



COMUNE DI ROVIGO

REGOLAMENTO
PER L'INSTALLAZIONE DI MEZZI PUBBLICITARI

**APPROVATO CON DELIBERAZIONE DI CONSIGLIO COMUNALE N. 138 DEL
09.11.1994 E SUCCESSIVE MODIFICAZIONI ED INTEGRAZIONI**

**REGOLAMENTO PER L'INSTALLAZIONE DI CARTELLI PUBBLICITARI ED ALTRI
IMPIANTI SIMILI E PER LA DISCIPLINA DELL'IMPOSTA COMUNALE SULLA
PUBBLICITA' E DEL DIRITTO SULLE PUBBLICHE AFFISSIONI**

**DELIBERA DI CONSIGLIO COMUNALE N. 138 DEL 09-11-1994
E SUCCESSIVE MODIFICAZIONI ED INTEGRAZIONI
TESTO IN VIGORE DAL 01/01/2016**

INDICE

TITOLO I

- Art. 1** Campo di applicazione
- Art. 2** Definizione dei mezzi pubblicitari
- Art. 3** Dimensione dei cartelli pubblicitari
- Art. 4** Caratteristiche dei cartelli e dei mezzi pubblicitari non luminosi
- Art. 5** Caratteristiche dei cartelli e dei mezzi pubblicitari luminosi
- Art. 6** Frece direzionali
- Art. 7** Indicazione alberghi
- Art. 8** Insegne pubblicitarie
- Art. 9** Ubicazione lungo le strade e le fasce di pertinenza
- Art. 10** Ubicazione dei mezzi pubblicitari nelle stazioni di servizio e nelle aree di parcheggio
- Art. 11** Targhe
- Art. 12** Tende parasole
- Art. 13** Bacheche
- Art. 14** Fioriere
- Art. 15** Striscioni, standardi o plance e tabelloni temporanei
- Art. 16** Pubblicità su veicoli
- Art. 17** Pubblicità fonica
- Art. 18** Mezzi pubblicitari vietati
- Art. 19** Targhette di identificazione
- Art. 20** Autorizzazioni
- Art. 21** Autorizzazioni temporanee
- Art. 22** Obblighi del titolare dell'autorizzazione
- Art. 23** Commissione pubblicità
- Art. 24** Vigilanza
- Art. 25** Rimozione di mezzi pubblicitari abusivi e non
- Art. 26** Adattamento delle forme di pubblicità esistenti all'entrata in vigore del presente regolamento

TITOLO II

CAPO I: CLASSIFICAZIONE E APPLICAZIONE

- Art. 27** Ambito di applicazione
- Art. 28** Classificazione del Comune
- Art. 29** Categoria delle località
- Art. 30** Canoni e altre tasse

CAPO II: IMPOSTA SULLA PUBBLICITA'

- Art. 31** Presupposto dell'imposta
- Art. 32** Soggetto passivo
- Art. 33** Tariffe dell'imposta
- Art. 34** Modalità di applicazione dell'imposta

- [Art. 35](#) Dichiarazione
[Art. 36](#) Pagamento dell'imposta
[Art. 37](#) Pubblicità ordinaria
[Art. 38](#) Affissione diretta
[Art. 39](#) Pubblicità effettuata con veicoli
[Art. 40](#) Pubblicità effettuata con pannelli luminosi e proiezioni
[Art. 40bis](#) Nome particolari in materia di pubblicità a messaggio variabile
[Art. 41](#) Pubblicità varia
[Art. 42](#) Riduzione dell'imposta
[Art. 43](#) Esenzione dall'imposta

CAPO III: PUBBLICHE AFFISSIONI

- [Art. 44](#) Servizio delle pubbliche affissioni
[Art. 45](#) Soggetti passivi
[Art. 46](#) Tariffe
[Art. 47](#) Riduzione del diritto
[Art. 48](#) Esenzione del diritto
[Art. 48bis](#) Spazi riservati in esenzione dal diritto (disapplicato 01/01/2007)
[Art. 49](#) Modalità per le pubbliche affissioni
[Art. 50](#) Affissioni di urgenza
[Art. 51](#) Spazi temporanei per affissioni

CAPO IV: PIANO GENERALE PER GLI IMPIANTI PUBBLICITARI

- [Art. 52](#) Criteri generali
[Art. 53](#) Pubblicità esterna
[Art. 54](#) Pubbliche affissioni
[Art. 55](#) Concessione a privati di impianti pubblicitari, di proprietà comunale e non, per affissione diretta

CAPO V: DISPOSIZIONI COMUNI

- [Art. 56](#) Rettifica ed accertamento d'ufficio
[Art. 57](#) Riscossione coattiva
[Art. 58](#) Rimborsi
[Art. 59](#) Sanzioni tributarie
[Art. 60](#) Interessi
[Art. 61](#) Sanzioni amministrative
[Art. 62](#) Funzionario responsabile
[Art. 63](#) Gestione del servizio (abrogato)
[Art. 64](#) Conferimento della concessione (abrogato)
[Art. 65](#) Decadenza (abrogato)
[Art. 66](#) Disciplina del servizio in concessione (abrogato)
[Art. 67](#) Disposizioni finali

Allegato - a parte:

➤ Planimetria di delimitazione della Categoria Speciale

(Si precisa che la zona delimitata è circoscritta dalle seguenti Vie: Via Circonvallazione Ovest, Via San Bellino, Viale Oroboni, Via della Costituzione (escluso Stadio di Rugby) Via Benvenuto Tisi da Garofolo, Viale Gramsci, Via Bramante, Viale Marconi, Piazza Riconoscenza, Via Petrarca e Corso del Popolo; e comprende inoltre le seguenti Vie: Viale Porta Po e intera area commerciale La Fattoria, Viale del Lavoro, Viale delle Industrie, Viale della Cooperazione intera area commerciale 13, Viale Tre Martiri (escluso Stadio di Calcio), Viale Porta Adige (fino all'incrocio con la Tangenziale Est), Via Zuccherificio (fino al sottopasso FF.SS.) Viale Amendola (fino all'entrata dell'autostrada) Via Lina Merlin e Via Luigi Einaudi;

* di precisare, altresì, che tutta la pubblicità visibile dalle Vie che delimitano detta zona rientra nella Categoria Speciale.

TITOLO I

REGOLAMENTO PER L' INSTALLAZIONE DI CARTELLI PUBBLICITARI ED AFFISSIONISTICI, FRECCE DIREZIONALI, INSEGNE LUMINOSE E NON, TARGHE, BACHECHE ED ALTRI IMPIANTI SIMILI

ART. 1 - CAMPO DI APPLICAZIONE

Sono soggette all'osservanza del presente regolamento tutte le installazioni di "mezzi pubblicitari" da effettuare nell'ambito del territorio comunale anche quando gli stessi siano posti all'interno della proprietà privata.

ART. 2 - DEFINIZIONE DEI MEZZI PUBBLICITARI

1. E' da considerare "insegna" la scritta in caratteri alfanumerici, completata eventualmente da un simbolo o da un marchio realizzata e supportata con materiali di qualsiasi natura, installata nella sede dell'attività a cui si riferisce o nelle pertinenze accessorie alla stessa. Può essere luminosa sia per luce propria che per luce indiretta.
2. Si definisce "preinsegna" la scritta in caratteri alfanumerici, ed eventualmente da simboli e da 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 dove si esercita una determinata attività ed installata in modo da facilitare il reperimento della sede stessa e comunque nel raggio di 5 km. non può essere luminosa, né, per luce propria, né per luce indiretta.
3. E' da qualificare "sorgente luminosa" qualsiasi corpo illuminato o insieme di corpi illuminati che, diffondono luce in modo puntiforme o lineare o planare, illumina aree, fabbricati, monumenti, manufatti di qualsiasi natura ed emergenza naturali.
4. Si definisce "cartello" quel manufatto bifacciale, supportato da idonea struttura di sostegno, che è finalizzato alla diffusione di messaggi pubblicitari o propagandistici sia direttamente, sia tramite sovrapposizione di altri elementi; esso è utilizzabile in entrambe le facciate anche per immagini diverse. Può essere luminoso sia per luce propria che per luce indiretta.
5. Si definisce "palina pubblicitaria" quel manufatto in forma bifacciale supportato da idonea struttura di sostegno, utilizzabile in entrambe le facciate, finalizzato alla diffusione di messaggi pubblicitari o propagandistici che può essere installato solo dentro i centri abitati.
6. Si definisce "cartello a libro" quel manufatto bifacciale fissato o ancorato direttamente al terreno finalizzato alla diffusione di messaggi pubblicitari o propagandistici utilizzabile sulle due facciate per periodi di tempo limitato.
7. Si considera "prisma a base triangolare" quel manufatto bifacciale o trifacciale fissato o direttamente a parete o con propri supporti idonei, finalizzato alla diffusione di messaggi pubblicitari o propagandistici utilizzabile su tutte le facciate.
8. Si considera "manifesto" l'elemento bidimensionale realizzato in materiale di qualsiasi natura, privo di rigidità, finalizzato alla diffusione di messaggi pubblicitari o propagandistici, posto in opera su strutture murarie o su altri supporti comunque diversi dai cartelli e dagli altri mezzi pubblicitari. Non può essere luminoso né, per luce propria né, per luce indiretta.
9. Si considera "striscione, locandina e stendardo" l'elemento bidimensionale realizzato in materiale di qualsiasi natura, privo di rigidità, mancante di una superficie di appoggio o comunque non aderente alla stessa, finalizzato alla promozione pubblicitaria di manifestazioni o spettacoli. Può essere luminoso per luce indiretta. Le locandine, se posizionate sul terreno, può essere realizzata anche in materiale rigido.

10. E' da considerarsi "segno orizzontale reclamistico" la riproduzione sulla superficie stradale, con pellicole adesive, di scritte in caratteri alfanumerici, di simboli e di marchi, finalizzata alla diffusione di messaggi pubblicitari o propagandistici.
11. Si definisce "impianto di pubblicità di servizio" qualunque manufatto avente quale scopo primario un servizio di pubblica utilità nell'ambito dell'arredo urbano e stradale (fermate autobus, pensiline, transenne parapetonali, cestini, panchine, orologi o simili) recante uno spazio pubblicitario, che può anche essere luminoso sia per luce diretta che per luce indiretta.
12. E' da qualificarsi "impianto di pubblicità o propaganda" qualunque manufatto finalizzato alla pubblicità o alla propaganda, sia di prodotti che di attività, e non individuabile secondo definizioni precedenti, né come insegna di esercizio, né come preinsegna, né come cartello, né come striscione, locandina o stendardo, né come segno orizzontale reclamistico, né come impianto pubblicitario di servizio. Può essere luminoso sia per luce propria che per luce diretta.
13. Nel termine generico "altri mezzi pubblicitari", sono da ricomprendere i seguenti elementi inerenti la pubblicità: gli striscioni, le locandine, gli stendardi, i segni orizzontali reclamistici, gli impianti pubblicitari di servizio e gli impianti di pubblicità o propaganda.

ART. 3 - DIMENSIONE DEI CARTELLI PUBBLICITARI

1. I cartelli e gli altri mezzi pubblicitari se installati fuori o dentro i centri abitati non devono superare la superficie di sei metri quadrati, ad eccezione delle insegne poste parallelamente al senso di marcia dei veicoli che possono raggiungere la superficie di venti metri quadrati; se installati entro i centri abitati sono soggetti alle prescrizioni del piano generale degli impianti pubblicitari.
2. Il limite di superficie di cui al comma precedente viene ridotto da sei a tre metri quadrati se i cartelli e gli altri mezzi pubblicitari sono installati lungo o in prossimità delle strade, fuori dal centro capoluogo e dalle frazioni, entro la distanza di chilometri cinque dal cartello di indicazione del centro abitato.
3. Non si tiene conto dei limiti di cui sopra per i cartelli e gli altri mezzi pubblicitari da installarsi ad una distanza superiore a metri 20 dal ciglio stradale.

ART. 4 - CARATTERISTICHE DEI CARTELLI E DEI MEZZI PUBBLICITARI NON LUMINOSI

1. I cartelli e gli altri mezzi pubblicitari devono essere realizzati con materiale non deperibile e resistente agli agenti atmosferici.
2. Le strutture di sostegno e di fondazione devono essere calcolate per resistere alla spinta del vento, saldamente realizzate ed ancorate, sia globalmente che nei singoli elementi.
3. Qualora le suddette strutture costituiscano manufatti la cui realizzazione e posa in opera è regolamentata da specifiche norme, l'osservanza delle stesse e l'adempimento degli obblighi da queste previste deve essere documentato prima del ritiro dell'autorizzazione all'installazione.
4. I cartelli e gli altri mezzi pubblicitari devono avere sagoma regolare, che in ogni caso non può essere quella di disco o triangolo. L'uso del colore rosso non dovrà generare confusione con la segnaletica stradale.
5. Il bordo inferiore dei cartelli e degli altri mezzi pubblicitari posti in opera deve essere, in ogni suo punto, ad una quota stabilita dal piano generale degli impianti pubblicitari di mt. 2,20 rispetto a quella della banchina stradale, misurata nella sezione stradale corrispondente.

