni, Comitati, Fondazioni, e ogni altro Ente che non abbia scopo di lucro.
3. I manifesti e le locandine di cui alle lettere a), b), c) e d) non potranno godere della riduzione del diritto qualora contengano sponsorizzazioni commerciali o vengano affissi abusivamente.
4. Le riduzioni non sono cumulabili.

Art. 37 - Esenzioni dal Diritto

1. Sono esenti dal diritto sulle pubbliche affissioni:
 - a. i manifesti riguardanti le attività e funzioni istituzionali del Comune, da esso svolte in via esclusiva, esposti nell'ambito del proprio territorio;
 - b. i manifesti delle autorità militari relative alle iscrizioni nelle liste di leva, alla chiamata e ai richiami alle armi.
 - c. i manifesti dello Stato, delle Regioni e delle province in materia di tributi;
 - d. i manifesti dell'autorità di polizia in materia di pubblica sicurezza;
 - e. i manifesti relativi ad adempimenti di Legge in materia di referendum, elezioni politiche, per il Parlamento Europeo, regionali e amministrative;
 - f. ogni altro manifesto la cui affissione sia obbligatoria per Legge;
 - g. i manifesti concernenti corsi scolastici e professionali gratuiti regolarmente autorizzati



2. Per i manifesti di cui alla lettera a) si fa riferimento alle attività e funzioni proprie che il Comune esercita secondo le Leggi statali e regionali, le norme statutarie, le disposizioni regolamentari e quelle che hanno per finalità la cura degli interessi e la promozione dello sviluppo della comunità, ai sensi del D. Lgs. 267/2000.
3. Per i manifesti di cui alla lettera f) il soggetto che richiede l'affissione gratuita è tenuto a precisare, in tale richiesta, la disposizione di Legge per effetto della quale l'affissione sia obbligatoria.
4. Per L'affissione gratuita dei manifesti di cui alla lettera g) il soggetto richiedente deve allegare alla richiesta copia dei documenti dai quali risulta che i corsi sono gratuiti e regolarmente autorizzati dall'autorità competente.

CAPO V - IMPOSTA SULLA PUBBLICITÀ - TARIFFE

Art. 38 - Tariffe

1. Le tariffe dell'imposta sulla pubblicità sono deliberate dalla Giunta Comunale nelle misure stabilite dal D. Lgs. 15 novembre 1993, n. 507 e secondo quanto disposto dal presente Regolamento, per l'attuazione del predetto decreto, in particolare:
 - a. con l'art. 5 per la tipologia dei mezzi pubblicitari;
 - b. con l'art. 20 per la classe demografica alla quale appartiene il Comune;
 - c. con le norme di cui al presente capo.
2. Le tariffe dell'imposta sulla pubblicità sono riportate nell'apposita delibera tariffaria (art. 3 comma 5 D. Lgs. 507/93)

Art. 39 - Pubblicità ordinaria

1. Per la pubblicità effettuata mediante insegne, cartelli, locandine, targhe, stendardi o qualsiasi altro mezzo non previsto dai successivi articoli, la tariffa dell'imposta per ogni metro quadrato di superficie e per anno solare è stabilita e prevista con apposita delibera tariffaria.
2. Per le forme pubblicitarie di cui al comma 1 abbiano durata non superiore a tre mesi si applica per ogni mese o frazione una tariffa pari ad un decimo di quella prevista dalla delibera tariffaria di cui al precedente comma.
3. Per la pubblicità effettuata mediante affissioni dirette, anche per conto altrui, di manifesti e simili sulle apposite strutture riservate all'esposizione diretta di tali mezzi, si applica l'imposta in base alla superficie degli impianti, nella misura e con modalità previste ai precedenti commi.
4. Per la pubblicità di cui ai commi precedenti che ha superficie:
 - a. compresa fra mq. 5,5 e mq 8,5, la tariffa dell'imposta è maggiorata del cinquanta per cento (50%);
 - b. superiore a mq. 8,5, la tariffa dell'imposta è maggiorata del cento per cento (100%).
5. Qualora la pubblicità di cui al presente articolo sia effettuata in forma luminosa od illuminata, la tariffa dell'imposta è maggiorata del cento per cento (100%).
6. Le maggiorazioni d'imposta si applicano con le modalità previste dall'art. 26 - comma 10.

Art. 40 - Pubblicità effettuata con veicoli

1. La pubblicità visiva effettuata per conto proprio o altrui mediante la sosta di motrici o rimorchi riportanti pannelli pubblicitari (cosiddette Vele) all'interno del centro storico è vietata.
2. Nelle altre zone sono ammessi in sosta contemporanea al massimo 2 mezzi.
3. L'apposizione sui veicoli di cui sopra di pubblicità luminosa o illuminata non è consentita,
4. Per la pubblicità visiva effettuata per conto proprio o altrui all'interno o all'esterno di veicoli in genere, di vetture, autofilotranviarie, 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 dall'articolo precedente comma 1; per la pubblicità



effettuata all'esterno dei veicoli suddetti sono dovute le maggiorazioni di cui all'articolo precedente comma 4.

5. Per i veicoli adibiti ad uso pubblico l'imposta è dovuta al comune che ha rilasciato la licenza di esercizio. Per i veicoli adibiti a servizio di linea interurbana l'imposta è dovuta per metà a ciascuno dei comuni in cui ha inizio e fine la corsa.
6. Per la pubblicità effettuata per conto proprio su veicoli di proprietà dell'impresa o adibiti a trasporti per suo conto, l'imposta è dovuta per anno solare al comune ove ha sede l'impresa stessa o qualsiasi altra sua dipendenza, ovvero al comune ove sono domiciliati i suoi agenti o mandatari che alla data del primo gennaio di ciascun anno, o a quella successiva di immatricolazione hanno in dotazione detti veicoli, secondo le tariffe diverse a seconda della portata dell'autoveicolo. Per i veicoli circolanti con rimorchio la tariffa di cui al presente comma è raddoppiata.
7. Non è dovuta l'imposta secondo quanto stabilito ai commi 4 e 4 bis dell'art. 13 D. Lgs. 507/93; è fatto obbligo di conservare l'attestazione di avvenuto pagamento così come stabilito al comma 5 dell'art. 13 D. Lgs. 507/93.

