



**Comune di
Castelvecchio
Subequo**
Settore Urbanistica

Regolamento per l'Imposta sulla Pubblicità e i Diritti sulle Pubbliche Affissioni

Decreto Legislativo 15 novembre 1993 n. 507 e successive modifiche e integrazioni

CAPO I DISPOSIZIONI GENERALI

Art. 1

Oggetto del regolamento

1. Il presente regolamento disciplina l'effettuazione nel territorio del Comune di Castelvecchio Subequo della pubblicità esterna e delle pubbliche affissioni.
2. Stabilisce, in particolare, le modalità per l'applicazione dell'imposta comunale sulla pubblicità e del diritto comunale sulle pubbliche affissioni, in conformità a quanto disposto dal capo I del Decreto Legislativo 15 novembre 1993, n.507 e successive modificazioni ed integrazioni, nonché dal vigente Codice della Strada.

Art. 2

Gestione del servizio

Il servizio per l'accertamento e la riscossione dell'imposta comunale sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni è gestito direttamente dal Comune.
Nel caso in cui il Comune stabilisse di non gestire direttamente il tributo può avvalersi di soggetti terzi, secondo le previsioni di cui all'art. 52, comma 5, lett. b) del D.Lgs. 15 dicembre 1997, n. 446 e successive modificazioni ed integrazioni.

CAPO II

DISCIPLINA DELLA PUBBLICITÀ

Art. 3

Tipologia dei mezzi pubblicitari

1. Nell'installazione degli impianti e degli altri mezzi pubblicitari e nell'effettuazione delle altre forme di pubblicità e propaganda devono essere osservate le norme stabilite dalle leggi vigenti, dal presente regolamento e dalle prescrizioni previste nelle autorizzazioni concesse dalle autorità competenti.
2. Ai fini della Tariffa, le tipologie dei mezzi pubblicitari, in riferimento alle disposizioni di cui al D.Lgs. n. 507/93 e succ. mod. ed integrazioni, sono così classificate:
 - a-pubblicità ordinaria: effettuata mediante insegne, cartelli, locandine, targhe, stendardi o qualsiasi altro mezzo non previsto dai punti successivi;
 - b- pubblicità effettuata con veicoli;
 - c-pubblicità effettuata con pannelli luminosi e proiezioni: caratterizzata dall'uso 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 similare o effettuate su schermi o pareti riflettenti;
 - d- pubblicità varia effettuata :
 - a) con striscioni o altri mezzi simili che attraversano strade o piazze;
 - b) da aeromobili mediante scritte, striscioni, disegni fumogeni, lancio di oggetti o manifestini, ivi compresa la pubblicità effettuata su specchi d'acqua;
 - c) con palloni frenati e simili;
 - d) mediante distribuzione, anche con veicoli, di manifestini o di altro materiale pubblicitario, oppure mediante persone circolanti con cartelli od altri mezzi pubblicitari; e) a mezzo apparecchi amplificatori e simili.

Art. 4

Definizione delle tipologie pubblicitarie

1. Si definisce mezzo pubblicitario qualunque manufatto finalizzato alla pubblicità o alla propaganda, sia di prodotti che di attività.
2. Per una puntuale definizione dei singoli mezzi pubblicitari si fa espresso rinvio alla Titolo IV Piano Generale degli Impianti Pubblicitari.

Art. 5

Modalità, divieti di installazione ed effettuazione di pubblicità

1. Per la messa in opera dei mezzi pubblicitari devono essere seguite le disposizioni contenute nell'art. 23 del Codice della Strada, nel capo I del D.P.R. 495/93 (Regolamento di attuazione del Codice della Strada) come successivamente modificati ed integrati nonché quelle contenute nel vigente Piano degli Impianti Pubblicitari che indica altresì quali sono le forme di pubblicità ammesse nelle singole zone del territorio comunale.