6. I segni orizzontali reclamistici devono essere realizzati con materiali rimovibili, ma ancorati alla superficie stradale, che garantiscano una buona aderenza dei veicoli sugli stessi.

ART. 5 - CARATTERISTICHE DEI CARTELLI E DEI MEZZI PUBBLICITARI LUMINOSI

1. Le sorgenti luminose, i cartelli e gli altri mezzi pubblicitari luminosi posti fuori e dentro i centri abitati, lungo o in prossimità delle strade dove ne è consentita l'installazione, non possono avere luce né intermittente, né di intensità luminosa superiore a 150 wolt per metro quadrato, o che comunque provochi abbagliamento.
2. Le sorgenti luminose, i cartelli e gli altri mezzi pubblicitari luminosi devono avere una sagoma regolare, che in ogni caso non può essere quella di disco o triangolo.
3. La croce rossa luminosa è consentita esclusivamente per indicare ambulatori e posti di pronto soccorso.

ART. 6 - PREINSEGNE

1. Le installazioni di segnaletica per indicazione a carattere commerciale, artigianale, industriale, turistico e comunque di interesse pubblico devono essere previste e realizzate sulla base delle prescrizioni del codice della strada e relativo regolamento di attuazione. Gli impianti saranno autorizzati a condizione che lo stesso palo possa contenere anche 10 o più frecce direzionali anche se installate a cura di soggetti diversi.
2. Lungo le pubbliche vie potranno essere autorizzati esclusivamente sistemi informativi stradali ritenuti di interesse pubblico per l'utente della strada. In tal senso dovranno essere conformi come tipo, colore, dimensioni, grafie e simboli a quanto prescritto dalla Circolare del Ministero dei Lavori pubblici n. 400 del 09/02/1979 e successive modificazioni ed integrazioni.
3. Tutti i cartelli direzionali ricadenti in detta casistica saranno autorizzati dall'Ufficio viabilità, previo esame della Commissione per la Pubblicità.
4. In ogni caso l'Amministrazione Comunale si riserva la facoltà di riordinare la materia attraverso apposite convenzioni o modifica di quelle esistenti, prevedendo indicatori stradali su stelo in metallo verniciato con sottostanti frecce a carattere commerciale, eliminando eventualmente quelle in contrasto per forma e collocazione, facendole sostituire con quelle prescelte dall'Amministrazione stessa.

ART. 7 - INDICAZIONE ALBERGHI

1. La segnalazione degli alberghi è un servizio pubblico che deve essere coordinato razionalmente mediante un sistema informativo autonomo da quello della segnaletica di indicazione. Le indicazioni di ristoranti, bar, pizzerie, trattorie ed esercizi pubblici simili sono disciplinate dall'articolo precedente. Comunque, la suddetta segnaletica deve essere conforme alle disposizioni di cui al Codice della Strada e relativo Regolamento di attuazione.

ART. 8 - INSEGNE PUBBLICITARIE

1. Si intendono quei mezzi pubblicitari posti sulla facciata di fabbricati adibiti ad attività commerciale, artigianale, di servizi, ecc., sia luminosi che non. La dimensione dell'insegna deve essere rapportata in relazione alla superficie del fabbricato o della porzione di fabbricato in cui insiste l'attività. E' di norma posta sulla facciata dove esiste la vetrina o l'ingresso della stessa, con esclusione delle finestre e dei balconi, salvo casi particolari

- valutati dalla commissione competente quando non sia possibile l'inserimento dell'insegna nel contesto architettonico dell'edificio.
2. Per le insegne luminose intermittenti si applica il disposto di cui all'art. 5, comma 1, del presente Regolamento.
 3. Le insegne a colori dovranno di norma uniformarsi per tonalità a quelle già esistenti, salvo i casi di marchi registrati. Sono vietate le insegne a più colori, se di toni violenti e contrastanti tra loro, e tali da costituire disturbo estetico all'ambiente circostante.
 4. Qualora occorra pubblicizzare attività di interesse generale la cui sede è interna e difficilmente visibile dalla strada, è consentito installare insegne a bandiera, fermo restando la necessità di raggruppare in un unico cartello indicatore i diversi tipi di attività presso la stessa area o stabile. Le insegne aventi forme irregolari saranno valutate di volta in volta dalla Commissione competente, tenuto conto delle esigenze di ornato. L'installazione dovrà avvenire con l'osservanza di quanto disposto dall'art. 43 del vigente Regolamento Edilizio Comunale, il quale prescrive che le insegne da applicarsi sulla facciata degli edifici devono rispettare i seguenti limiti di sporgenza:
 - a) fino a ml. 4,00 di altezza sono ammesse solo in corrispondenza dei marciapiedi con sporgenza non superiore a cm. 10;
 - b) oltre i ml. 4,00 di altezza sono consentite, anche in mancanza di marciapiede, a condizione che la sporgenza non superi il 10% della larghezza media dello spazio prospettante, con un massimo di ml. 1,20.Nelle vie di larghezza inferiore a ml. 6,00 è vietato ogni oggetto sull'area stradale.

ART. 9 - UBICAZIONE LUNGO LE STRADE E LE FASCE DI PERTINENZA

1. Il posizionamento di cartelli e di altri mezzi pubblicitari fuori dai centri abitati, salvo quanto previsto al successivo comma 4, lungo o in prossimità delle strade dove ne è consentita l'installazione, deve essere autorizzato ed effettuato nel rispetto delle seguenti distanze minime:
 - a) mt. 3,00 dal limite della carreggiata;
 - b) mt. 100 dagli altri cartelli e mezzi pubblicitari;
 - c) mt. 250 prima dei segnali stradali di pericolo e di prescrizione;
 - d) mt. 150 dopo i segnali stradali di pericolo e di prescrizione;
 - e) mt. 150 prima dei segnali di indicazione;
 - f) mt. 100 dopo i segnali di indicazione;
 - g) mt. 100 dal punto di tangente delle curve originali;
 - h) mt. 250 prima delle intersezioni;
 - i) mt. 100 dopo le intersezioni;
 - j) mt. 200 dagli imbocchi delle gallerie.

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

Nel caso in cui, lateralmente alla sede stradale ed in corrispondenza del luogo in cui viene richiesto il posizionamento di cartelli, di insegne di esercizio o di altri mezzi pubblicitari, già esistano a distanza inferiore a 3 mt. dalla carreggiata costruzioni fisse, muri, alberi, di altezza non inferiore a 3 mt., è ammesso il posizionamento stesso in allineamento con la costruzione fissa, con il muro e con i tronchi degli alberi.

I cartelli, le insegne di esercizio e gli altri mezzi pubblicitari non devono, in ogni caso, ostacolare la visibilità dei segnali stradali entro lo spazio di avvistamento.

2. Il posizionamento dei cartelli e degli altri mezzi pubblicitari fuori dai centri abitati, lungo o in prossimità delle strade ove ne è consentita l'installazione, è comunque vietato nei seguenti punti:

- a) sulle corsie esterne alle carreggiate, sulle cunette e sulle pertinenze di esercizio delle strade che risultano comprese tra carreggiate contigue;
 - b) in corrispondenza delle intersezioni;
 - c) lungo le curve e su tutta l'area compresa tra la curva stessa e la corda tracciata tra i due punti di tangente;
 - d) sulle scarpate stradali sovrastanti la carreggiata in terreni di qualsiasi natura e pendenza;
 - e) in corrispondenza dei raccordi verticali concavi e convessi;
 - f) sui ponti e sottoponti non ferroviari;
 - g) sui cavalcavia e loro rampe;
 - h) sui parapetti stradali, sulle barriere di sicurezza e sugli altri dispositivi laterali di protezione e di segnalamento.
3. Il posizionamento di cartelli e di altri mezzi pubblicitari entro i centri abitati ed entro i tratti di strade extraurbane, per i quali in considerazione di particolari situazioni di carattere non transitorio è imposto un limite di velocità non superiore a 50 km/h, salvo quanto previsto al comma 4, è vietato in tutti i punti indicati al comma 2, ed ove consentito ai sensi del Capo IV del Titolo II del presente regolamento, deve essere autorizzato ed effettuato nel rispetto delle seguenti distanze minime:
- a) mt. 25 dagli altri cartelli e mezzi pubblicitari, dai segnali di indicazione e dopo i segnali stradali di pericolo e di prescrizione, gli impianti semaforici e le intersezioni;
 - b) mt. 100 dagli imbocchi delle gallerie;
 - c) mt. 30 lungo le strade locali, prima dei segnali di pericolo e di prescrizione, degli impianti semaforici e delle intersezioni.
- Per le distanze dal limite della carreggiata si applicano le norme di cui al comma 5. Le distanze si applicano nel senso delle singole direttrici di marcia. I cartelli, le insegne di esercizio e gli altri mezzi pubblicitari non devono in ogni caso ostacolare la visibilità dei segnali stradali entro lo spazio di avvistamento.
4. Le norme di cui ai commi 1 e 3, e quella di cui al comma 2 limitatamente al posizionamento in curva, non si applicano per le insegne collocate parallelamente al senso di marcia dei veicoli ed in aderenza a fabbricati o, fuori dai centri abitati, ad una distanza di mt. 3 dal limite della sede stradale, sempre che siano rispettate le disposizioni dell'articolo 23, comma 1, del codice della strada.
5. Le distanze indicate ai commi 1 e 3 non devono essere rispettate per i cartelli e gli altri mezzi pubblicitari collocati in posizione parallela al senso marcia dei veicoli e posti in aderenza, per tutta la loro superficie, a fabbricati o comunque ad una distanza non inferiore a mt. 2 dal limite del manto stradale. Entro i centri abitati, il Capo IV del presente Regolamento ed il Piano Generale degli Impianti fissano i criteri di individuazione degli spazi ove è consentita la collocazione di tali cartelli e altri mezzi pubblicitari e le percentuali massime delle superfici utilizzabili per gli stessi rispetto alle superfici dei prospetti dei fabbricati o al fronte stradale.
6. Fuori dai centri abitati può essere autorizzata la collocazione per ogni senso di marcia, di un solo cartello pubblicitario di indicazione delle stazioni di rifornimento di carburante e delle stazioni di servizio, della superficie massima di mq. 4, ferme restando tutte le altre disposizioni del presente articolo. Le insegne di esercizio di cui sopra sono collocate nel rispetto delle distanze e delle norme di cui ai commi 2, 3 e 4, ad eccezione delle distanze dal limite della carreggiata.
7. Lungo le strade e in prossimità delle stesse è ammessa la posa in opera di cartelli o mezzi pubblicitari abbinati alla prestazione di servizi per gli utenti della strada, quali orologi, contenitori per rifiuti, panchine, pensiline, indicazione toponomastiche ed altre, sempre che siano rispettate le distanze minime previste dai commi 1 e 3. Nel caso in cui ciascun cartello

abbinato ad un servizio abbia una superficie di esposizione inferiore a mq. 1,00 non si applicano le distanze rispetto ai cartelli ed agli altri mezzi pubblicitari. Nei centri abitati è consentito il posizionamento di cartelli a libro ed in forma prismatica a base triangolare per un periodo non superiore a 90 giorni, continuativo o suddiviso nell'arco dell'anno solare e, in deroga alle distanze previste dal comma 3, punto a), nella quantità di uno per ogni 10 metri lineari rapportati alla lunghezza dell'immobile occupato dall'esercizio richiedente, concedibile solo in occasioni di vendite promozionali o straordinarie autorizzate dall'Ufficio Commercio. Il loro posizionamento non dovrà ostacolare la circolazione pedonale, lasciando lo spazio minimo di mt. 1,50 per la circolazione dei suddetti pedoni.

Potrà essere autorizzato, sentito il parere della Commissione Pubblicità, soltanto nei casi in cui non sia possibile alcuna altra forma pubblicitaria, che sia in forma mobile ed esposto soltanto all'inizio dell'orario di apertura esercizio (lo stesso ritirato all'interno a chiusura orario attività) e che comunque dalla base al marciapiede rimanga un passaggio utile di mt. 1,50 come da Codice della Strada.

Nei centri abitati è consentita la diffusione di messaggi pubblicitari utilizzando transenne parapetonali, come disciplinate dal Piano Impianti Pubblicitari, che ne determinano le dimensioni, le tipologie ed i colori, tenuto conto del circostante contesto storico ed architettonico e sempre che siano rispettate le disposizioni dell'art. 23, comma 1, del Codice della Strada.