Art. 41 - Pubblicità con pannelli luminosi

1. L'imposta per la pubblicità effettuata per conto altrui con pannelli luminosi e altri mezzi compresi nelle tipologie previste dal Regolamento si applica, indipendentemente dal numero dei messaggi, in base ad apposita delibera tariffaria, per anno solare e per metro quadrato di superficie determinata con le modalità di cui all'art. 26 del presente Regolamento.
2. Per la pubblicità che ha durata non superiore a tre mesi si applica per ogni mese o frazione una tariffa pari ad un decimo di quella annua.
3. L'imposta per la pubblicità di cui ai precedenti commi, effettuata per conto proprio dell'impresa, si applica in misura pari alla metà delle tariffe sopra previste

Art. 42 - Pubblicità con proiezioni

1. L'imposta per la pubblicità con proiezioni ed altri mezzi compresi nelle tipologie previste dall'art. 5, lettera C del Regolamento, effettuata in luoghi pubblici od aperti al pubblico, si applica secondo la tariffa stabilita, per la classe del Comune, in base ad apposita delibera tariffaria, per ogni giorno, indipendentemente dal numero dei messaggi e dalla superficie adibita alla proiezione.
2. Quando la pubblicità suddetta ha durata superiore a 30 giorni si applica, dopo tale periodo, una tariffa giornaliera pari alla metà di quella di cui al precedente comma.

Art. 43 - Pubblicità varia

1. Per la pubblicità effettuata con striscioni od altri mezzi simili che attraversano strade o piazze, la tariffa dell'imposta, per ciascun metro quadrato e per ogni periodo di esposizione di 15 giorni o frazione, è indicata nella relativa delibera tariffaria.
2. Per la pubblicità effettuata da aeromobili, mediante scritte, striscioni, disegni fumogeni, lancio di oggetti o manifestini, ivi compresa quella su specchi d'acqua e fasce marittime limitrofe al territorio comunale si applica la tariffa per ogni giorno o frazione e per ciascun aeromobile, indipendentemente dai soggetti pubblicizzati, nella misura stabilita da apposita delibera tariffaria;
3. Per la pubblicità effettuata con palloni frenati e simili si applica la tariffa per ogni giorno o frazione e per ciascun mezzo, indipendentemente dai soggetti pubblicizzati, in misura pari alla metà di quella stabilita per la classe del Comune al comma 2 del presente articolo;
4. Per la pubblicità effettuata in forma ambulante, mediante distribuzione, a mezzo di persone, di manifestini od altro materiale pubblicitario oppure con persone circolanti con cartelli o altri mezzi pubblicitari, è dovuta l'imposta per ciascuna persona impiegata nella distribuzione e per ogni giorno o frazione indipendentemente dalla quantità di materiale distribuito, in base alla tariffa prevista nella relativa delibera tariffaria.
5. Per la pubblicità effettuata a mezzo di amplificatori e simili è dovuta, per ciascun punto di pubblicità e per ciascun giorno o frazione, la tariffa indicata nella relativa delibera tariffaria.



Art. 44 - Imposta sulla pubblicità - Riduzioni

1. La tariffa dell'imposta sulla pubblicità è ridotta alla metà:
 - a. per la pubblicità effettuata dai Comitati, Associazioni, Fondazioni e da 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 partecipazioni di Enti Pubblici Territoriali;
 - c. per la pubblicità relativa a festeggiamenti patriottici, religiosi, a spettacoli viaggianti e di beneficenza.

Art. 45 - Imposta sulla pubblicità - esenzioni

1. Sono esenti dall'imposta sulla pubblicità:
 - a. La pubblicità realizzata all'interno di locali adibiti alla vendita di beni o alla prestazione di servizi quando si riferisca all'attività esercitata nei locali stessi; i mezzi pubblicitari, ad eccezione delle insegne, esposti nelle vetrine o sulle porte di ingresso dei locali suddetti purché siano attinenti alle attività in essi esercitata e non superino, nel loro insieme, la superficie complessiva di mezzo metro quadrato per ciascuna vetrina d'ingresso;
 - b. gli avvisi al pubblico esposti nelle vetrine o sulle porte d'ingresso dei locali o, ove queste manchino, nelle immediate adiacenze del punto di vendita, relativi all'attività svolta; nonché quelli riguardanti la localizzazione e l'utilizzazione dei servizi di pubblica utilità, di superficie non superiore a mezzo metro quadrato e quelli riguardanti la locazione e la compravendita degli immobili sui quali sono affissi, di superficie non superiore ad un quarto di un metro quadrato;
 - c. la pubblicità, comunque effettuata all'interno, sulle facciate esterne o sulle recinzioni dei locali di pubblico spettacolo, quando si riferisce alle rappresentazioni in programma nei locali predetti;
 - d. la pubblicità, escluse le insegne, relativa ai giornali e alle pubblicazioni periodiche, esposta sulle sole facciate esterne delle edicole, 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, relative esclusivamente all'attività esercitata dall'impresa di trasporto titolare del servizio; le tabelle esposte all'esterno delle predette stazioni o lungo l'itinerario di viaggio, limitatamente alla parte in cui contengono informazioni relative alle modalità di effettuazione del servizio;
 - f. la pubblicità esposta all'interno delle vetture ferroviarie, e simili è soggetta all'imposta ai sensi dell'art. 13 del D. Lgs. n. 507/93;
 - g. la pubblicità comunque effettuata in via esclusiva dallo Stato e degli Enti pubblici territoriali;
 - h. le insegne, le targhe e simili apposte per l'individuazione delle sedi dei comitati, associazioni, fondazioni, e ogni altro ente che sia 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, non superino il mezzo metro quadrato di superficie, salvo che le stesse non siano espressamente stabilite dalle disposizioni predette.
2. Ai fini dell'esenzione dall'imposta di cui al precedente comma l'attività esercitata è quella risultante dalle autorizzazioni comunali, di pubblica sicurezza, di altre autorità, o accertata dal registro delle imprese presso la Camera di Commercio.
3. I soggetti di cui alla lettera H) del 1° comma devono presentare in visione all'ufficio Comunale idonea documentazione o autocertificazione relativa al possesso dei requisiti richiesti per beneficiare dell'esenzione.
4. L'imposta non è dovuta per le insegne di esercizio di attività commerciale e di produzione di beni o servizi che contraddistinguono la sede ove si svolge l'attività cui si riferiscono, di superficie complessiva fino a 5 metri quadrati.



TITOLO III - PIANO GENERALE DEGLI IMPIANTI

Art. 46 - Finalità

1. Il PGIP individua le tipologie degli impianti pubblicitari e disciplina la loro localizzazione nel territorio del comune di Carugate, tenuto conto delle esigenze di carattere sociale ed economico, delle esigenze di tutela ambientale e paesaggistica, delle esigenze di traffico e di sicurezza della circolazione stradale, della qualità dell'ambiente e dell'immagine del decoro del territorio. Tale strumento, unitamente al censimento dei mezzi esistenti, costituisce la base di partenza per procedere al riordino dell'impiantistica ed individuazione dell'esistente al fine di valorizzare gli stessi e migliorare l'impatto sul decoro urbano. Tutto ciò si consegue mediante adozione di una nuova normativa specifica finalizzata alla individuazione di distanze minime da rispettare per la collocazione dei mezzi pubblicitari dagli impianti della segnaletica stradale N.C.d.S., tali da garantire il giusto equilibrio tra le esigenze di salvaguardia della sicurezza ed il diritto della libera iniziativa economica privata.