Art. 6

Autorizzazioni per pubblicità permanente

1. Gli impianti sotto indicati sono soggetti ad autorizzazione comunale:
 - cartelli per installazioni con permanenza superiore a tre mesi;
 - insegne di esercizio;
 - preinsegne;
 - targhe;
 - totem;
 - impianti pubblicitari di servizio;
 - sorgenti luminose;
 - bandiere per installazioni con permanenza superiore tre mesi.
2. Resta inteso che il suddetto rilascio nei centri abitati è subordinato al preventivo nulla-osta tecnico dell'ente proprietario se la strada è statale, regionale o provinciale, in conformità al quarto comma dell'art.23 del D.Lgs.30 aprile 1992, n.285 e successive modificazioni ed integrazioni. A tal fine il soggetto interessato al rilascio dell'autorizzazione presenta la denuncia di inizio attività presso il preposto ufficio comunale, in originale e copia, allegando
 - a. il nulla-osta tecnico dell'ente proprietario della strada, se la stessa non è comunale;
 - b. il nulla-osta della Soprintendenza se l'immobile è vincolato ai sensi della parte I° del Decreto Lgs. 42/2004;
 - c. una relazione tecnica attestante l'idoneità statica e conformità alle norme del Codice della Strada e conseguente assunzione di responsabilità da parte di un tecnico abilitato;
 - d. n. 3 copie (n. 5 copie se l'immobile è in area assoggettata al vincolo di cui alla parte III del D. Lgs 42/2004 o alla L. n. 431/85) degli elaborati grafici ove siano specificate, in scala adeguata, le caratteristiche del manufatto (forma, dimensioni, materiali, colori e distanza dalla strada);
 - e. una planimetria ubicativa in scala adeguata e relazione fotografica.
3. Per l'installazione di più mezzi pubblicitari è sufficiente un'unica relazione tecnica redatta da un tecnico abilitato.
4. L'Ufficio competente, al momento del ricevimento della domanda, comunica il responsabile del procedimento ed inizia l'istruttoria della relativa pratica, acquisendo i pareri dei servizi e degli organi interessati. Ottenuta l'autorizzazione, l'interessato deve presentare al competente ufficio comunale la dichiarazione per l'imposta sulla pubblicità, con l'indicazione della superficie del messaggio pubblicitario.
5. Per quanto concerne gli obblighi del titolare dell'autorizzazione, si fa espresso rinvio agli artt. 54 e 55 del D.P.R. 16.12.1992 n. 495 e successive modifiche ed integrazioni.
6. I segnali turistici e di territorio definiti all'art. 134 del D.P.R. 16/12/92 n. 495 sono soggetti alla sola Autorizzazione della Polizia Municipale poiché trattasi di segnaletica stradale e non di impiantistica pubblicitaria. L'autorizzazione ha validità per un periodo di tre anni ed è di volta in volta tacitamente rinnovabile per un uguale periodo, salvo i casi di decadenza, revoca e rinuncia dell'autorizzazione.

Art. 7

Autorizzazioni per pubblicità temporanea

1. La pubblicità realizzata con i seguenti mezzi pubblicitari:
 - striscioni;
 - locandine;
 - manifesti

- standardi;
- cartelli;
- bandiere;
- segni orizzontali reclamistici;
- impianti di pubblicità e propaganda;

è effettuabile per periodi pari o inferiori a tre mesi nell'arco di un anno solare. Il soggetto interessato al rilascio dell'autorizzazione presenta domanda in carta semplice al competente ufficio di Polizia Amministrativa. La domanda deve essere presentata almeno 10 giorni prima della data indicata come inizio per l'effettuazione della pubblicità e deve contenere le generalità complete del richiedente, l'indicazione della tipologia e del soggetto della pubblicità, l'indicazione degli spazi che si desidera occupare con i singoli mezzi pubblicitari. Per l'installazione degli standardi dovrà essere fornito anche l'elenco delle vie, scelte tra quelle individuate per l'ancoraggio agli appositi pali nell'elenco definito con atto della Polizia Municipale;

2. Per il posizionamento degli standardi, nei casi in cui il numero delle richieste sia molto elevato, l'amministrazione al fine di garantire la presenza sul territorio al maggior numero di soggetti possibili, si riserva di autorizzare l'apposizione di n. due standardi per palo, nelle vie a doppio senso di circolazione. L'assegnazione degli spazi viene effettuata secondo l'ordine cronologico di arrivo delle singole richieste come risulta da protocollo generale o da fax inviato direttamente all'ufficio competente. Ogni domanda può contenere più periodi di esposizione; gli stessi devono essere intervallati da almeno 15 giorni e non possono essere comunque accolte prenotazioni per periodi oltre i quattro mesi dalla data della richiesta.

3. L'autorizzazione ha validità esclusivamente per gli spazi ed i periodi in essa indicati. Il Responsabile del Servizio dovrà esprimersi in ordine al rilascio o al diniego dell'autorizzazione entro 60 giorni dalla domanda, salvo quanto diversamente disposto in altri atti regolamentari.

4. Nell'ipotesi che la domanda risulti incompleta o nel caso che l'ufficio competente al rilascio del provvedimento ravvisi la necessità di integrazioni particolari, l'ufficio medesimo inviterà il richiedente ad integrare gli elementi necessari entro un congruo termine. In tal caso il termine per la conclusione del procedimento è sospeso e comincerà a decorrere dalla data di ricezione di quanto richiesto.