8. I segnali orizzontali reclamistici sono ammessi unicamente:
 - a) all'interno di aree ad uso pubblico di pertinenza di complessi industriali o commerciali;
 - b) lungo il percorso di manifestazioni sportive o su aree delimitate destinate allo svolgimento di manifestazioni di vario genere, limitatamente al periodo di svolgimento delle stesse ed alle ventiquattro ore precedenti e successive. Ad essi non si applica il comma 2 e le distanze di cui ai commi 1 e 3 si applicano unicamente rispetto ai segnali stradali orizzontali.
 - c) all'interno di aree pedonali o su marciapiedi pubblici con pavimentazioni in cemento, asfalto o altri materiali non di pregio, per periodi complessivamente non superiori a novanta giorni l'anno e nel rispetto della concorrenza, e purché vengano assicurate le condizioni di sicurezza per l'utente della strada.

La pubblicità a pavimento è ammessa solo se realizzata con tecniche non invasive (vernici biodegradabili o pitture alimentari, pulizia del manto, ecc.) e le superfici interessate dovranno essere completamente ripristinate alla scadenza dell'autorizzazione rilasciata dall'ufficio tributi, senza l'utilizzo di additivi chimici;
 - d) per quanto attiene al centro storico, il Comune di Rovigo si doterà, in caso di richieste, entro il termine di sei mesi di un Regolamento che individui aree e determini le modalità tecniche di applicazione.
9. L'esposizione di striscioni, locandine e stendardi è ammessa unicamente durante il periodo di svolgimento della manifestazione o dello spettacolo cui si riferisce, oltre che durante la settimana precedente e le ventiquattro ore successive agli stessi. Per gli striscioni, le locandine e gli stendardi le distanze dagli altri cartelli e mezzi pubblicitari previste dai commi 1 e 3 si riducono rispettivamente a mt. 50 e mt. 12,50.
10. Fuori dai centri abitati è vietata la collocazione di cartelli ed altri mezzi pubblicitari a messaggio variabile, aventi un periodo di variabilità inferiore a 5 minuti, in posizione trasversale al senso di marcia dei veicoli.

Entro i centri abitati è vietata la collocazione di mezzi pubblicitari a messaggio variabile, aventi periodi di variabilità inferiore a 2 minuti, in posizione trasversale al senso di marcia.
11. E' vietata la collocazione di cartelli e di altri mezzi pubblicitari sui bordi dei marciapiedi e dei cigli stradali.

12. E' consentito l'utilizzo, a fini pubblicitari temporanei, di parte o dell'intera superficie di ponteggi degli spazi privati provvisori mediante l'esposizione di messaggi pubblicitari riprodotti su teli posti a protezione dell'attività di cantiere, anche in centro storico, con durata di 6 mesi rinnovabili solamente a proseguimento della stessa attività di cantiere. In caso di sospensione o interruzione dei lavori di cantiere, non è possibile il rinnovo di tale pubblicità temporanea. La titolarità al mantenimento del cantiere dovrà essere dimostrata attraverso idoneo titolo edilizio in corso di validità.

ART. 10 - UBICAZIONE DEI MEZZI PUBBLICITARI NELLE STAZIONI DI SERVIZIO E NELLE AREE DI PARCHEGGIO

1. Nelle stazioni di servizio e nelle aree di parcheggio possono essere collocati cartelli e mezzi pubblicitari la cui superficie complessiva non superi il 5% delle aree occupate dalle stazioni di servizio e dalle aree di parcheggio, se trattasi di strade di tipo C (strade extraurbane secondarie) e F (strade locali), e l'1% delle stesse aree se trattasi di strade di tipo A (autostrade) e B (strade extraurbane principali), sempre che gli stessi non siano collocati lungo il fronte stradale, lungo le corsie di accelerazione e decelerazione ed in corrispondenza degli accessi.
2. Nelle stazioni di servizio e nelle aree di parcheggio lungo le strade di tipo D (strade urbane di scorrimento) ed F (strade locali) si applicano le disposizioni del regolamento edilizio comunale.
3. In ognuno dei casi suddetti si applicano tutte le altre disposizioni del codice della strada e del presente regolamento.
4. Nelle aree di parcheggio è ammessa, in eccedenza alle superfici pubblicitarie computate in misura percentuale, la collocazione di mezzi pubblicitari abbinati alla prestazione di servizi per l'utenza della strada entro il limite di mq. 2 per ogni servizio prestato.

ART. 11 - TARGHE

1. Le targhe non luminose pubblicizzanti studi professionali, uffici, enti assicurativi, laboratori, ecc... possono avere dimensione massima di cm. 30x40. Le targhe mediche necessitano del parere preventivo della Commissione dell'Ordine dei Medici.
2. Nel caso di ubicazioni di più targhe, queste vanno collocate in appositi porta-targhe multiple da installare all'ingresso principale dell'edificio.

ART. 12 - TENDE PARASOLE

1. La pubblicità effettuata a mezzo di tende parasole poste su vetrine o ingressi di attività commerciali o artigianali si intende autorizzata contestualmente all'installazione della stessa ed è soggetta alle norme previste dai regolamenti speciali.

ART. 13 - BACHECHE

1. In centro storico la pubblicità effettuata su bacheche può essere autorizzata solo presso la sede dell'ente, club, associazione o altro che non persegua scopo di lucro, su appositi spazi a ciò adibiti, purchè l'attività pubblicizzata non abbia fine di lucro. In centro storico è consentita l'installazione di una bacheca per ogni sala cinematografica. Nelle aree dei sottoportici (Piazza Vittorio Emanuele II, Via Angeli e Via Cavour) la pubblicità è effettuata su bacheche di proprietà dell'azienda concessionaria del servizio pubblicità ed affissioni, alla quale dovranno rivolgersi i soggetti interessati al loro utilizzo.
2. Fuori dal centro storico è possibile installare bacheche, con pubblicità anche di natura commerciale, in numero massimo di due per ogni attività, di cui una nelle immediate

vicinanze della sede dell'attività e l'altra nel rimanente territorio comunale, ad esclusione del centro storico.

3. La superficie delle bacheche non potrà superare mq. 0,70 (1,00x0,70) in centro storico e mq. 1,00 (1,00x1,00) nel rimanente territorio e gli spazi interni dovranno essere usati ai soli fini informativi dell'attività svolta.

ART. 14 - FIORIERE

1. La pubblicità effettuata a mezzo fioriere o manufatti simili è autorizzata contestualmente all'installazione delle stesse in conformità al vigente regolamento edilizio, nonché ai regolamenti di occupazione suolo pubblico e di arredo urbano.

ART. 15 - STRISCIONI, STENDARDI O PLANCE E TABELLONI TEMPORANEI

1. La pubblicità mobile e temporanea è effettuata solamente in occasione di manifestazioni sportive, culturali, convegni, spettacoli ecc... Per ogni tipo di manifestazione è consentita l'installazione dei seguenti mezzi pubblicitari:
- striscioni e/o plance o simili (stendardi) e/o tabelloni.
2. Le plance o gli stendardi dovranno avere il formato del manifesto (mt. 1,40x0,70) e saranno installate lungo vie, piazze o incroci stradali nel numero indicato nella autorizzazione, che non potrà essere superiore alle 40 unità. In ogni caso non potrà essere autorizzata l'installazione di detti mezzi su supporti di pubblica utilità (es.: pali Enel, Telecom, ecc.).
3. In ogni manifesto è d'obbligo apporre una apposita freccia direzionale che indichi il percorso sulla viabilità principale fino ad arrivare al luogo della manifestazione.
I tabelloni si potranno collocare in vie, piazze o simili esterni al centro storico in un numero massimo complessivo di 5 con una superficie non superiore a mq. 6,00 cadauno.
Il tempo massimo di esposizione di plance, stendardi e tabelloni è di 15 giorni, salvo casi particolari debitamente motivati da valutare volta per volta.
4. Gli striscioni potranno essere collocati lungo le vie o piazze nelle posizioni stabilite dal piano degli impianti pubblicitari, comunque non più di uno nella stessa via. L'altezza dal piano stradale non potrà essere inferiore a mt. 6,00.

ART. 16 - PUBBLICITA' SUI VEICOLI

1. L'apposizione sui veicoli di scritte o insegne pubblicitarie luminose purché non intermittenti e non realizzate mediante messaggi variabili, è ammessa unicamente sui veicoli adibiti al servizio di taxi, quando circolano entro i centri abitati, alle seguenti condizioni:
 - a) che siano realizzate con un pannello rettangolare piano bifacciale, saldamente ancorato al di sopra dell'abitacolo del veicolo e posto in posizione parallela al senso di marcia;
 - b) che espongano messaggi di immediata percezione che non impegnino particolarmente l'attenzione dei conducenti di altri veicoli;
 - c) che siano resa luminosa solamente in condizioni di marcia del veicolo;
 - d) che il pannello abbia le dimensioni esterne di cm. 75x35 e le dimensioni utili per l'esposizione del messaggio pubblicitario siano di cm. 70x30;
 - e) che la superficie di esposizione sia realizzata, in misura non inferiore a 4/10, con un colore di fondo neutro;
 - f) che siano esclusi i colori rosso, verde e giallo;
 - g) che l'intensità del pannello non sia superiore a 100 wolt per metro quadrato.
2. L'apposizione sui veicoli di pubblicità non luminosa è consentita, salvo quanto previsto ai successivi commi 3 e 4, unicamente se non effettuata per conto terzi a titolo oneroso e se realizzata senza creare sporgenze rispetto alla superficie del veicolo.

- Sulle autovetture ad uso privato è consentita unicamente l'apposizione del marchio e della ragione sociale della ditta cui appartiene il veicolo.
3. La pubblicità non luminosa per conto terzi è consentita sui veicoli adibiti al trasporto di linea alle seguenti condizioni:
 - a) che non sia realizzata mediante messaggi variabili;
 - b) che non sia esposta sulla parte anteriore del veicolo;
 - c) che sulle altre parti del veicolo sia limitata alle superfici distanti dai dispositivi di segnalazione visiva e di illuminazione e dalle targhe almeno cm. 20, riducibili a cm. 10 sulle parti laterali;
 - d) che sia contenuta entro forme geometriche regolari;
 - e) che, se realizzata mediante pannelli aggiuntivi, gli stessi non sporgano di oltre cm. 3 rispetto alla superficie sulla quale sono applicati.
 4. La pubblicità non luminosa per conto terzi è consentita sui veicoli adibiti al servizio taxi, nonché sui veicoli per uso speciale omologati per tale uso e rientranti nella classificazione di cui all'art. 203 (art. 54 C.d.S.) del Regolamento di attuazione del Codice della Strada alle seguenti condizioni:
 - a) che sia realizzata con un pannello rettangolare piano bifacciale, saldamente ancorato al di sopra dell'abitacolo del veicolo e posto in posizione parallela al senso di marcia;
 - b) che il pannello abbia le dimensioni esterne di cm. 75x35;
 - c) che non sia realizzata mediante messaggi variabili.
 5. L'apposizione di scritte e messaggi pubblicitari rifrangenti è ammessa sui veicoli unicamente alle seguenti condizioni:
 - a) che la pellicola utilizzata abbia caratteristiche di rifrangenza non superiori a quelle di classe 1^a;
 - b) che la superficie della parte rifrangente non occupi più di due terzi della fiancata del veicolo e comunque non sia superiore a mq. 3,00;
 - c) che il colore bianco sia contenuto in misura non superiore ad 1/6 della superficie;
 - d) che sia esposta unicamente sui fianchi del veicolo a distanza non inferiore a cm. 70 dai dispositivi di segnalazione visiva;
 - e) che non sia realizzata mediante messaggi variabili.
 6. In tutti i casi di cui ai commi precedenti le scritte, i simboli e la combinazione dei colori non devono generare confusione con i segnali stradali e in particolare non devono avere: forme di disco o di triangolo; disegni confondibili con i simboli segnaletici regolamentari di pericolo, obbligo, prescrizione o indicazione; colore rosso, salvo che per la riproduzione di marchi depositati nei limiti di 1/5 della superficie utilizzata.
 7. E' vietata qualunque forma di pubblicità luminosa all'interno dei veicoli.

ART. 17 - PUBBLICITA' FONICA

1. La pubblicità fonica è consentita nei limiti previsti dal presente Regolamento e dal Codice della Strada. Nel territorio comunale, la pubblicità fonica è consentita solo dalle ore 9 alle ore 12 e dalle ore 16 alle ore 19 agli utenti regolarmente autorizzati, con esclusione delle zone di Via Verdi, Via Mure Soccorso, Via Celio e Piazza Vittorio Emanuele II° e delle zone poste nel raggio di mt. 300 da Ospedali, Case di Riposo e Scuole. In deroga a quanto sopra, possono essere diffusi unicamente messaggi di pubblico interesse disposti dall'autorità di pubblica sicurezza o dal Sindaco.
2. La pubblicità fonica è consentita in tutto il territorio comunale, previa autorizzazione del Sindaco, ai candidati a cariche pubbliche, per tutto il periodo della campagna elettorale.