Art. 47 - Classificazione degli impianti pubblicitari

1. Ai fini del Piano Generale degli impianti, gli impianti pubblicitari vengono classificati in: impianti Permanenti o fissi costituiti da manufatti mono/bifacciali saldamente ancorati a terra o a muro; impianti Temporanei manufatti mono/bifacciali posati provvisoriamente sul suolo pubblico per una durata volta in volta da stabilire ma che comunque non può superare i 100 giorni consecutivi.
2. Specificamente vengono individuate le seguenti tipologie di impianti ammessi, siano essi pubblici o privati:
 - a. Impianti Permanenti:
 - Affissionali: stendardo; tabella; poster.
 - Pubblicitari: cartellone stradale, pre-insegna.
 - Impianti a messaggio variabile.
 - b. Impianti Temporanei:
 - Pubblicitari: striscione; gonfalone; stendardo temporaneo.
 - Insegne d'esercizio: trattate specificamente.

Art. 48 - Caratteristiche tecniche e criteri strutturali

1. Tutti gli impianti pubblicitari da installare in modo permanente devono rispondere ad un unico criterio progettuale che tenga conto di caratteristiche costruttive ed estetiche.
2. I manufatti destinati alla pubblicità temporanea, quali striscioni e gonfaloni, devono essere realizzati in materiale resistente agli agenti atmosferici oltre che saldamente ancorati alle strutture in modo tale da evitare l'effetto vela; inoltre devono essere installati su strutture appositamente destinate.
3. Gli impianti devono rispondere, nella struttura e nel loro insieme, alla capacità di resistenza ai sovraccarichi, agli urti ed in generale ai fenomeni dinamici in tutte le prevedibili condizioni d'esercizio, senza deformazioni incompatibili.
4. Le strutture di sostegno e di fondazione devono essere calcolate per resistere alla spinta del vento ed al carico della neve; devono essere di materiale indeformabile e saldamente realizzate ed ancorate al terreno sia nel loro complesso sia nei singoli elementi.
5. Qualora le suddette strutture costituiscano manufatti la cui realizzazione e posa in opera sia regolamentata da specifiche norme (opere in ferro, in c.a. etc.), l'osservanza di dette norme e l'adempimento degli obblighi da queste previsti deve essere documentato in sede di presentazione della richiesta di autorizzazione.
6. La struttura e gli elementi che lo costituiscono deve rispondere alle caratteristiche di resistenza al fuoco nel rispetto delle prescrizioni tecniche vigenti in materia.
7. I cartelli, le insegne d'esercizio e gli altri mezzi pubblicitari, devono essere realizzati in materiale avente le caratteristiche di consistenza, durevolezza, sicurezza e resistenza agli agenti atmosferici.



8. L'insieme degli elementi che compongono un manufatto devono avere caratteristiche atte ad impedire e resistere agli atti di vandalismo. Devono inoltre consentire, in modo agevole, il ripristino dell'integrità, della funzionalità e dell'efficienza costituenti l'impianto pubblicitario stesso.
9. Gli impianti elettrici utilizzati devono essere concepiti e realizzati in modo tale da garantire il massimo grado di sicurezza per il rischio elettrico e per quello delle scariche accidentali, nonché rispondere a tutte le normative CEI in materia e messi in funzione a regola d'arte.
10. Di seguito si riportano le distanze minime da rispettare:
 - a. Distanze minime da impianti semaforici: prima degli impianti 15 metri se l'installazione è parallela; 40 metri se l'installazione è ortogonale; dopo l'impianto 15 metri se l'installazione è parallela; 20 metri se l'installazione è ortogonale.
 - b. Distanze minime prima delle intersezioni: 20 metri se l'installazione è parallela; 30 metri se l'installazione è ortogonale; dopo l'intersezione 15 metri se l'installazione è parallela; dopo l'intersezione 15 metri se l'installazione è ortogonale.
 - c. Distanze minime dalla segnaletica stradale verticale di pericolo e prescrizione (Segnali triangolari): 15 metri se l'installazione è parallela; 20 metri se l'installazione è ortogonale;
 - d. Distanze minime dalla segnaletica stradale d'indicazione (P.S. Ospedale C.C. VV.F. Aeroporto) 15 metri se l'installazione è parallela; 20 metri se l'installazione è ortogonale;
 - e. Distanze minime dopo la segnaletica stradale: 10 metri se l'installazione è parallela; 12 metri se l'installazione è ortogonale.
11. Nel rispetto del comma 8 Art. 51 del DPR 495/92, gli impianti pubblicitari di servizio devono rispettare le sole distanze individuate nelle singole schede di impianto. Tali impianti dovranno comunque sempre garantire un passaggio libero conforme alle normative sull'abbattimento delle barriere architettoniche di cui alle leggi n. 13 del 9/1/89 e n. 104 del 5/2/92 e relativo regolamento d'attuazione oltre a non ostacolare la percezione della segnaletica esistente o costituire intralcio o pericolo per l'incolumità pubblica e la sicurezza della circolazione.
12. Ogni singolo impianto deve essere dotato di una scheda specifica che ne definisce l'ammissibilità e le caratteristiche di collocamento.
13. Qui di seguito viene riportata la metodologia per la predisposizione di tale scheda.
 - a. Tipologia: riporta la tipologia dell'impianto a cui si riferisce la scheda: Es. Stendardo.
 - b. Tipologia d'uso: Indica l'utilizzo ammissibile per la tipologia riportata al punto 1: Es. Pubblica affissione commerciale
 - c. Durata: Riporta la durata temporale ammissibile per la tipologia del manufatto: Es. Permanente.
 - d. Categoria: riporta la categoria dell'impianto: Es. Cartello.
 - e. Descrizione: Breve descrizione della tipologia dei manufatti a cui si riferisce la scheda con allegata fotografia esemplificativa.
 - f. Superficie in mq: quantificazione della superficie per lato del manufatto.
 - g. Altezza del margine inferiore: indica l'altezza minima ammessa misurata dal piano di calpestio alla prima superficie del margine inferiore del supporto dello spazio pubblicitario.
 - h. Margine carreggiata: in presenza di marciapiede/in assenza di marciapiede; indica la distanza da rispettare dal limite della carreggiata o dal margine esterno del marciapiede al punto di massimo ingombro del manufatto, misurato in proiezione sul piano di calpestio.
 - i. Distanza da altri impianti: temporanei/permanenti; indica la distanza da rispettare da altri impianti pubblicitari temporanei o permanenti.
 - j. Orientamento/posizionamento dell'impianto rispetto alla carreggiata; parallelo o ortogonale;
 - k. Illuminazione: indica il tipo di illuminazione consentita: non luminoso, luminoso o illuminato;
 - l. Prescrizioni: Sono indicate alcune prescrizioni specifiche per la tipologia di impianto indicata;
 - m. Note: eventuali ulteriori note relative al posizionamento. In ogni caso oltre quanto indicato nel presente regolamento qualsiasi tipo di apposizione/collocazione di qualsiasi impianto pubblicitario dovrà essere comunque e sempre concordato con l'ufficio della Polizia Locale.