5. Nel caso che il richiedente non ottemperi all'integrazione entro il termine assegnato, tale inerzia sarà intesa come rinuncia all'effettuazione, senza obbligo per il comune di comunicazione di archiviazione del procedimento.

6. Per quanto concerne gli obblighi del titolare dell'autorizzazione, si fa espresso rinvio all'art. 54 del D.P.R. 16.12.1992, n. 495 e successive modifiche e integrazioni.

7. Il Comune non si assume alcuna responsabilità per eventuali danni a persone, animali o a cose derivanti dalla collocazione della pubblicità autorizzata, né per pretese di terzi nei confronti del soggetto autorizzato.

Art. 8

Decadenza e revoca della autorizzazione –Rinuncia

1. Sono cause di decadenza: –le reiterate violazioni, da parte del soggetto autorizzato, delle condizioni previste nell'atto rilasciato; –la violazione delle norme di legge e regolamentari in materia di installazione dei mezzi pubblicitari; –il mancato pagamento dell'imposta.

2. Per il periodo successivo alla dichiarata decadenza l'imposta già corrisposta non verrà restituita. 3. L'autorizzazione per la installazione dei mezzi pubblicitari è sempre revocabile per motivi di pubblico interesse o di tutela della sicurezza stradale.

4. Nel caso di revoca, l'Amministrazione –o il concessionario nel caso di gestione in concessione – restituirà l'imposta già pagata per il periodo non usufruito, senza alcuna corresponsione di interessi.

5. Nei casi di decadenza o revoca dell'autorizzazione, il soggetto autorizzato è obbligato a procedere alla rimozione dei mezzi pubblicitari ai sensi di quanto espressamente disposto dall'art. 54 del D.P.R. 16.12.1992, n. 495 e successive modificazioni ed integrazioni.

6. Il soggetto autorizzato può rinunciare agli effetti della stessa autorizzazione con apposita domanda in carta libera. Se si tratta di pubblicità a carattere permanente la stessa va presentata all'Ufficio competente entro il 31 dicembre dell'anno in corso, con conseguente sua cancellazione a partire dal suc-

cessivo anno solare. Nel caso di pubblicità temporanea la domanda va presentata entro 10 giorni dalla data di effettuazione. La rinuncia non dà comunque diritto al rimborso della relativa imposta.

Art. 9 Dichiarazione

1. Ottenuta l'autorizzazione prevista dagli artt. 6 e 7, il soggetto passivo dell'imposta, prima di iniziare la pubblicità, è tenuto a presentare all'Ufficio comunale o all'Ufficio del concessionario –se il servizio è in concessione –su apposito modulo la dichiarazione, anche cumulativa, nella quale devono essere indicati gli estremi dell'autorizzazione comunale all'installazione, le caratteristiche, la durata della pubblicità, quantità ed ubicazione dei mezzi pubblicitari. La dichiarazione è esente da bollo (tabella B, art. 5, D.P.R. 26.10.1972, n. 642, modif. dal D.P.R. 30.12.1982, n. 955).
2. La dichiarazione deve essere presentata anche nel caso di variazione della pubblicità che comporti modifica dell'imposizione. Quando dalla stessa risulti dovuta l'integrazione dell'imposta pagata per lo stesso periodo, è allegata l'attestazione del pagamento eseguito. Nel caso che sia dovuto un rimborso da parte del Comune, questo provvede, dopo le necessarie verifiche, entro 90 giorni, senza spese per l'utente.
3. La dichiarazione della pubblicità annuale ha effetto anche per gli anni successivi, salvo che si verifichino modificazioni degli elementi dichiarati, cui consegue un diverso ammontare dell'imposta dovuta.
4. Nei casi in cui sia omessa la presentazione della dichiarazione, la pubblicità ordinaria, quella effettuata con veicoli e con pannelli luminosi di cui agli artt 12, 13 e 14, commi 1, 2 e 3, D.Lgs. n. 507/1993 e successive modificazioni ed integrazioni, si presume effettuata in ogni caso con decorrenza dal 1° gennaio dell'anno in cui è stata accertata. Per le altre fattispecie la presunzione opera dal primo giorno del mese in cui è stato effettuato l'accertamento.