ART. 18 - MEZZI PUBBLICITARI VIETATI

1. Sono vietate le insegne, i cartelli, gli altri mezzi pubblicitari e le sorgenti luminose visibili dai veicoli transitanti sulle strade che per forma, disegno, colorazione o ubicazione possono, a giudizio dell'Ente proprietario della strada, ingenerare confusione con i segnali stradali o con le segnalazioni luminose di circolazione, ovvero renderne difficile la comprensione, nonché le sorgenti luminose che producano abbagliamento.
2. Non è ammessa l'installazione di cartelli e mezzi pubblicitari in zone soggette a vincoli storico-artistici ed in zone di rispetto e di tutela delle bellezze naturali, ai sensi del Decreto Legislativo del 22/01/2004, n. 42 intitolato "Codice dei Beni Culturali e del Paesaggio" e successive modificazioni ed integrazioni. Qualora per i cartelli e per i mezzi pubblicitari venga richiesta la collocazione entro un raggio di mt. 100 dalle suddette zone di vincolo, la stessa sarà valutata caso per caso con eventuale richiesta di parere alla Soprintendenza per i Beni Architettonici e Paesaggistici.
3. Nel caso in cui lateralmente alla sede stradale ed in corrispondenza del luogo in cui viene richiesto il collocamento della pubblicità esistano, ad una distanza inferiore a mt. 3 dalla carreggiata, ostacoli naturali, ovvero muri, alberature o siepi di recinzioni, il collocamento della stessa potrà essere consentito in allineamento con l'ostacolo di cui trattasi, ma mai a distanza non inferiore ad esso rispetto alla strada.
4. Nel determinare le distanze tra cartello e cartello pubblicitario e per evitare fenomeni di assieppamento o di occlusione, sarà osservata all'interno dei centri abitati una distanza non inferiore a mt. 25 tra cartello o mezzo pubblicitario ed altro cartello. Le misure prescritte si applicano dai segnali stradali e da cartello a cartello, nel senso delle singole direttrici di marcia e non si applicano quando la pubblicità sia infissa contro edifici o muri preesistenti.
5. E' vietato ogni tipo di pubblicità sulle opere d'arte, gli alberi, i dispositivi di protezione marginali e su tutte le altre opere complementari attinenti alle strade.
6. Fuori dai centri abitati è vietata ogni tipo di pubblicità sui ponti, i parapetti, i cavalcavia e le loro rampe.
7. Le insegne informative o pubblicitarie possono essere installate di norma solo in corrispondenza dell'attività che si intende reclamizzare; potranno essere prese in considerazione iniziative collettive e di associazioni di categoria o enti pubblici, da valutare caso per caso.
8. Eccezionalmente e per periodi limitati, possono essere autorizzate forme di informazione e pubblicità riferite a specifiche strutture insediate, collocabili sulle stesse o nelle immediate vicinanze della stessa su supporti in tela o materiale simile e di dimensioni compatibili con le caratteristiche del luogo prescelto.

ART. 19 - TARGHETTE DI IDENTIFICAZIONE

1. Su ogni cartello o mezzo pubblicitario autorizzato dovrà essere saldamente fissata, a cura e spese del titolare dell'autorizzazione, una targhetta metallica, posta in posizione facilmente accessibile in corrispondenza del lato cornice superiore, sulla quale riportare, con caratteri incisi, i seguenti dati:
 - a) amministrazione rilasciante;
 - b) soggetto titolato;
 - c) numero dell'autorizzazione;
 - d) progressiva chilometrica del punto di installazione;
 - e) data di scadenza.
2. La targhetta di cui al comma precedente deve essere sostituita ad ogni rinnovo dell'autorizzazione ed ogni qualvolta intervenga una variazione di uno dei dati sulla stessa riportati.

ART. 20 - AUTORIZZAZIONI

1. L'autorizzazione al posizionamento di cartelli e di altri mezzi pubblicitari fuori dai centri abitati, lungo le strade o vista di esse, richiesta dall'articolo 23, comma 4, del Codice della Strada, è rilasciata:
 - a) per le strade e le autostrade statali: dalla direzione compartimentale dell'Anas competente per territorio o dagli uffici speciali per le autostrade;
 - b) per le autostrade in concessione: dalla società concessionaria;
 - c) le strade Regionali, Provinciali, Comunali e di proprietà di altri Enti: dalle rispettive Amministrazioni;
 - d) per le strade militari: dal comando territoriale competente.All'interno dei centri abitati con popolazione inferiore a 10.000 abitanti, l'autorizzazione è rilasciata dal Comune previo nulla osta dell'Ente proprietario della strada e comunque secondo il disposto dell'art. 26 del Codice della Strada.
2. In conformità a quanto dispone la Legge 18/03/1959, n. 132 e successive modificazioni ed integrazioni, è riservato allo Stato il diritto di effettuare la pubblicità sui beni demaniali e patrimoniali affidati alle Ferrovie dello Stato, nonché sui veicoli di proprietà privata circolanti sulle linee ferroviarie. Quando la pubblicità di cui sopra è visibile e percepibile anche da vie o piazze pubbliche è sottoposta anche all'autorizzazione (sia pubblicitaria che a fini affissionistici) da parte del Comune.
3. Il soggetto interessato al rilascio di una autorizzazione per l'installazione di cartelli o di altri mezzi pubblicitari deve presentare la relativa domanda in carta legale presso il competente ufficio dell'ente indicato ai commi precedenti, indicando le precise generalità, sede ed il proprio codice fiscale.

Alla domanda dovrà essere allegata:

 - a) planimetria della zona, con riportata la posizione per la quale si richiede l'autorizzazione all'installazione. Possono essere allegati anche più bozzetti, precisando il tempo di esposizione previsto per ciascuno di essi, che, comunque, non può essere inferiore a tre mesi. Se la domanda è relativa a cartelli o altri mezzi pubblicitari per l'esposizione di messaggi variabili devono essere allegati i bozzetti di tutti i messaggi previsti.
 - b) copia del bozzetto del messaggio da esporre, con misure, colori e dicitura;
 - c) fotografia con indicazione, collocazione e dell'oggetto e dell'insieme in cui si colloca;
 - d) una autodichiarazione, redatta ai sensi del D.P.R. 445/2000 e successive modifiche, con la quale si attesta che il manufatto che si intende collocare 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.
4. L'ufficio competente concede o nega l'autorizzazione entro i termini di cui al regolamento di attuazione della Legge 241/1990. In caso di diniego, questo deve essere sufficientemente motivato.
5. L'autorizzazione all'installazione di cartelli o di mezzi pubblicitari ha validità per un periodo di anni 3 ed è rinnovabile a richiesta; essa deve essere intestata al soggetto richiedente.
6. Il soggetto richiedente, dopo il rilascio dell'autorizzazione, dovrà presentare al concessionario del servizio pubblicità la dichiarazione prevista dall'articolo 8 del D.Lgs. 15/11/1993, n. 507.
7. Qualora il soggetto titolare dell'autorizzazione intenda variare il messaggio pubblicitario riportato su un cartello o su un altro mezzo pubblicitario, deve fare apposita comunicazione al Comune ed al concessionario del servizio pubblicità, allegando il bozzetto del nuovo messaggio e richiamando gli estremi della autorizzazione originaria. La validità della suddetta comunicazione è la stessa della autorizzazione originaria.

8. Gli enti proprietari delle strade indicati al comma 1 sono tenuti a mantenere un registro delle autorizzazioni rilasciate che contenga, in ordine cronologico, l'indicazione della domanda, del rilascio dell'autorizzazione ed una sommaria descrizione del cartello o mezzo pubblicitario autorizzato; le posizioni autorizzate dei cartelli e degli altri mezzi pubblicitari devono essere riportate nel catasto stradale. Non è sottoposta a preventiva autorizzazione, anche se soggetta ad imposta, la pubblicità effettuata all'interno dei luoghi aperti al pubblico (impianti sportivi privati o in concessione a privati, stazioni ferroviarie e di trasporto pubblico), nonché la pubblicità sulle vetrine dei negozi (c.d. "vetrofanie").
L'installazione dei mezzi pubblicitari autorizzati dovrà avvenire entro 90 giorni dal rilascio/emissione dell'autorizzazione, pena la decadenza della stessa, fatte salve le installazioni che necessitano di eventuali nulla osta / autorizzazioni / concessioni / pareri rilasciati da altri enti e/o cauzioni richieste da altri settori. In tali ipotesi, l'installazione dovrà avvenire, pena la decadenza dell'autorizzazione, entro il termine massimo di 180 giorni dall'invio della comunicazione relativa al parere espresso dalla Commissione comunale pubblicità.
9. L'autorizzazione si intende automaticamente decaduta qualora il soggetto titolare della medesima non effettui il pagamento dell'imposta di pubblicità entro l'anno solare di competenza.
10. E' consentita, previa regolare richiesta di autorizzazione, l'esposizione di cartelli a fini pubblicitari presso aree di cantiere, anche in centro storico, con durata triennale rinnovabile. La posizione di tali cartelli di cantiere può essere variata, durante il periodo triennale di validità dell'autorizzazione, con la sola comunicazione all'azienda concessionaria del servizio pubblicità.

ART. 21 - AUTORIZZAZIONI TEMPORANEE

1. Le autorizzazioni temporanee sono rilasciate a termine con le modalità di cui all'articolo precedente ed alla loro scadenza è fatto obbligo di rimuovere il mezzo pubblicitario, ripristinando le situazioni e i luoghi nello stato originario, senza creare alcun danno al patrimonio pubblico. L'installazione dei manufatti di cui sopra non dovrà in alcun modo impedire o ostacolare il traffico pedonale o veicolare, né dovrà ingenerare confusione nella segnaletica stradale.
2. La pubblicità effettuata mediante locandine da collocare a cura dell'utenza all'esterno o all'interno di locali pubblici o aperti al pubblico è autorizzata dal concessionario del servizio pubblicità ed affissioni, previo pagamento dell'imposta, mediante la semplice apposizione di timbro con la data di scadenza dell'esposizione.
3. La pubblicità effettuata mediante collocazione di cartelli a libro o in forma prismatica a base triangolare da collocare a cura dell'utente all'esterno dell'attività è autorizzata dall'ufficio pubblicità mediante acquisizione di parere dell'Ufficio Viabilità presso il Comando di Polizia Locale e previo pagamento dell'imposta dovuta, su richiesta del titolare dell'esercizio per pubblicità inerente l'attività esercitata per un periodo non superiore a 90 giorni, continuativo o suddiviso nell'arco dell'anno solare.
4. La pubblicità effettuata mediante la collocazione di striscioni pubblicitari stradali di dimensioni mt. 6x1 è autorizzata dall'ufficio pubblicità, su presentazione di regolare domanda, previa verifica della posizione indicata nell'allegato "C" al piano degli impianti pubblicitari e degli altri requisiti previsti dal comma 4 dell'articolo 15 del presente regolamento.
5. La pubblicità effettuata mediante la collocazione di cartelli temporanei di dimensioni massime pari a mt. 1,00x1,40 è autorizzata dall'ufficio pubblicità, su presentazione di regolare domanda relativa a vendite promozionali o nuove aperture o manifestazioni

culturali/sportive per un periodo non superiore a 90, continuativo o suddiviso nell'arco dell'anno solare, previa verifica delle posizioni indicate nell'allegato "M" al piano degli impianti pubblicitari e degli altri requisiti stabiliti dall'articolo 17 dello stesso.

6. La collocazione di tabelloni o schermi pubblicitari luminosi o illuminati in forma temporanea è autorizzata su parere favorevole del Settore Urbanistica.

ART. 22 - OBBLIGHI DEL TITOLARE DELL'AUTORIZZAZIONE

1. E' fatto obbligo al titolare dell'autorizzazione di:
 - a) verificare 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 loro buon mantenimento;
 - c) adempiere nei tempi richiesti a tutte le prescrizioni impartite dall'ente competente al momento del rilascio dell'autorizzazione od anche successivamente per intervenute e motivate esigenze;
 - d) procedere alla rimozione nel caso di decadenza o revoca dell'autorizzazione o di insussistenza delle condizioni di sicurezza previste all'atto dell'installazione o di motivata richiesta da parte dell'ente competente al rilascio.
2. E' fatto obbligo al titolare dell'autorizzazione, rilasciata per la posa di segni orizzontali reclamistici, nonché di striscioni, locandine e stendardi, nei casi previsti dall'articolo 15, di provvedere alla rimozione degli stessi entro le ventiquattro ore successive alla conclusione della manifestazione o dello spettacolo per il cui svolgimento sono stati autorizzati, ripristinando il preesistente stato dei luoghi ed il grado di aderenza delle superfici stradali.

ART. 23 - COMMISSIONE PUBBLICITA'

1. Tutti i mezzi pubblicitari da installare sono soggetti all'approvazione della Commissione Comunale Pubblicità, previo sopralluogo tecnico da parte del competente Ufficio Viabilità presso il Comando di Polizia Locale.