Art. 49 - Definizione degli impianti privati per la pubblicità esterna, tipologie consentite

1. Per impianti di Pubblicità Esterna si intendono tutti gli impianti di proprietà privata, collocati su aree private e/o pubbliche, adibiti alla diffusione di messaggi pubblicitari per la promozione di beni o servizi mediante l'esposizione di elementi come pannelli e simili con esclusione della affissione di manifesti cartacei di affissione diretta.



2. Gli impianti di pubblicità consentiti sono:
 - a. Preinsegne
 - b. Cartelli stradali
 - c. Impianti a messaggio variabile
 - d. Maxischermo
 - e. Impianti pubblicitari di servizio
3. Il collocamento degli impianti pubblicitari deve rispettare i criteri di posizionamento indicati nonché le caratteristiche e le prescrizioni delle schede qui di seguito riportate.
4. Gli impianti pubblicitari di servizio, per le loro caratteristiche funzionali prioritarie, devono rispettare i criteri di collocazione indicati nella singola scheda oltre alle limitazioni e divieti. L'inserimento deve comunque sempre garantire la piena visibilità di incroci, impianti semaforici, segnali stradali sia di pericolo che di prescrizione, degli attraversamenti pedonali e dei passaggi carrai, nonché evitare di occultare altri impianti pubblicitari posti nelle adiacenze; inoltre tali impianti devono essere subordinati ad una linea progettuale appositamente studiata ed approvata dall'amministrazione.
5. Le seguenti schede, suddivise per tipologia di impianto, indicano le zone nelle quali, su aree pubbliche o private, sono ammesse le installazioni, oltre al corretto posizionamento previsto per impianto rispetto il margine della carreggiata, la distanza da altri impianti, siano essi temporanei o permanenti.
6. Qualunque altro tipo d'insegna o mezzo pubblicitario a caratteri innovativo per tipo, forma, tecnico, luci, deve essere ricondotto per analogia di ingombro fisico dell'impianto alle tipologie descritte nel presente Piano Generale.

Art. 50 - Schede inserimento impianti di pubblicità esterna

1. Qui di seguito si riportano le schede relative a questa tipologia.

PREINSEGNA

Tipologia: Preinsegna

Tipologia d'uso: Pubblicità esterna P.E.

Durata: Permanente P

Categoria: Preinsegna

Descrizione: Scritta in caratteri alfanumerici completata da freccia di orientamento/indicazione ed anche da simboli e marchi, realizzata su manufatto bifacciale e bidimensionale, utilizzabile su una sola o su entrambe le facce, supportato da una idonea struttura di sostegno, finalizzata alla pubblicizzazione direzionale della sede ove si esercita una attività installata in modo da facilitare il reperimento della sede stessa entro un raggio di 5 Km. Hanno forma rettangolare delle dimensioni contenute entro i limiti inferiori di 1,00x0,20 e superiori di 1,50x0,30; è ammesso su una stessa struttura di sostegno con un massimo di **9 elementi** per ogni senso di marcia a condizione che abbiano le stesse dimensioni e costituiscono oggetto di un'unica autorizzazione.

MISURE ESPRESSE IN METRI.

Altezza margine inferiore dalla sede stradale: m. 1,20;

Distanza limite dalla carreggiata: in presenza del marciapiede m. 0,50 – in assenza di marciapiede m. 1,00;

Distanza da altri impianti: Temporanei o permanenti;

Formati ammessi: Paralleli al senso di marcia ed ortogonali

Dimensioni ammesse: sino mq. 1,5;

Illuminazione: non luminoso;

CARTELLO

Tipologia d'uso: Pubblicità esterna P.E.;

Durata: Permanente P.;

Categoria: Cartello;

Descrizione: Elemento mono/bifacciale ancorato al suolo da idonea struttura di sostegno finalizzato alla diffusione di messaggi pubblicitari o propagandistici effettuati direttamente sul pannello



(pellicola adesiva, pittura, serigrafia); Nel caso in cui il manufatto sia facciale e pubblicitario su entrambi i lati, l'impianto deve contenere il medesimo soggetto pubblicitario su entrambi i lati.

MISURE ESPRESSE IN METRI.

Altezza margine inferiore: m. 1,30;

Distanza limite carreggiata: In presenza del marciapiede m. 01,00 – In assenza di marciapiede m. 01,50;

Distanza da altri impianti: Temporanei e permanenti m. 12,00;

Formati ammessi: Paralleli al senso di marcia ed ortogonali;

Illuminazione: Non luminoso;

MESSAGGIO VARIABILE

Tipologia d'uso: Pubblicità esterna P.E.;

Durata: Permanente P.;

Categoria: Cartello;

Descrizione: Elemento mono/bifacciale assimilabile ad un cartello per caratteristiche strutturali e formali o tabella se affisso in aderenza a muro in elevazione, idoneo all'esposizione di messaggi pubblicitari variabili mediante l'utilizzo di prismi rotanti o altro sistema meccanico.

MISURE ESPRESSE IN METRI.

Altezza margine inferiore: m. 0,80;

Distanza limite carreggiata: In presenza del marciapiede m. 01,00 – In assenza di marciapiede m. 01,50;

Distanza da altri impianti: Temporanei e permanenti m. 12,00;

Formati ammessi: Paralleli al senso di marcia ed ortogonali;

Dimensioni: da 1 a 2/3 mq.

Illuminazione: luminoso; illuminato;

MAXISCHERMO

Tipologia d'uso: Pubblicità esterna P.E.;

Durata: Permanente P.;

Categoria: Cartello;

Descrizione: Manufatto pubblicitario monofacciale con superficie pubblicitaria realizzata a diodi luminosi o altro similare programmato in modo da garantire la variabilità del messaggio.

MISURE ESPRESSE IN METRI.

Altezza margine inferiore: m. 03,20;

Distanza limite carreggiata: In presenza del marciapiede m. 01,50 – In assenza di marciapiede m. 03,00;

Distanza da altri impianti: Temporanei e permanenti m. 14,00;

Formati ammessi: Paralleli al senso di marcia ed ortogonali;

Dimensioni: da 3 a 6 mq;

Illuminazione: luminoso; illuminato;

Art. 51 - Pubblicità esterna temporanea

1. Si intende per installazione pubblicitaria temporanea qualsiasi forma di pubblicità recante messaggio pubblicitario, realizzata con strutture fisse o mobili per una durata non superiore a 150 giorni consecutivi.
2. Tali mezzi pubblicitari non possono comunque essere collocati nei luoghi nei quali è vietata l'installazione ai sensi dell'art. 9; non è consentita l'installazione o l'ancoraggio dei mezzi pubblicitari a monumenti e impianto di pubblica illuminazione.
3. Impianti di pubblicità temporanei consentiti:
 - a. Mezzo pittorico
 - b. Striscione



- c. Locandina
 - d. Gonfalone
4. Il collocamento degli impianti temporanei deve rispettare i parametri definiti per ciascuna tipologia e per ciascuna zona territoriale riportate nelle schede del successivo articolo.

Art. 52 - Schede inserimento impianti di pubblicità temporanea

1. Qui di seguito si riportano le schede relative a questa tipologia.

MEZZO PITTORICO

Tipologia d'uso: Pubblicità esterna P.E.;

Durata: Temporanea T.;

Categoria: Impianto pubblicitario;

Descrizione: Elemento bidimensionale realizzato in materiale di qualsiasi natura, caratterizzato dalla sua grande superficie interamente vincolato in aderenza a strutture in elevazione quali ponteggi o a fili fabbricato.

MISURE ESPRESSE IN METRI.

Altezza margine inferiore: 04,50;

Distanza limite carreggiata: In presenza del marciapiede m. 03,00 – In assenza di marciapiede m. 04,00;

Distanza da altri impianti: Temporanei e permanenti m. 15,00;

Formati ammessi: Paralleli al senso di marcia ed ortogonali;

Dimensioni: da 9 a 18 mq;

Illuminazione: illuminato; luminoso;

STRISCIONE

Tipologia d'uso: Pubblicità esterna P.E.;

Durata: Temporanea T.;

Categoria: Impianto pubblicitario;

Descrizione: Elemento bidimensionale realizzato in materiale di qualsiasi natura, privo di rigidità propria mancante di una superficie di appoggio e comunque non aderente ad essa. L'esposizione è consentita esclusivamente in occasione di manifestazioni e spettacoli limitatamente al periodo di svolgimento dell'iniziativa a cui si riferisce oltre a 7 giorni prima dell'inizio della manifestazione e sino a 24 ore dopo. Non sono ammessi impianti con superficie superiore a 4 mq.

MISURE ESPRESSE IN METRI.

Altezza margine inferiore: 03,50;

Distanza limite carreggiata: Nessuna;

Distanza da altri impianti: Temporanei e permanenti mt. 30,00;

Formati ammessi: Paralleli al senso di marcia ed ortogonali;

Dimensioni: da 3 a 6 mq;

Illuminazione: non luminoso;

LOCANDINA

Tipologia d'uso: Pubblicità esterna P.E.;

Durata: Temporanea T.;

Categoria: Impianto pubblicitario;

Descrizione: Elemento bifacciale realizzato in materiale rigido vincolato temporaneamente al suolo da idonea struttura di sostegno, finalizzato alla diffusione di messaggi pubblicitari o propagandistici effettuati direttamente su pannello. L'esposizione è consentita in occasione di iniziative commerciali manifestazioni e spettacoli limitatamente al periodo di svolgimento dell'iniziativa per 7 giorni prima dell'inizio della manifestazione e sino a 24 ore dopo il termine. Non sono ammessi impianti con superficie per lato superiore a 1,5 mq.



MISURE ESPRESSE IN METRI.

Altezza margine inferiore: 01,50;

Distanza limite carreggiata: In presenza del marciapiede m 1,50 In assenza di marciapiede m. 03,00;

Distanza da altri impianti: Temporanei e permanenti mt. 20,00;

Formati ammessi: Paralleli al senso di marcia ed ortogonali;

Dimensioni: da 1 a 1,4 mq;

Illuminazione: non luminoso;

GONFALONE

Tipologia d'uso: Pubblicità esterna P.E.;

Durata: Temporanea T.;

Categoria: Impianto pubblicitario;

Descrizione: Elemento monofacciale privo di rigidità propria mancante di una superficie d'appoggio e comunque non aderente ad essa. L'esposizione è consentita in occasione di iniziative commerciali manifestazioni e spettacoli limitatamente al periodo di svolgimento dell'iniziativa per 7 giorni prima dell'inizio della manifestazione e sino a 24 ore dopo il termine.

MISURE ESPRESSE IN METRI.

Altezza margine inferiore: 02,30;

Distanza limite carreggiata: In presenza del marciapiede m 0,50 In assenza di marciapiede m. 01,00;

Distanza da altri impianti: Temporanei e permanenti mt. 00,00;

Formati ammessi: Paralleli al senso di marcia ed ortogonali;

Dimensioni: da 1 a 1,4 mq;

Illuminazione: non luminoso;

Art. 53 - Insegne d'esercizio

1. Le insegne d'esercizio, avendo stretta correlazione con l'edificio in cui si inseriscono, sono disciplinate dal vigente Regolamento edilizio comunale e soggette alle procedure autorizzative ivi previste, previo parere del Comando di Polizia Locale.

Art. 54 - Insegne speciali

1. Al fine di rendere più agevole l'accesso agli esercizi da parte di persone diversamente abili è sempre consentita la segnalazione degli accessi privilegiati mediante insegne a bandiera di piccole dimensioni. Tali insegne dovranno riportare le indicazioni direzionali semplificate nel contenuto e potranno riportare la denominazione o logo dell'esercizio in uno spazio di piccole dimensioni.

Art. 55 - Tende

1. Si definiscono tende i manufatti mobili o semimobili in tessuto o materiali assimilabili posti esternamente a protezione di vetrine o ingressi di esercizi commerciali dotati di scritte indicanti la tipologia dell'attività svolta. La possibilità di collocare delle tende resta subordinata ai dettami del regolamento edilizio, con l'inserimento di scritte e logotipi sulle stesse. L'inserimento di scritte, logo, sulle tende è ammesso purché recanti richiami all'insegna principale.

Art. 56 - Bacheche

1. Possono essere utilizzate esclusivamente per l'esposizione di messaggi pubblicitari inerenti l'attività svolta e devono essere collocate nelle immediate vicinanze del luogo di esercizio.
2. È ammesso l'uso anche in locali d'intrattenimento quali Teatri e Cinema.
3. Le bacheche potranno avere una sporgenza massima dal filo esterno della muratura non superiore a otto centimetri e garantire un passaggio libero sul marciapiede di almeno un metro.
4. La realizzazione delle bacheche deve essere effettuata con tutti i materiali che si ritengono idonei compatibilmente ad un corretto inserimento architettonico e con le misure di sicurezza atte a preservare l'incolumità dei pedoni.