La commissione pubblicità è composta:

- dal Dirigente del Settore Bilancio e Finanze o suo delegato;
- dal Funzionario dell'Ufficio Tributi o suo delegato;
- dal Dirigente del Settore Polizia Locale o suo delegato;
- dal Dirigente del Settore Opere Pubbliche o suo delegato;
- dal Dirigente del Settore Urbanistica o suo delegato;
- da un Rappresentante del Settore designato dalle Associazioni di Categoria;
- dall'addetto all'Ufficio Pubblicità come Segretario verbalizzante.

2. Tutti i mezzi pubblicitari da installare in centro storico e quelli in aderenza a fabbricati sono soggetti anche al parere preventivo della Commissione Edilizia Comunale Ordinaria.

Nota: il comma 2 è disapplicato dal 01/07/2009, a seguito delibera di C.C. N° 37 del 29/06/2009.

ART. 24 - VIGILANZA

1. Gli uffici preposti vigilano, a mezzo del proprio personale, sulla corretta realizzazione e sull'esatto posizionamento dei cartelli e degli altri mezzi pubblicitari rispetto a quanto autorizzato, nonché sullo stato di conservazione e di buona manutenzione dei cartelli e degli altri mezzi pubblicitari oltre che sui termini di scadenza delle autorizzazioni rilasciate.
2. Qualunque inadempienza venga rilevata da parte del personale incaricato della vigilanza è contestata, a mezzo di specifico verbale, al soggetto titolare dell'autorizzazione, che deve provvedere entro il termine fissato. Decorso tale termine e valutate le osservazioni avanzate entro dieci giorni, si provvede d'ufficio rivalendosi per le spese sul soggetto titolare dell'autorizzazione.

3. La vigilanza può essere inoltre svolta da tutto il personale di cui all'articolo 12, comma 1, del Codice della Strada, il quale trasmette le proprie segnalazioni per i provvedimenti di competenza.
4. Limitatamente al disposto dell'articolo 23, comma 3, del Codice della Strada, la vigilanza può essere svolta, nell'ambito delle rispettive competenze, anche da funzionari dei Ministeri dell'ambiente e dei beni culturali, i quali trasmettono le proprie segnalazioni per i provvedimenti di competenza.
5. Tutti i messaggi esposti difformemente dalle autorizzazioni rilasciate dovranno essere rimossi, previa contestazione scritta, a cura e spese del soggetto titolare dell'autorizzazione o del concessionario, entro il termine di otto giorni dalla diffida pervenuta. In caso di inottemperanza si procede alla rimozione d'ufficio.

ART. 25 - RIMOZIONE DI MEZZI PUBBLICITARI ABUSIVI E NON

1. I cartelli e gli altri mezzi pubblicitari non autorizzati debbono essere rimossi, a cura e spese del proprietario, entro il termine massimo fissato nella diffida del Comune.
Tutti i mezzi pubblicitari esposti o installati in difformità dalle autorizzazioni dovranno essere rimossi a cura e spese del proprietario del mezzo stesso entro il termine indicato nella diffida del Comune.
Decorso inutilmente tale termine, si provvederà d'ufficio addebitando le relative spese al responsabile.
I mezzi pubblicitari rimossi d'ufficio saranno depositati in luogo idoneo, con addebito delle eventuali spese di custodia al responsabile.
2. Tutti i manufatti installati in assenza di autorizzazione o difformi dalla stessa saranno contravenuti con le sanzioni previste dal Titolo V del presente regolamento.
3. L'Amministrazione Comunale si riserva la facoltà di revoca delle autorizzazioni già rilasciate nel caso in cui convenga che i manufatti installati deturpino l'ambiente, non rispondano a requisiti di ordine e decoro in materia di arredo urbano, costituiscano disturbo o confusione visiva, ingenerino confusione alla segnaletica stradale o alla circolazione e/o per altri motivi di pubblico interesse.

ART. 26 - ADATTAMENTI DELLE FORME DI PUBBLICITA' ESISTENTI ALLA ENTRATA IN VIGORE DEL PRESENTE REGOLAMENTO

1. I cartelli o mezzi pubblicitari installati sulla base di autorizzazioni in essere e non più rispondenti alle disposizioni del presente Regolamento devono essere rimossi entro dodici mesi dalla entrata in vigore dello stesso, a cura e a spese del titolare dell'autorizzazione, fatto salvo il diritto dello stesso al rimborso della somma anticipata per la residua durata dell'autorizzazione non sfruttata. Entro il suddetto termine dovranno essere ricollocate le frecce direzionali, tenendo conto del disposto di cui all'art. 6 del presente Regolamento, nonché delle prescrizioni del Piano Generale degli Impianti.
2. Per i cartelli e gli altri mezzi pubblicitari per i quali, in base alle distanze minime previste dall'articolo 9 occorre provvedere, a cura e spese del titolare dell'autorizzazione, alla rimozione, si procederà, per ogni lato della strada, nella direzione inversa al corrispondente senso di marcia, se possibile effettuando gli spostamenti unicamente di quei cartelli non più conformi alle prescrizioni del regolamento e collocandoli negli interspazi risultanti tra i successivi punti di riferimento (intersezioni, segnali stradali). I cartelli e gli altri mezzi pubblicitari che non possono più trovare collocazione in ciascuno degli interspazi devono essere rimossi e possono essere ricollocati in altro tratto stradale disponibile solo dopo il rilascio di una nuova autorizzazione per la diversa posizione, fermi restando la durata e gli importi già corrisposti per l'autorizzazione originaria.

La revoca delle autorizzazioni non più conformi e non ricollocabili sarà effettuata prendendo come riferimento la data di ricevimento della originaria richiesta di autorizzazione e procedendo da quella più recente.

TITOLO II

REGOLAMENTO PER L'APPLICAZIONE DELL'IMPOSTA COMUNALE SULLA PUBBLICITÀ E DEL DIRITTO SULLE PUBBLICHE AFFISSIONI NONCHÉ DISCIPLINA DEL SERVIZIO

CAPO I

ART. 27 - AMBITO DI APPLICAZIONE

1. La pubblicità esterna e le pubbliche affissioni, in qualsiasi modo siano eseguite nell'ambito del territorio comunale, sono soggette rispettivamente ad una imposta o al pagamento di un diritto a favore del Comune di Rovigo.

ART. 28 - CLASSIFICAZIONE DEL COMUNE

1. A norma dell'art. 2 del D.Lgs. 15/11/1993, n. 507, il Comune di Rovigo appartiene alla classe 3^a, avendo una popolazione residente di n. 53.379 (alla data del 31 Dicembre 2011).
2. Al verificarsi di variazioni nella consistenza della popolazione con riferimento a quanto stabilito nel precedente comma, che comportino la modifica della classe di appartenenza, la Giunta Comunale ne prende atto e contestualmente dispone l'adeguamento delle tariffe per l'anno successivo.

ART. 29 - CATEGORIA DELLE LOCALITÀ

1. Agli effetti dell'applicazione dell'imposta sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni, limitatamente alle affissioni di carattere commerciale, sono considerate di Categoria Speciale le località del territorio comunale indicate nell'allegata planimetria facente parte integrante del presente regolamento.
2. Le località in categoria speciale si riferiscono al centro abitato delimitato ai sensi dell'art. 4 del D.Lgs. 30 Aprile 1992, n. 265, giusta deliberazione consiliare n. 26 del 11/04/1994 e successive modifiche ed integrazioni.
3. Alla categoria speciale è applicata una maggiorazione del 100% della tariffa normale. La superficie delle località comprese nella categoria speciale non supera il 35% dell'intero centro abitato del Comune di Rovigo come sopra delimitato.
4. La superficie degli impianti per pubbliche affissioni installati in categoria speciale non supera il 50% della superficie complessiva degli stessi nell'intero territorio comunale.

ART. 30 - CANONI E ALTRE TASSE

1. Qualora la pubblicità sia effettuata su impianti installati su beni appartenenti o dati in godimento al Comune, l'applicazione dell'imposta di pubblicità non esclude l'applicazione della tassa occupazione spazi ed aree pubbliche.
2. Il Comune può inoltre avvalersi della facoltà di applicare canoni di concessione costituenti corrispettivo per l'uso dell'area pubblica.

CAPO II

IMPOSTA SULLA PUBBLICITA'

ART. 31 - PRESUPPOSTO DELL'IMPOSTA

1. La diffusione di messaggi pubblicitari effettuata attraverso forme di comunicazione visive o acustiche diverse da quelle assoggettate al diritto sulle pubbliche affissioni, in luoghi pubblici o aperti al pubblico o che sia da tali luoghi percepibile, è soggetta all'imposta sulla pubblicità.
2. Ai fini dell'imposizione si considerano rilevanti i messaggi diffusi nell'esercizio di una attività economica allo scopo di promuovere la domanda di beni o servizi, ovvero finalizzati a migliorare l'immagine del soggetto pubblicizzato.

ART. 32 - SOGGETTO PASSIVO

1. Soggetto passivo principale dell'imposta sulla pubblicità è colui che dispone a qualsiasi titolo del mezzo attraverso il quale il messaggio pubblicitario viene diffuso.
2. E' solidalmente obbligato al pagamento dell'imposta colui che produce o vende la merce o fornisce i servizi oggetto della pubblicità, cioè il soggetto pubblicizzato.

ART. 33 - TARIFFE DELL'IMPOSTA

1. Le tariffe relative all'imposta di pubblicità e ai diritti sulle pubbliche affissioni sono deliberate entro la data fissata da norme statali per la deliberazione del bilancio di previsione. Dette deliberazioni, anche se approvate successivamente all'inizio dell'esercizio purché entro il termine innanzi indicato, hanno effetto dal 1° Gennaio dell'anno di riferimento.
2. In caso di mancata approvazione entro il suddetto termine, le tariffe e le aliquote si intendono prorogate di anno in anno.

ART. 34 - MODALITA' DI APPLICAZIONE DELL'IMPOSTA

1. L'imposta sulla pubblicità si determina in base alla superficie della minima figura geometrica piana in cui è circoscritto il mezzo pubblicitario indipendentemente dal numero dei messaggi in esso contenuti.
2. Le superfici inferiori ad un metro quadrato si arrotondano per eccesso al metro quadrato e le frazioni di esso, oltre il primo, a mezzo metro quadrato; non si fa luogo ad applicazione di imposta per superfici inferiori a trecento centimetri quadrati.
3. Per i mezzi pubblicitari polifacciali l'imposta è calcolata in base alla superficie complessiva adibita alla pubblicità. Le superfici vanno considerate separatamente e quindi per ciascuna di esse, dato atto che ognuna è funzionalmente destinata a diffondere uno specifico messaggio.
4. Le iscrizioni pubblicitarie, espresse anche in forma simbolica, non collocate su struttura propria sono assoggettate all'imposta per la superficie corrispondente all'ideale figura piana minima in cui sono comprese.
5. 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.
6. I festoni di bandierine e simili nonché i mezzi di identico contenuto, ovvero riferibili al medesimo soggetto passivo, collocati in connessione tra loro e quindi funzionalmente finalizzati a diffondere nel loro insieme lo stesso mezzo pubblicitario o ad accrescerne

l'efficacia si considerano, agli effetti del calcolo della superficie imponibile, come un unico mezzo pubblicitario.

7. Qualora la pubblicità ordinaria e quella effettuata con veicoli venga svolta in forma luminosa o illuminata, la tariffa di imposta è maggiorata del 100%.
8. Le maggiorazioni di imposta a qualunque titolo previste sono cumulabili e devono essere applicate alla tariffa base; le riduzioni non sono cumulabili.

ART. 35 - DICHIARAZIONE

1. Ottenuta l'autorizzazione il soggetto passivo di cui all'art. 32 è tenuto, prima di iniziare la pubblicità, a presentare al concessionario del servizio pubblicità ed affissioni apposita dichiarazione nella quale devono essere indicate le caratteristiche, la durata della pubblicità e l'ubicazione dei mezzi pubblicitari utilizzati.
2. Il modello di dichiarazione, esente da bollo, è predisposto dal Comune e messo a disposizione degli interessati.
3. La dichiarazione deve essere presentata anche nei casi di variazione della pubblicità che comportino la modificazione della superficie esposta o del tipo di pubblicità effettuata, ad esclusione della variazione per difetto della durata, con conseguente nuova imposizione; è fatto obbligo al Comune di procedere al conguaglio fra l'importo dovuto in seguito alla nuova dichiarazione e quello pagato per lo stesso periodo.
4. La dichiarazione della pubblicità annuale ha effetto anche per gli anni successivi, purché non si verifichino modificazioni degli elementi dichiarati cui consegua un diverso ammontare dell'imposta dovuta: tale pubblicità si intende prorogata con il pagamento della relativa imposta effettuata entro il 31 Gennaio dell'anno di riferimento, sempre che non venga presentata denuncia di cessazione entro il medesimo termine.
5. Qualora venga omessa la presentazione della dichiarazione, la pubblicità ordinaria, la pubblicità con veicoli e la pubblicità con pannelli luminosi si presumono effettuate 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. 36 - PAGAMENTO DELL'IMPOSTA

1. L'imposta per la pubblicità è dovuta per anno solare indipendentemente dal periodo effettuato. Il pagamento dell'imposta deve essere effettuato mediante versamento a mezzo di conto corrente postale intestato al Comune ovvero, in caso di affidamento in concessione, al suo concessionario, entro il 31 Gennaio di ogni anno.
2. L'attestazione dell'avvenuto pagamento deve essere allegata alla prescritta dichiarazione.
3. Per la pubblicità relativa a periodi inferiori all'anno solare l'imposta deve essere corrisposta in unica soluzione; per la pubblicità annuale può essere corrisposta in rate trimestrali anticipate qualora sia di importo superiore a Euro 1.549,37 con scadenza 31 Gennaio, 30 Aprile, 31 Luglio e 31 Ottobre.