Art. 57 - Insegne su chioschi.

1. L'esposizione di insegne d'esercizio su chioschi isolati aventi funzione commerciale quali ad esempio: bar, tabacchi, rivendita giornali, ecc. è ammessa se posta in aderenza alle pareti perimetrali o nei vani predisposti.
2. Sono vietate le collocazioni sopra le coperture (a giorno).
3. Nel caso di preesistenze non rispondenti alle attuali indicazioni, tali manufatti potranno essere conservati se di pregio storico-culturale.

Art. 58 – Disposizioni particolari per pre-insegne.

1. All'interno del centro abitato sono posizionati **n. 41** manufatti porta pre-insegne meglio identificati nella planimetria allegata.
2. Ogni manufatto può contenere fino a n. 9 pre-insegne. Pertanto si calcolano n. 448 pre-insegne che, dedotte quelle destinate a indicazioni pubbliche già posizionate 125 (di località, di edifici pubblici o di uso pubblico, ecc.), si riducono a n. 323.
3. In considerazione del numero limitato di pre-insegne ogni richiedente potrà presentare richiesta di autorizzazione alla posa per un numero massimo di pre-insegne pari al 30% del totale, da calcolare sia in termini assoluti sul totale di manufatti sia relativi al singolo manufatto.
4. Ogni richiesta di autorizzazione è valida per un solo manufatto.
5. Oltre alla documentazione da allegare prevista all'articolo 8 del regolamento dovrà essere presentata una fotografia dello stato di fatto del manufatto e una fotografia ritoccata con l'inserimento della/e pre-insegna/e richiesta/e.
6. In caso di richiesta di autorizzazione alla posa di un numero di pre-insegne superiore al limite suddetto la stessa potrà essere soddisfatta esclusivamente alle seguenti condizioni:
 - a. decorrenza di 180 giorni dalla presentazione della richiesta;
 - b. assenza di altre richieste durante i 180 giorni suddetti;
 - c. scadenza dell'autorizzazione identica a quella già rilasciata;
 - d. pagamento del corrispettivo per l'estensione dell'autorizzazione.
7. Le richieste di autorizzazione alla posa di pre-insegne presentate successivamente all'esaurimento del numero massimo di pre-insegne autorizzabili saranno tenute in considerazione, secondo un ordine cronologico di presentazione della domanda, per il rilascio alla scadenza delle autorizzazioni in essere.



TITOLO IV – PIANO DELLE AFFISSIONI

Art. 59 – Finalità

1. Le norme contenute nella presente Relazione del Piano Generale delle Pubbliche Affissioni, successivamente denominato Piano, integrano le norme contenute nel vigente "Regolamento comunale per l'applicazione dell'imposta comunale sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni", nel vigente Codice della Strada e relativo Regolamento di esecuzione ed attuazione.
2. Le pubbliche affissioni saranno effettuate nel territorio del Comune di Carugate in conformità al presente Piano, adottato in attuazione a quanto stabilito dagli art. 3, 18 e 36 c.8, del D.Lgs. 15 Novembre 1993, n. 507 e dal Regolamento Comunale per la parte riguardante le pubbliche affissioni.
3. Il Piano è composto dalla presente relazione e dagli allegati, illustrati al successivo punto.
4. Il Piano potrà essere suscettibile di variazioni e/o integrazioni, con cadenza annuale, da parte della Giunta Comunale. Tali modifiche dovranno essere apportate entro il termine di approvazione del bilancio di previsione di ogni anno ed avranno validità a partire dal 1 gennaio dell'anno a cui il bilancio si riferisce.

Art. 60 – Struttura del Piano

1. Il Piano delle affissioni realizzato, è composto dalle seguenti parti:
 - a. Relazione
 - b. Censimento
 - c. Progetto

CENSIMENTO

1. In relazione al Regolamento comunale per l'applicazione dell'imposta comunale sulla pubblicità e per l'effettuazione del servizio sulle pubbliche affissioni (come previsto da D.Lgs. 15 Novembre 1993, n. 507) si è proceduto ad un censimento degli impianti utilizzati per le pubbliche affissioni, effettuato nel mese di maggio 2004 ed a un successivo adeguamento dell'impiantistica in base alle superfici richieste per la prestazione di un soddisfacente servizio.

Si ritiene di poter affermare che la situazione attuale di copertura del territorio con pubbliche affissioni risulta essere sufficiente come anche il livello di esecuzione del servizio.

Esistono zone scoperte dal punto di vista della presenza di impianti.

Saranno pertanto soprattutto queste aree ad essere prese in considerazione per l'inserimento di eventuali nuovi impianti.

Il censimento è stato realizzato procedendo al rilevamento fotografico delle ubicazioni attualmente esistenti (denominate nel Piano "schede") e raccogliendo informazioni relativamente ai singoli impianti.

Per ogni scheda, numerata progressivamente, sono considerati uno o più impianti facenti parte dell'ubicazione considerata.

Il censimento è servito per avere la situazione attuale di distribuzione degli impianti di pubbliche affissioni sul territorio comunale evidenziando anche le rispettive destinazioni d'uso.

Sono stati forniti dei report di stampa denominati:

- a. Censimento 2004 – Schede di ubicazione affissioni pubbliche
- b. Censimento 2004 – Riepiloghi

QUANTITÀ E RIPARTIZIONE DELLE SUPERFICI ESISTENTI



1. Il quantitativo di superfici destinate alle pubbliche affissioni è calcolata in maniera proporzionale al numero degli abitanti ed è fissato in 31,5 m² ogni mille abitanti.
2. Ai sensi del Regolamento per l'applicazione dell'imposta comunale sulla pubblicità e per l'effettuazione del servizio sulle pubbliche affissioni, la superficie complessiva degli impianti destinati alle pubbliche affissioni, con riferimento alla popolazione di circa 12.635 unità, deve essere pari a m² 398.
3. Sulla base dei risultati del censimento, i quantitativi e la ripartizione delle superfici di affissioni risultavano invece essere pari a:
 - a. Superficie totale 277 m² pari a 25m² ogni 1.000 ab.
 - b. Affissioni istituzionali/sociali 63 m² pari a 24% del totale
 - c. Affissioni commerciali 182 m² pari a 68% del totale
 - d. Affissioni necrologi 32 m² pari al 8% del totale

PROGETTO

1. Con il termine Progetto si intende la progettazione del nuovo schema distributivo degli impianti per le pubbliche affissioni, procedendo ad una redistribuzione delle superfici di censimento e cercando di coniugare le esigenze urbanistiche con le richieste degli utenti del servizio.