ART. 37 - PUBBLICITA' 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 si applica per anno solare e per ogni metro quadrato di superficie.
2. Per le fattispecie pubblicitarie, escluse quelle effettuate mediante affissione diretta, che abbiano durata non superiore a tre mesi si applica per ogni mese o frazione l'imposta pari ad un decimo di quella prevista.

3. Per la pubblicità di cui ai commi precedenti che abbia superficie compresa tra mq. 5,50 e 8,50 la tariffa dell'imposta è maggiorata del 50%; per quella di superficie superiore a mq. 8,50 la maggiorazione è del 100%.

ART. 38 - AFFISSIONE DIRETTA

1. La pubblicità effettuata mediante affissione diretta, anche per conto altrui, di manifesti e simili su apposite strutture adibite alla esposizione di tali mezzi è soggetta all'imposta di pubblicità in base alla superficie complessiva degli impianti.
2. Il pagamento dell'imposta è riferito unicamente ad anno solare, indipendentemente dal periodo di effettiva esposizione.

ART. 39 - PUBBLICITA' EFFETTUATA CON VEICOLI

1. Per la pubblicità visiva effettuata per conto proprio o altrui all'interno e 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 per la pubblicità ordinaria dall'art. 37, comma 1; per la pubblicità effettuata all'esterno dei veicoli suddetti sono dovute le maggiorazioni previste dall'art. 37, comma 2, per il grande formato. L'imposta è dovuta per i veicoli adibiti ad uso pubblico per i quali il Comune di Rovigo ha rilasciato la licenza d'esercizio dell'attività.
2. Per i mezzi adibiti a servizio di linea interurbana che iniziano o terminano la corsa nel Comune di Rovigo, l'imposta è dovuta nella misura ridotta del 50%. L'imposta è altresì dovuta per i veicoli adibiti ad uso privato il cui proprietario abbia la residenza anagrafica o la sede nel Comune di Rovigo.
3. Per la pubblicità effettuata per conto proprio su veicoli di proprietà dell'impresa o adibiti al trasporto per suo conto, l'imposta è dovuta per anno solare al Comune di Rovigo se ed in quanto nello stesso abbia sede l'impresa stessa o qualsiasi altra sua dipendenza, ovvero vi siano 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.
4. Per i veicoli circolanti con rimorchio l'imposta è raddoppiata. Per i veicoli di proprietà dell'impresa o adibiti ai trasporti per suo conto non è dovuta l'imposta per l'indicazione del marchio, della ragione sociale e dell'indirizzo dell'impresa, purché sia apposta non più di due volte e ciascuna iscrizione non sia di superficie superiore a mezzo metro quadrato.
- 4.bis. L'imposta non è dovuta altresì per l'indicazione, sui veicoli utilizzati per il trasporto, della ditta e dell'indirizzo dell'impresa che effettua l'attività di trasporto, anche per conto terzi, limitatamente alla sola superficie utile occupata da tali indicazioni.
5. E' fatto obbligo di conservare l'attestazione dell'avvenuto pagamento dell'imposta e di esibirla a richiesta degli agenti autorizzati.

ART. 40 - PUBBLICITA' EFFETTUATA CON PANNELLI LUMINOSI E PROIEZIONI

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

conto proprio dall'impresa si applica l'imposta in misura pari alla metà delle rispettive tariffe.

3. Per la pubblicità realizzata in luoghi pubblici aperti al pubblico attraverso diapositive, proiezioni luminose o cinematografiche effettuate su schermi o pareti riflettenti, si applica l'imposta per ogni giorno, indipendentemente dal numero dei messaggi e dalla superficie della proiezione.
4. Qualora tale pubblicità abbia durata superiore a trenta giorni, dopo tale periodo si applica l'imposta giornaliera pari alla metà di quella prevista.

ART. 40-BIS – NORME PARTICOLARI IN MATERIA DI PUBBLICITA' A MESSAGGIO VARIABILE

1. Si definisce impianto a messaggio variabile qualunque manufatto finalizzato alla pubblicità sia di prodotti che di attività e caratterizzato dalla variabilità del messaggio e/o delle immagini trasmesse. Può essere luminoso per luce diretta oppure per luce indiretta e deve avere dimensione massima pari a mq. 12.
2. All'interno del centro abitato, la distanza minima tra impianti luminosi con schermo a led è fissata in metri 100.
3. Fuori dai centri abitati è vietata la collocazione in posizione trasversale al senso di marcia dei veicoli di cartelli ed altri mezzi pubblicitari a messaggio variabile, aventi un periodo di variabilità inferiore a cinque minuti.
4. Entro i centri abitati gli impianti pubblicitari aventi messaggio variabile dovranno avere un variabilità non inferiore a 30 secondi.

ART. 41 - PUBBLICITA' VARIA

1. Per la pubblicità effettuata con striscioni o altri mezzi simili che attraversano strade o piazze, la tariffa dell'imposta, per ciascun metro quadrato e per ogni periodo di esposizione di quindici giorni o frazione, è pari a quella prevista dall'articolo 37, comma 1, del presente regolamento senza la maggiorazione prevista per il grande formato.
2. Per la pubblicità effettuata da aeromobili mediante scritte, striscioni, disegni fumogeni, lancio di oggetti o manifestini, ivi compresa quella eseguita su specchi d'acqua, per ogni giorno o frazione, indipendentemente dai soggetti pubblicizzati, è dovuta la relativa imposta.
3. Per la pubblicità eseguita con palloni frenati e simili, l'imposta è pari alla metà di quella prevista per gli aeromobili.
4. Per la pubblicità effettuata mediante distribuzione di manifestini o di altro materiale pubblicitario, oppure mediante persone circolanti con cartelli o altri mezzi pubblicitari, è dovuta l'imposta per ciascuna persona impiegata per ogni giorno o frazione, indipendentemente dalla misura dei mezzi pubblicitari o dalla quantità di materiale distribuito.
5. Per la pubblicità effettuata a mezzo di apparecchi amplificatori e simili, l'imposta è dovuta per ciascun punto di pubblicità e per ciascun giorno o frazione.

ART. 42 - RIDUZIONE DELL'IMPOSTA

1. La tariffa dell'imposta è ridotta alla metà:
 - a) per la pubblicità effettuata da comitati, associazioni, fondazioni ed ogni altro ente che non abbia scopo di lucro;
 - b) per la pubblicità relativa a manifestazioni politiche, sindacali e di categoria, culturali, sportive, filantropiche e religiose, da chiunque realizzate, con il patrocinio o la partecipazione degli enti pubblici territoriali;

- c) per la pubblicità relativa a festeggiamenti patriottici, religiosi, a spettacoli viaggianti e di beneficenza.

ART. 43 - ESENZIONE DALL'IMPOSTA

1. Sono esenti dall'imposta:
 - a) la pubblicità realizzata all'interno dei locali adibiti alla vendita di beni o alla prestazione di servizi quando si riferisca all'attività negli stessi esercitata, nonché i mezzi pubblicitari, ad eccezione delle insegne, esposti nelle vetrine e sulle porte di ingresso dei locali medesimi purché siano attinenti all'attività in essi esercitata e non superino, nel loro insieme, la superficie complessiva di mezzo metro quadrato per ciascuna vetrina o ingresso;
 - b) gli avvisi al pubblico esposti nelle vetrine o sulle porte di ingresso dei locali o in mancanza nelle immediate adiacenze del punto di vendita, relativi all'attività svolta, nonché quelli riguardanti la localizzazione e l'utilizzazione dei servizi di pubblica utilità, che non superino la superficie di mezzo metro quadrato e quelli riguardanti la locazione o la compravendita degli immobili sui quali sono affissi, di superficie non superiore ad un quarto di metro quadrato;
 - c) la pubblicità comunque effettuata all'interno, sulle facciate esterne o sulle recinzioni dei locali di pubblico spettacolo qualora si riferisca alle rappresentazioni in programmazione;
 - d) la pubblicità, escluse le insegne, relative ai giornali ed alle pubblicazioni periodiche, se esposta sulle sole facciate esterne delle edicole o nelle vetrine o sulle porte di ingresso dei negozi ove si effettua la vendita;
 - e) la pubblicità esposta all'interno delle stazioni dei servizi di trasporto pubblico di ogni genere inerente l'attività esercitate dall'impresa di trasporto, nonché le tabelle esposte all'esterno delle stazioni stesse o lungo l'itinerario di viaggio, per la parte in cui contengono informazioni relative alle modalità di effettuazione del servizio;
 - f) la pubblicità esposta all'interno delle vetture ferroviarie;
 - g) la pubblicità comunque effettuata in via esclusiva dallo Stato e dagli enti pubblici territoriali;
 - h) le insegne, le targhe e simili apposte per l'individuazione delle sedi di comitati, associazioni, fondazioni ed ogni altro ente che non persegua scopo di lucro, nonché tutte quelle avente superficie fino a 300 centimetri quadrati;
 - i) le insegne, le targhe e simili la cui esposizione sia obbligatoria per disposizione di legge o di regolamento, sempre che le dimensioni del mezzo usato, qualora non espressamente stabilite, non superino il mezzo metro quadrato di superficie;
1. bis L'imposta non è dovuta per le insegne di esercizio di attività commerciali e di produzione di beni e servizi che contraddistinguono la sede ove si svolge l'attività cui si riferiscono, di superficie complessiva fino a 5 metri quadrati.
I Comuni, con regolamento adottato ai sensi dell'art. 52 del D.Lgs. 15/12/1997, n. 446, possono prevedere l'esenzione dal pagamento dell'imposta per le insegne di esercizio anche di superficie complessiva superiore al limite di cui al periodo precedente.

CAPO III

ART. 44 - SERVIZIO DELLE PUBBLICHE AFFISSIONI

1. Il servizio delle pubbliche affissioni è inteso a garantire specificatamente l'affissione a cura del Comune, in appositi impianti a ciò destinati, di manifesti di qualunque materiale costi-

tuiti, contenenti comunicazioni aventi finalità istituzionali, sociali o comunque prive di rilevanza economica, ovvero di messaggi diffusi nell'esercizio di attività economiche.

2. E' vietata l'affissione di pubblicità e manifesti che contengano espressioni od immagini lesive del rispetto della persona ed in particolare che siano lesive della dignità della donna, vietando l'utilizzo di immagini offensive o discriminatorie o incitanti alla violenza sulle donne;
3. E' vietata l'affissione di pubblicità e manifesti che contengano espressioni od immagini lesive del sentimento religioso di qualsiasi confessione.

ART. 45 - SOGGETTI PASSIVI

1. Il diritto, comprensivo dell'imposta sulla pubblicità, è dovuto in solido da chi richiede il servizio e da colui nell'interesse del quale il servizio stesso è richiesto.

ART. 46 - TARIFFE

1. Il diritto sulle pubbliche affissioni è dovuto per ciascun foglio di dimensione fino a cm. 70x100 nella misura stabilita per la classe di appartenenza del Comune, in base al disposto di cui all'art. 19 del D.Lgs. 507/93, distintamente per i primi dieci giorni e per ogni periodo successivo di 5 giorni o frazione.
2. Per ogni commissione inferiore a cinquanta fogli il diritto è maggiorato del 50%. Per i manifesti costituiti da otto fino a dodici fogli il diritto è maggiorato del 50%; per quelli costituiti da più di dodici fogli è maggiorato del 100%.
3. Qualora il committente richieda espressamente che l'affissione venga eseguita in determinati spazi da lui prescelti, è dovuta una maggiorazione del 100% del diritto.
4. Il pagamento del diritto sulle pubbliche affissioni deve essere effettuato contestualmente alla richiesta del servizio secondo le modalità di cui all'articolo 49 del presente regolamento; per il recupero di somme comunque dovute a tale titolo e non corrisposte si osservano le disposizioni di cui al Capo V del Titolo II.
5. E' consentito il pagamento diretto del diritto sulle pubbliche affissioni per i soli manifesti aventi carattere non commerciale, per la pubblicità fonica e per il volantinaggio. Le maggiorazioni del diritto sono cumulabili tra loro e si applicano sulla tariffa base.

ART. 47 - RIDUZIONE DEL DIRITTO

1. La tariffa 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 la quali è prevista l'esenzione ai sensi del successivo art. 48;
 - b) per i manifesti di comitati, associazioni, fondazioni e ogni altro ente che non abbia scopo di lucro;
 - c) per i manifesti relativi ad attività politiche, sindacali e di categoria, culturali, sportive, filantropiche e religiose, da chiunque realizzate, con il patrocinio o la partecipazione degli enti pubblici territoriali;
 - d) per i manifesti relativi a festeggiamenti patriottici, religiosi, a spettacoli viaggianti e di beneficenza;
 - e) per gli annunci mortuari.Le riduzioni non sono cumulabili.

- 1.bis. Il presente articolo si applica alle persone fisiche che non intendono affiggere manifesti negli spazi previsti dall'articolo 20-bis del D.Lgs. 15/11/1993, n. 507, come recepito dall'articolo 48-bis del presente regolamento. (Disapplicato punto 1.bis. - 01/01/2007)

ART. 48 - ESENZIONE DEL DIRITTO

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

ART. 48BIS - SPAZI RISERVATI IN ESENZIONE DAL DIRITTO (Disapplicato 01/01/2007)

1. La richiesta di affissione in esenzione da diritti dovrà essere presentata all'ufficio affissioni dell'azienda concessionaria del servizio e dovrà contenere le generalità della persona fisica richiedente; l'esatta indicazione del soggetto per il quale intende affiggere i manifesti; la durata dell'affissione; la descrizione e la quantità dei manifesti.
1. L'azienda provvede alla registrazione, su apposito registro cronologico, di ogni singola richiesta di affissione in diritto di esenzione, applicando la regolare timbratura sui manifesti;
2. Per ogni singola richiesta di affissione in esenzione dai diritti verrà concesso un massimo di superficie pari a mq. 100 per un periodo massimo di 30 giorni consecutivi, per consentire una equa distribuzione degli spazi tra i possibili richiedenti;
3. Il soggetto esente, oltre che curare l'affissione, dovrà provvedere alla deaffissione dei manifesti ed alla pulizia degli spazi utilizzati, alla fine del periodo di esposizione;
4. L'affissione dovrà essere eseguita con uso di colla priva di soda caustica o altri additivi inquinanti, senza spandimento eccessivo;
5. La persona fisica incaricata, svolgendo la materiale attività di affissione dei manifesti, dovrà attenersi a tutte le prescrizioni attinenti alla sicurezza e mettere in atto ogni cautela affinché la propria opera non costituisca pericolo o pregiudizio per se stesso o per altre persone o cose, esonerando l'Amministrazione Comunale e l'azienda concessionaria del servizio affissioni da ogni responsabilità per ogni eventuale danno cagionato o subito;
6. L'Azienda concessionaria si riserva la facoltà di richiedere una somma a titolo forfettario per la manutenzione dei muri e siti utilizzati e quale rimborso per diritti di segreteria.

ART. 49 - MODALITA' PER LE PUBBLICHE AFFISSIONI

1. Nell'ufficio del servizio delle pubbliche affissioni sono esposti, per la pubblica consultazione, le tariffe del servizio e l'elenco degli spazi destinati alle pubbliche affissioni con l'indicazione delle categorie alle quale detti spazi appartengono ed il registro cronologico delle commissioni.
2. Le pubbliche affissioni devono essere effettuate secondo l'ordine di precedenza risultante dal ricevimento della commissione, che deve essere annotato in apposito registro cronologico.
3. L'affissione si intende prenotata nel momento in cui perviene all'ufficio preposto al servizio la commissione, accompagnata dall'attestazione dell'avvenuto pagamento del diritto.

4. Le commissioni sono iscritte nell'apposito registro, contenente tutte le notizie alle stesse relative, tenuto in ordine cronologico di prenotazione e costantemente aggiornato. Il funzionario responsabile del servizio tiene direttamente il registro.

Qualora esso sia affidato ad altro dipendente il funzionario responsabile deve verificarlo almeno ogni sei giorni, apponendovi il suo visto, la data e la firma.

5. I manifesti devono essere fatti pervenire all'ufficio preposto al servizio, nell'orario di apertura, a cura del committente almeno due giorni prima di quello dal quale l'affissione deve avere inizio.
6. 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, lo schema di composizione del manifesto con riferimenti numerici progressivi ai singoli fogli di uno di essi, evidenziato con apposito richiamo.
7. Oltre alle copie da affiggere dovrà essere inviata all'ufficio una copia in più, da conservare per documentazione del servizio.
8. Su ogni manifesto affisso viene impresso il timbro dell'Ufficio Comunale, con la data di scadenza.
9. La durata dell'affissione decorre dal giorno in cui è stata eseguita al completo; nello stesso giorno, su richiesta del committente, il Comune deve mettere a sua disposizione l'elenco delle posizioni utilizzate con l'indicazione dei quantitativi affissi.
10. Il ritardo nell'effettuazione delle affissioni causato dalle avverse condizioni atmosferiche si considera causa di forza maggiore.
11. Qualora il ritardo, per qualsiasi causa, possa essere superiore a dieci giorni dalla data richiesta, il Comune deve darne tempestiva comunicazione per iscritto al committente.
12. La mancanza di spazi disponibili deve essere comunicata al committente per iscritto entro dieci giorni dalla richiesta di affissione.
13. Nei casi di cui ai commi 10 e 11 il committente può annullare la commissione, senza alcun onere a suo carico, nel qual caso il Comune è tenuto al rimborso delle somme versate entro novanta giorni, oppure può richiedere che la stessa venga eseguita in tempi e con modalità diverse da quelle indicate in precedenza.
14. Il committente ha facoltà di annullare la richiesta di affissione prima che venga eseguita, con l'obbligo di corrispondere in ogni caso, a titolo di penale, la metà del diritto dovuto.
15. Nei casi di cui al comma precedente, 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.
16. Nel caso in cui la disponibilità degli impianti consenta di provvedere all'affissione di un numero di manifesti inferiore a quelli pervenuti o per una durata inferiore a quella richiesta, l'ufficio comunale provvede ad avvertire il committente. Se entro cinque giorni da tale comunicazione la commissione non viene annullata, l'ufficio 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 quelli dovuti. 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.
17. 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

18. ad effettuare il conguaglio fra l'importo dovuto per affissioni successivamente richieste e quella di cui spetta il rimborso.
19. 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 senza altro avviso.
20. Il Comune sostituisce gratuitamente i manifesti strappati o comunque deteriorati e, qualora non disponga di altri esemplari dei manifesti da sostituire, deve darne tempestivamente comunicazione al richiedente mantenendo, nel frattempo, a sua disposizione i relativi spazi.
21. Le disposizioni previste dal D.Lgs. 15 Novembre 1993, n. 507 e dal presente regolamento per l'imposta sulla pubblicità si applicano, per quanto compatibili e non previste in questo capo, anche al diritto sulle pubbliche affissioni.

ART. 49BIS - AFFISSIONI COMMERCIALI

1. Per la pubblicità commerciale è prevista, oltre all'affissione normale di cui il 50% in categoria speciale ed il 50% in categoria normale (denominata in termini commerciali "comunale"), anche l'affissione "prefissata" su impianti speciali di tipo *posters* mt. 6x3 e plance bifacciali mt. 1,40x2,00 o 2,00x1,40.
2. Per tale impianti (da richiedersi per intero e con durata di 15 gg.), l'utente sceglierà nell'elenco delle posizioni dei *posters* e nell'elenco dei circuiti prefissati per le plance bifacciali, elenchi entrambi messi a disposizione presso l'ufficio affissioni.
3. Alla richiesta di impianti speciali si applica, oltre alla normale tariffa di 15 gg. (con supplemento per categoria speciale), il supplemento per spazi prescelti.
4. La richiesta di affissioni commerciali deve pervenire, contestualmente al pagamento, almeno tre giorni prima delle quindicine previste dall' ufficio affissioni.

ART. 50 - AFFISSIONI DI URGENZA

1. Per le affissioni richieste per il giorno in cui è stato consegnato il materiale da affiggere o entro i due giorni successivi, se trattasi di affissioni di contenuto commerciale, ovvero per le ore notturne dalle 20,00 alle 07,00 o nei giorni festivi, è dovuta la maggiorazione del 10% del diritto, con un minimo di € 38,73 per ciascuna commissione.

ART. 51 - SPAZI TEMPORANEI PER AFFISSIONI

1. Gli assiti, gli steccati, le impalcature, i punti fissi o sospesi, i graticci e i ripari di ogni genere, ivi compresi quelli intorno ai cantieri edili (si veda anche il regolamento urbanistico), fatte salve le eventuali esigenze dell'attività di cantiere, sono in uso esclusivo al servizio comunale affissioni ovvero al concessionario del servizio.
2. Ai fini dell'applicazione dell'imposta e del pagamento del diritto, gli spazi ivi esistenti sono considerati iscritti nella categoria in cui è stata classificata la località di appartenenza.
3. Gli spazi sugli assiti, gli steccati e simili di cui al comma 1 che il Comune si riserva di utilizzare per le affissioni, non sono compresi nel numero della superficie obbligatoria determinata dal presente Regolamento all'art. 54.
4. L'uso esclusivo degli spazi di cui ai commi precedenti non comporta alcun compenso o indennizzo a favore dei proprietari.

CAPO IV

PIANO GENERALE DEGLI IMPIANTI PUBBLICITARI

ART. 52 - CRITERI GENERALI

1. La pubblicità esterna e le pubbliche affissioni nel territorio comunale sono effettuate in conformità al piano generale degli impianti pubblicitari.
2. Alla redazione del piano provvede apposita Commissione all'uopo istituita, composta dai responsabili degli Uffici Tributi, Opere Pubbliche, Urbanistica e Polizia Locale. Detto piano, prima della approvazione, è sottoposto a parere consultivo della commissione edilizia, che è espresso entro 20 giorni dalla richiesta.

Sulla bozza di piano sarà raccolto preventivamente il parere delle associazioni di categoria interessate. Preso atto delle eventuali osservazioni, la commissione procede alla redazione definitiva del piano che dovrà essere approvato dal competente organo comunale con le stesse modalità e termini previsti per le tariffe.

3. Il piano è articolato in due parti:
 - la prima definisce gli ambiti territoriali di localizzazione dei mezzi di pubblicità esterna di cui al capo II del presente regolamento;
 - la seconda definisce la localizzazione degli impianti per le pubbliche affissioni.
4. Il piano dovrà essere approvato entro un anno dalla data di entrata in vigore del presente Regolamento. Detto piano indicherà la superficie tipologica degli impianti, le caratteristiche peculiari di detti mezzi pubblicitari, distintamente per zona.

ART. 53 - PUBBLICITA' ESTERNA

1. Il piano individua la localizzazione sul territorio comunale nella quale è consentita l'installazione, nonché la tipologia dei mezzi pubblicitari ammessi e le dimensioni degli stessi.
2. Esso va integrato con le norme di cui al Titolo I del presente regolamento, nonché con i regolamenti comunali speciali (edilizia, ecc.) e con le disposizioni di legge in materia.
3. Il piano deve essere redatto tenendo conto del rispetto delle previsioni e prescrizioni dei vigenti strumenti urbanistici, dei divieti e vincoli di qualsiasi natura imposti da norme e provvedimenti vigenti.
4. Il piano deve regolamentare le ipotesi di deroga alla normativa in materia di mezzi pubblicitari, in particolare per quanto concerne le distanze minime di cui all'art. 51, comma 4, del regolamento di attuazione del Codice della Strada per il posizionamento dei mezzi pubblicitari all'interno del centro abitato.
5. Il piano comprende:
 - a) l'individuazione degli edifici, impianti di opere pubbliche, strutture ed aree attrezzate appartenenti al demanio o patrimonio comunale o altro di cui il Comune abbia la disponibilità, nei quali può essere autorizzata l'installazione di mezzi pubblicitari o la diffusione di messaggi attraverso forme di comunicazione visiva od acustica;
 - b) l'individuazione dei luoghi aperti al pubblico di proprietà o gestione privata nei quali vengono effettuate le attività pubblicitarie.
6. La pubblicità effettuata all'interno del centro abitato, come delimitato ai sensi degli art. 3 e 4 del C.d.S., su aree appartenenti allo Stato o ad altri enti pubblici o in vista di esse, è autorizzata dal Comune previo nulla osta tecnico dell'ente proprietario.

ART. 54 - PUBBLICHE AFFISSIONI

1. La seconda parte del piano disciplina la tipologia e la localizzazione degli impianti destinati alle pubbliche affissioni.