QUANTITÀ E RIPARTIZIONE DELLE SUPERFICI DI PROGETTO

1. Il totale delle superfici individuate dal progetto e la relativa ripartizione tra le diverse destinazioni d'uso risultano essere le seguenti:
 - a. Superficie totale 320,6 m² pari a 29 m² ogni 1.000 ab.
 - b. Affissioni istituzionali/sociali 91 m² pari al 28% del totale
 - c. Affissioni commerciali 201,6 m² pari al 63% del totale
 - d. Affissioni necrologi 28 m² pari al 9% del totale
2. E' variato il quantitativo totale in termini di metri quadri in quanto sono stati inseriti tutti quegli impianti che secondo l'Amministrazione comunale erano necessari a soddisfare le esigenze dell'utenza, raggiungendo una superficie complessiva di mq. destinati alle pubbliche affissioni pari a 320,6.
3. E' possibile installare ulteriori impianti fino a mq 67,4 per raggiungere la superficie complessiva stabilita del Regolamento pari a 398 mq. nel momento in cui l'Amministrazione Comunale ne facesse richiesta.
4. Dal punto di vista del numero di impianti la situazione proposta dal progetto prevede i seguenti interventi in termini di impianti:

Nome	Tipologia	Utilizzo	Facce	BaseCm	AltezzaCm	Impianto mantenuto	Impianto Nuovo
Publimaci	Stendardo	Istituzionale/Sociale	1	140	100	5	4
Sublimaci	Stendardo	Necrologo	1	140	100	4	2
Comunale	Stendardo	Commerciale	1	140	200	6	
Comunale	Stendardo	Commerciale	1	200	140	1	3
Comunale	Stendardo	Commerciale	2	140	100	1	
Pubblimaci	Stendardo	Istituzionale/Sociale	2	140	100	18	8
Publiciaci	Stendardo	Necrologo	2	140	100	5	1
Comunale	Stendardo	Commerciale	2	140	200	18	
Comunale	Stendardo	Commerciale	2	200	140	5	2
Comunale	Tabella	Commerciale	1	200	140	11	
Comunale	Tabella	Istituzionale/Sociale	1	200	140	2	



		e					
Comunale	Tabella	Necrologo	1	200	140	1	

5. I termini indicati per gli interventi indicano le seguenti azioni:
- Impianti da rimuovere: sono gli impianti che non si dovrebbero più utilizzare e le cui aree sarebbero da ripristinare allo stato precedente;
 - Impianti in sostituzione: sono gli impianti collegati in sostituzione ad uno esistente che, a causa di modifica del formato (dimensione) o della tipologia (es: da affissione murale a tabella) o della posizione (spostamento) ne richiede la sostituzione;
 - Impianti mantenuti: sono gli impianti che possono essere mantenuti in essere così come sono attualmente;
 - Impianti di nuova collocazione: sono ovviamente gli impianti che saranno installati in aggiunta ed in ubicazioni nelle quali non sono attualmente presenti.

ASSEGNAZIONE DEGLI SPAZI PER LE AFFISSIONI DIRETTE

- Ai sensi dell'Art. 3 del D.Lgs. 507/93, verrà attribuita a soggetti privati, diversi dal Concessionario del pubblico servizio ed in forma concessoria, la facoltà di installare impianti per l'effettuazione di affissioni dirette.
- La superficie complessiva assegnabile a tale scopo verrà stabilita successivamente con apposito atto.
- Detta superficie non è compresa in quella destinata al servizio pubblico ed è riferita esclusivamente agli impianti di grande formato (poster cm 600 x 300).
- Tali impianti devono essere forniti e collocati a cura spese del privato richiedente nel rispetto di tutte le norme previste nel presente Piano.
- Gli spazi saranno affidati in concessione ai privati mediante la procedura concorsuale della licitazione privata previa predisposizione di apposito capitolato d'oneri che preveda la durata della concessione, l'ammontare del deposito cauzionale, l'obbligo del pagamento di un canone di concessione e della tassa di occupazione spazi ed aree pubbliche, nonché tutte le disposizioni cautelative con esplicito richiamo alle procedure concernenti le norme ed autorizzazioni relative agli impianti pubblicitari.

Art. 61 – Tipologie e caratteristiche dei nuovi impianti.

- DESTINAZIONE D'USO
Relativamente alle affissioni pubbliche, i mezzi pubblicitari sono classificati in funzione della loro destinazione d'uso in:
 - Impianti per affissioni istituzionali/sociali
Rientrano in questa tipologia gli impianti preposti alla comunicazione, informazione e diffusione di messaggi o iniziative di interesse pubblico, effettuati da enti pubblici o di diritto pubblico o altri enti senza fine di lucro e gli impianti che sono utilizzati per le affissioni degli avvisi funebri e dei relativi ringraziamenti;
 - Impianti per affissioni commerciali;
Rientrano in questa tipologia gli impianti adibiti all'esposizione periodica di messaggi pubblicitari;
 - Impianti per affissione dirett;
Rientrano in questa tipologia gli impianti assegnati ai privati;
Gli impianti saranno riservati ad uno specifico utilizzo che sarà evidenziato dalla dicitura: "Riservato Affissioni Commerciali....oppure Istituzionali....oppure....Dirette" riportata sulla parte superiore dell'impianto stesso.
- TIPOLOGIE E FORMATI
Gli impianti inseriti nel progetto del nuovo schema distributivo saranno gli unici spazi sui quali, successivamente all'adozione del Piano in via definitiva, sarà permessa l'affissione di manifesti. Nel Piano i formati utilizzati sono i seguenti:
 - Tablelle murali: sono composte da pannelli adeguatamente fissati al muro. Il loro utilizzo è limitato ad una sola facciata. Le dimensioni di esposizione (base x altezza) sono le seguenti:
cm. 140 x 100; cm. 100 x 140; cm. 140 x 200; cm. 200 x 140; cm. 600 x 280 (poster)
 - Stendardi: sono composti da pannelli adeguatamente fissati su pali di sostegno a terra.



Possono essere utilizzati su di una sola facciata o su entrambe le facce. Le dimensioni di esposizione (base x altezza), sono le seguenti:

cm. 140 x 100; cm. 100 x 140; cm. 140 x 200; cm. 200 x 140; cm. 600 x 280 (poster).

Art. 62 – Requisiti degli impianti per pubbliche affissioni

1. I requisiti minimi che dovranno avere gli impianti per le pubbliche affissioni sono i seguenti:
 - a. Sicurezza
 - b. Decoro
 - c. Funzionalità
 - d. Conformità alla normativa

SICUREZZA

I nuovi mezzi pubblicitari dovranno essere progettati, realizzati e posati in opera in modo tale da non arrecare pericolo o disturbo alla sicurezza stradale, sia veicolare che pedonale.

DECORO

I nuovi impianti dovranno essere progettati in modo tale che la scelta dei materiali e dei colori, tengano conto del contesto architettonico-paesaggistico-ambientale in cui dovranno essere inseriti.

FUNZIONALITA'

I nuovi impianto dovranno essere progettati, realizzati e posati in opera tenendo conto che essendo sottoposti agli agenti atmosferici e ad incidenti accidentali devono essere facilmente mantenibili ed essendo esposti all'esterno devono risultare elementi di arredo urbano e non elementi di disturbo rispetto all'esistente.

CONFORMITA' ALLA NORMATIVA

I nuovi impianti dovranno essere progettati, realizzati e posati in opera rispettando la normativa vigente di riferimento oltrechè rispettare le norme previste dal presente PGPA.

Art. 63 – Disposizione particolare

1. Il piano potrà essere sottoposto a revisione annuale per effetto di variazioni demografiche rilevanti, di espansione del centro abitato, dello sviluppo della viabilità e di ogni altra causa rilevante che possa determinare una variazione nella nella dislocazione degli impianti per le pubbliche affissioni.



QUADRO NORMATIVO DI RIFERIMENTO

D.Lgs. n. 507 del 15/11/1993 modificato con L. 596/94

D.Lgs. n. 360 del 10 settembre 1993 e succ. mod.

D.Lgs. n. 285 del 30/04/1992 e succ. mod.

D.P.R. n. 495 del 16/12/1992

Direttiva Ministero LLPP del 24/10/2000

L. 1089/39 e succ. mod.

L. 1497/39 e succ. mod.

L. 241/90

“Regolamento per l'applicazione dell'imposta comunale sulla pubblicità e per l'effettuazione del servizio sulle pubbliche affissioni” approvato con delibera C.C. n. 79 del 27/10/1994

ALLEGATI

Allegato 1: Censimento 2004 – Schede ubicazione impianti

Allegato 2 : Progetto – Schede ubicazione impianti

Allegato 3 : Cartografia: Progetto impianti affissionali



TITOLO V - DISPOSIZIONI FINALI E TRANSITORIE

CAPO I – VIGILANZA E SANZIONI

Art. 64 - Vigilanza

1. Il Comune è tenuto a vigilare a mezzo della Polizia Locale, dell'Ufficio Tecnico e di funzionari dell'Ufficio preposto al servizio affissioni e pubblicità, sulla corretta osservanza delle disposizioni legislative e regolamentari riguardanti l'effettuazione della pubblicità e delle affissioni, richiamate o stabilite dal presente Regolamento e sulla corretta realizzazione e sull'esatto posizionamento dei cartelli e degli altri mezzi pubblicitari autorizzati, nonché sul loro stato di conservazione e di buona manutenzione e sui termini di scadenza delle autorizzazioni.
2. Qualunque inadempienza al presente regolamento verrà perseguita ai sensi della Legge 24.11.1981 n. 689, della legge n° 3/2003 in tema di sanzioni amm.tive per le violazioni delle disposizioni dei regolamenti comunali, T.U.E.L. 267/2000, e con il ripristino dei luoghi; la sanzione amm.tiva ed il ripristino dei luoghi verranno di volta in volta quantificati in base alla gravità dell'illecito, dimensioni, tipologia del mezzo pubblicitario e quant'altro possa concorrere all'accertamento finale dell'illecito; inoltre si applicherà il D. Lgs. n° 42/04 "Codice dei beni culturali e del paesaggio", se violato.

Art. 65 - Sanzioni tributarie ed amministrative

1. La violazione delle norme del presente regolamento, laddove non riguardante fattispecie di illecito per il quale la relativa sanzione amministrativa pecuniaria risulta già disposta dal vigente Codice della Strada (art. 23), è punita con la sanzione amministrativa prevista dall'art. 24, comma 2, del D. Lgs. 15 novembre 1993, n. 507 e successive modifiche.
2. Quando più persone concorrono in una delle violazioni previste dal presente regolamento, laddove sanzionata ai sensi del vigente Codice della Strada, trova applicazione il principio di solidarietà di cui all'art. 196 dello stesso Codice. In analogo caso di concorso di più persone, laddove risulti applicabile la sanzione amministrativa pecuniaria prevista dal primo comma del presente articolo, trova applicazione l'art. 5 della Legge 24 novembre 1981, n. 689.
3. Per l'applicazione di sanzioni tributarie ed amministrative relative all'imposta di pubblicità ed ai diritti di pubblica affissione si fa riferimento alle disposizioni previste dagli artt. 23 e 24 del D. Lgs 507/93 nonché a quelle generali previste dai decreti legislativi n. 471, n. 472 e n. 473 del 18 dicembre 1997 e successive modificazioni ed integrazioni.

Art. 66 - Riscossione Coattiva

1. La riscossione coattiva dei tributi, oggetto del presente regolamento comunale, si effettua con la procedura di cui al DPR 29 settembre 1973, n. 602 e successive modificazioni e secondo le disposizioni del DPR 28 gennaio 1988, n. 43 e D. Lgs 13 aprile 1999, n. 112 e successive modificazioni, ovvero con la procedura indicata dal Regio Decreto 14 aprile 1910, n. 639.



CAPO II - DISPOSIZIONI TRANSITORIE FINALI

Art. 67 - Norma Finale di rinvio

1. Per tutto quanto non espressamente contemplato nel presente Regolamento si applicano le disposizioni del D. Lgs 507/93 e successive modificazioni ed integrazioni, nonché le altre norme di legge e di Regolamento applicabili alla materia.
In particolare, per quanto non esplicitamente indicato nel presente Regolamento Comunale, valgono le norme previste dal D. L.gs. 30 aprile 1992, n. 285 e dal D.P.R. 16 dicembre 1992, n. 495.
2. Con riferimento agli obblighi del titolare dell'autorizzazione, si rimanda a quanto già disposto in materia dagli artt. 54 e 55 del D.P.R. 16 dicembre 1992, n. 495 e, con riferimento alle procedure di rimozione degli impianti pubblicitari abusivi, a quanto disposto dall'art. 23 del D. Lgs. 30 aprile 1992, n. 285.

Art. 68 - Entrata in vigore

1. Il presente regolamento entra in vigore il giorno successivo alla data di esecutività della deliberazione di approvazione dello stesso.
2. Con effetto dalla data d'entrata in vigore del presente Regolamento, lo stesso annulla e sostituisce le norme in precedenza approvate, nella materia, da questo Comune.