2. In conformità a quanto dispone il comma 3 dell'art. 18 del D.Lgs. 507/93, tenuto conto che la popolazione al 31/12/2011 è di n. 53.379 abitanti, la superficie degli impianti da adibire a pubbliche affissioni non potrà essere superiore a mq. 5.337 corrispondenti a 100 mq. ogni 1.000 abitanti. La misura di detta superficie può essere modificata a condizione che non sia mai inferiore a 18 mq. ogni 1.000 abitanti, quali risultano dai dati ufficiali ISTAT al 31 Dicembre del penultimo anno precedente.
3. La superficie complessiva di detti impianti è così ripartita:
 - a) impianti esistenti su tutto il territorio comunale
 - n. 265 plance mq. 1.484;
 - n. 61 poster mq. 1.116 - (corrispondenti a n. 62 facciate mt. 6x3);
 - impianti murali mq. 1.674 per affissioni di natura commerciale per un totale di mq. 4.274, di cui
 - b) n. 100 plance per mq. 560 per affissioni istituzionali/sociale o comunque prive di rilevanza economica;
 - c) n. 165 plance per mq. 924 di affissioni commerciali;
 - d) n. 61 poster per mq. 1.116 di affissioni commerciali;
 - e) impianti murali: mq. 1.674 per affissioni commerciali per un totale di mq. 3.714 di affissioni commerciali, di cui il 50% pari a mq. 1.857 ubicati in categoria speciale.Detto piano indicherà:
 - f) la destinazione dell'impianto, se di natura istituzionale o commerciale;
 - g) l'ubicazione;
 - h) la tipologia;
 - i) la dimensione.
4. La determinazione degli impianti per pubbliche affissioni può essere rivista ogni due anni, con le modalità ed i termini previsti per l'adozione delle tariffe, qualora nel periodo precedente si siano verificate ricorrenti eccedenze o insufficienze di spazi, in una o entrambe le categorie, che rendono necessario il riequilibrio delle superfici in relazione alle effettive necessità.

ART. 55 - CONCESSIONE A PRIVATI DI IMPIANTI PUBBLICITARI, DI PROPRIETA' COMUNALE E NON, PER AFFISSIONE DIRETTA

1. Il Comune può dare in concessione, in tutto o in parte, gli impianti di sua proprietà destinati a pubbliche affissioni a ditte private. L'assegnazione può essere fatta per singole posizioni o per lotti in base a criteri di funzionalità ed economicità. La concessione avviene a seguito di procedura concorsuale.
 2. Il procedimento per la scelta del contraente viene individuato dall'Amministrazione Comunale con apposita deliberazione di bando di gara, in base alla vigente normativa.
- E' vietata la concentrazione delle concessioni. Nel bando di gara dovrà, tra l'altro, essere specificato:
- il tipo di procedura seguita;
 - i requisiti soggettivi e oggettivi richiesti per partecipare;
 - il limite massimo delle aggiudicazioni consentite ad ogni singolo soggetto;
 - la cauzione da prestare da parte dell'aggiudicatario, a garanzia dell'esatto e puntuale adempimento dei propri obblighi contrattuali, che sarà di volta in volta fissata nella deliberazione di indizione della gara.
- La concessione non dovrà avere durata superiore a 5 anni. Costituiscono cause di decadenza del contratto le reiterate violazioni degli obblighi contrattuali.

3. Il Comune ha inoltre la facoltà di autorizzare soggetti privati ad installare, a propria cura e spese, mezzi pubblicitari per l'affissione diretta. Il limite massimo di superficie espositiva non può superare mq. 1.000.
In caso di mancato pagamento dell'imposta di pubblicità entro l'anno solare di competenza, la concessione decade automaticamente.
4. Il Comune ha la facoltà di far mutare l'ubicazione degli impianti per affissione diretta in qualsiasi momento quando risulti necessario per esigenze di servizio, circolazione stradale, realizzazione di opere o altri motivi di pubblico interesse.
5. Quando detto provvedimento riguardi impianti adibiti ad affissione diretta, i soggetti proprietari degli stessi possono accettare di continuare l'utilizzazione nella nuova ubicazione oppure rinunciare alla stessa, ottenendo dal Comune il rimborso di quota parte del diritto pagato, proporzionalmente al periodo non usufruito.
6. Le spese relative, conseguenti alla stipula del contratto, sono a totale ed esclusivo carico dell'assegnatario.

CAPO V

ART. 56 - RETTIFICA ED ACCERTAMENTO D'UFFICIO

1. Il Comune procede alla rettifica delle dichiarazioni incomplete o infedeli o dei parziali o ritardati versamenti nonché all'accertamento d'ufficio delle omesse dichiarazioni o degli omessi versamenti, notificando al contribuente, anche a mezzo posta con raccomandata con avviso di ricevimento, apposito avviso motivato. Gli avvisi di accertamento in rettifica e d'ufficio devono essere notificati, a pena di decadenza, entro il 31 Dicembre del quinto anno successivo a quello in cui la dichiarazione o il versamento sono stati o avrebbero dovuto essere stati effettuati. Entro gli stessi termini devono essere contestate o irrogate le sanzioni amministrative tributarie, a norma degli articoli 16 e 17 del Decreto Legislativo 18 Dicembre 1997, n. 472 e successive modificazioni.
2. Gli avvisi di accertamento in rettifica e d'ufficio devono essere motivati in relazione ai presupposti di fatto ed alle ragioni giuridiche che li hanno determinati; se la motivazione fa riferimento ad un 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. Gli avvisi devono contenere, altresì, l'indicazione dell'ufficio presso il quale è possibile ottenere informazioni complete in merito all'atto notificato, del responsabile del procedimento, dell'organo o dell'autorità amministrativa presso i quali è possibile promuovere un riesame anche nel merito dell'atto in sede di autotutela, delle modalità, del termine e dell'organo giurisdizionale cui è possibile ricorrere, nonché il termine di sessanta giorni entro cui effettuare il relativo pagamento. Gli avvisi sono sottoscritti dal funzionario designato dall'ente locale per la gestione del tributo.

ART. 57 - RISCOSSIONE COATTIVA

1. La riscossione coattiva dell'imposta si effettua secondo le disposizioni del D.Lgs. 26/02/1999, n. 46 e successive modificazioni; il relativo ruolo deve essere formato e reso esecutivo entro il 31 Dicembre del terzo anno successivo a quello in cui l'avviso di accertamento o di rettifica è stato notificato.

ART. 58 - RIMBORSI

1. Entro il termine di cinque anni decorrenti dal giorno in cui è stato effettuato il pagamento, ovvero da quello in cui è stato definitivamente accertato il diritto al rimborso, il contribuente può chiedere la restituzione di somme versate e non dovute mediante apposita istanza in carta libera. Il Comune è tenuto a provvedere nel termine di centottanta giorni dalla richiesta.

ART. 59 - SANZIONI TRIBUTARIE

1. Per l'omessa presentazione della dichiarazione di cui all'articolo 8 del D.Lgs. 507/1993, si applica la sanzione amministrativa del 200% dell'imposta o del diritto dovuti con un minimo di € 51,65.
2. Per la dichiarazione infedele si applica la sanzione amministrativa del 75% della maggiore imposta o diritto dovuti. Se l'errore o l'omissione attengono ad elementi non incidenti sulla determinazione di questi, si applica la sanzione da € 51,65 a € 258,23.
3. Le sanzioni indicate nei commi 1 e 2 sono ridotte ad un quarto se, entro il termine per ricorrere alla commissione tributaria, interviene adesione del contribuente con il pagamento dell'imposta o del diritto, se dovuti, e della sanzione.
4. Se il manifesto riguarda l'attività di soggetti elencati nell'articolo 47 il responsabile è esclusivamente colui che materialmente è colto in flagranza nell'atto di affissione. Non sussiste responsabilità solidale.

ART. 60 - INTERESSI

1. Sulle somme dovute per l'imposta sulla pubblicità o per il diritto sulle pubbliche affissioni si applicano gli interessi di mora nella misura del 5% annuo. Gli interessi sono calcolati con maturazione giorno per giorno con decorrenza dal giorno in cui sono divenuti esigibili. Interessi nella stessa misura spettano al contribuente per le somme ad esso dovute a decorrere dalla data dell'eseguito versamento.

ART. 61 - SANZIONI AMMINISTRATIVE

1. Il comune è tenuto a vigilare sulla corretta osservanza delle disposizioni legislative e regolamentari riguardanti l'effettuazione della pubblicità. Alle violazioni di dette disposizioni conseguono sanzioni amministrative per la cui applicazione si osservano le norme contenute nelle sezioni I e II del capo I della legge 24/11/1981, n. 689, o, per le violazioni delle norme tributarie, quelle sulla disciplina generale delle relative sanzioni tributarie, salvo quanto previsto nei successivi commi.
2. Per le violazioni delle norme regolamentari stabilite dal comune in esecuzione del presente capo, nonché di quelle contenute nei provvedimenti relativi all'installazione degli impianti, si applica la sanzione da € 206,58 a € 1549,37 con notificazione agli interessati, entro centocinquanta giorni dall'accertamento, degli estremi delle violazioni riportati in apposito verbale. Il comune dispone altresì la rimozione degli impianti pubblicitari abusivi facendone menzione nel suddetto verbale; in caso di inottemperanza all'ordine di rimozione entro il termine stabilito, il comune provvede d'ufficio, addebitando ai responsabili le spese sostenute.
3. Il comune, o il concessionario del servizio, può effettuare, indipendentemente dalla procedura di rimozione degli impianti e dall'applicazione delle sanzioni di cui al comma 2, l'immediata copertura della pubblicità abusiva, in modo che sia privata di efficacia pubblicitaria, ovvero la rimozione delle affissioni abusive, con successiva notifica di apposito avviso secondo le modalità previste dall' art. 10 del D.Lgs. n. 507/1993.

4. I mezzi pubblicitari esposti abusivamente possono, con ordinanza del Sindaco, essere sequestrati a garanzia del pagamento delle spese di rimozione e di custodia, nonché della imposta e delle relative sanzioni ed interessi; nella medesima ordinanza deve essere stabilito un termine entro il quale gli interessati possono chiedere la restituzione del materiale sequestrato previo versamento di una congrua cauzione stabilita nella ordinanza stessa.
5. I proventi delle sanzioni amministrative sono devoluti al comune e destinati al potenziamento ed al miglioramento del servizio e dell'impiantistica comunale, nonché alla redazione ed all'aggiornamento del piano generale degli impianti pubblicitari di cui all'art. 3 del D.Lgs 507/1993.
- 5.bis. Il Comune di Rovigo, ai fini dell'azione di contrasto del fenomeno dell'installazione di impianti pubblicitari e dell'esposizione di mezzi pubblicitari abusivi, adotta un piano specifico di repressione dell'abusivismo, di recupero e riqualificazione con interventi di arredo urbano, e disciplina nel proprio regolamento misure di definizione bonaria di accertamenti e contenziosi in materia di imposta di pubblicità, che tendano a favorire l'emersione volontaria dell'abusivismo anche attraverso l'applicazione di sanzioni ridotte o sostituite da prescrizioni di recupero e riqualificazione a carico dei responsabili. A tal fine, il funzionario responsabile e i concessionari di cui all'art. 11 del D.Lgs 507/1993, rispettivamente commi 1 e 3, possono utilizzare, previa convenzione non onerosa, le banche dati in titolarità o gestione di soggetti pubblici o loro concessionari utili agli accertamenti incrociati per assicurare tempestività ed efficienza dell'azione di contrasto ai fenomeni abusivi. I concessionari di cui all'art. 11, comma 3, del D.Lgs. 507/1993 sono tenuti, a richiesta del comune e previa integrazione contrattuale, a fornire assistenza alla formazione e redazione del piano ed a svolgere le conseguenti attività di servizi e forniture, anche di arredo urbano.

ART. 62 - FUNZIONARIO RESPONSABILE

1. Nel caso di gestione diretta, il comune designa un funzionario cui sono attribuiti la funzione 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 comune è tenuto a comunicare alla direzione centrale per la fiscalità locale del Ministero dell'Economia e Finanze il nominativo del Funzionario Responsabile entro 60 giorni dalla sua nomina.
3. Nel caso di gestione in concessione, le attribuzioni di cui al comma 1 spettano al concessionario.

ART. 63 - GESTIONE DEL SERVIZIO (abrogato)

ART. 64 - CONFERIMENTO DELLA CONCESSIONE (abrogato)

ART. 65 - DISCIPLINA DEL SERVIZIO IN CONCESSIONE (abrogato)

ART. 66 - DECADENZA (abrogato)

ART. 67 - DISPOSIZIONI FINALI

1. Il presente regolamento, una volta esecutivo ai sensi del D.Lgs. 267/2000, è pubblicato all' Albo Pretorio per 15 giorni consecutivi, ed entra in vigore il giorno successivo a quello di ultima pubblicazione, ma in ogni caso con efficacia dall' 1/1/1994.
2. Contestualmente, si intendono abrogati ad ogni effetto di legge con decorrenza dal 1° Gennaio 1994 i precedenti regolamenti nonché tutte le altre disposizioni contrarie o incompatibili con le presenti norme, ad eccezione di quelle previste in vigenti regolamenti speciali.
3. Per quanto non disposto dal presente regolamento, si richiamano le disposizioni contenute nel D.Lgs. 15/11/1993, n. 507 e successive modificazioni ed integrazioni.