CAPO III DISCIPLINA DEL SERVIZIO DELLE PUBBLICHE AFFISSIONI

Art. 10 Generalità

1. Il Comune, a mezzo del servizio delle pubbliche affissioni, assicura l'affissione negli appositi impianti a ciò destinati, di manifesti costituiti da qualunque materiale idoneo, contenenti comunicazioni aventi finalità istituzionali, sociali o comunque prive di rilevanza economica e, nella misura prevista dall'art. 15 del presente Regolamento, di messaggi diffusi nell'esercizio di attività commerciali.
2. I manifesti aventi finalità istituzionali, sociali o comunque privi di finalità economiche sono quelli pubblicati dal Comune e, di norma, quelli per i quali l'affissione è richiesta dai soggetti e per le finalità di cui agli artt. 20 e 21 del D.Lgs 15 novembre 1993, n. 507 e successive modificazioni ed integrazioni.
3. La collocazione degli impianti destinati alle affissioni di cui al precedente comma deve essere particolarmente idonea per assicurare ai cittadini la conoscenza di tutte le informazioni relative all'attività del Comune, per realizzare la loro partecipazione consapevole all'amministrazione dell'ente e per provvedere tempestivamente all'esercizio dei loro diritti.
4. I manifesti che diffondono messaggi relativi all'esercizio di un'attività economica sono quelli che hanno per scopo di promuovere la domanda di beni o di servizi o che risultano finalizzati a migliorare l'immagine del soggetto pubblicizzato.
5. I manifesti di natura commerciale trovano collocazione negli spazi di cui all'art. 15, comma 3, lettera b) del presente Regolamento, nei limiti della capienza degli stessi.
6. I manifesti di natura commerciale da affiggere negli spazi da attribuire a soggetti privati per l'effettuazione di affissioni dirette nei limiti di cui all'articolo sopra richiamato sono classificati, ai fini tributari, come pubblicità ordinaria in conformità a quanto dispone il terzo comma dell'art. 12 del D. Lgs. 15 novembre 1993, n.507, con applicazione della imposta in base alla superficie di ciascun impianto.
7. Verificandosi perduranti eccedenze di manifesti da affiggere in una classe degli impianti e, contemporaneamente, disponibilità ricorrente di spazi non utilizzati nelle altre classi il Comune o il concessionario – nel caso di gestione del servizio in concessione –può disporre la temporanea deroga dai limiti stabiliti per ciascuna classe dall'art. 15. Se nel proseguo del tempo si confermano le eccedenze e di-

sponibilità che hanno motivato la deroga, il Funzionario responsabile propone la definitiva modifica della ripartizione degli spazi.

Art. 11

Affissioni –prenotazioni –registro cronologico

1. L'affissione s'intende prenotata secondo l'ordine di precedenza risultante dal ricevimento all'ufficio comunale preposto o al concessionario in caso di concessione del servizio a terzi della commissione, accompagnata dall'attestazione dell'avvenuto pagamento del diritto.
2. 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 o il concessionario tiene direttamente il registro.
3. Il registro cronologico è tenuto presso l'ufficio affissioni e deve essere esibito a chiunque ne faccia richiesta.
4. Le commissioni di manifesti non possono contenere richieste di affissioni che superano la durata di giorni 10 consecutivi, nel caso di manifesti di formato fino a cm. 70x100, fatta eccezione per i manifesti per i quali il maggior termine sia obbligatorio per disposizioni di legge.
5. Qualora venga richiesta da parte dello stesso richiedente la ripetizione di una qualsiasi affissione deve intercorrere tra l'una e l'altra un intervallo di giorni 10. Eccezionalmente e in presenza di spazi disponibili, in deroga al precedente disposto, l'affissione sarà possibile a condizione che sia corrisposta, oltre al diritto, una maggiorazione del 100 per cento sulla tariffa base, a titolo di spazi prefissati, ai sensi dell'art. 19, co. 5 del D.Lgs. n. 507/1993 e succ. mod. e int.

Art. 12

Criteri e modalità per l'espletamento del servizio

1. I manifesti devono essere fatti pervenire all'ufficio comunale, nell'orario di apertura, a cura del committente, almeno due giorni prima della data dalla quale l'affissione deve avere inizio.
2. Il ritardo nella consegna all'ufficio di manifesti prenotati per l'affissione non consente di prorogare il periodo di esposizione oltre la data conseguente alla durata dei giorni richiesti al momento dell'ordine.
3. Oltre alle copie da affiggere dovrà essere inviata all'ufficio una copia in più, da conservare per documentazione di servizio.
4. Le affissioni devono essere effettuate secondo l'ordine di precedenza relativo al ricevimento della commissione, risultante dal registro cronologico di cui all'art. 11.
5. La durata dell'affissione decorre dal giorno in cui essa è stata effettuata al completo. Nello stesso giorno, su richiesta del committente, l'ufficio comunale mette a sua disposizione l'elenco delle posizioni utilizzate con l'indicazione dei quantitativi affissi.
6. Su ogni manifesto affisso viene impresso il timbro dell'ufficio comunale, con la data della scadenza prestabilita.
7. Il ritardo nell'effettuazione delle affissioni causato da avverse condizioni atmosferiche è considerato causa di forza maggiore. In ogni caso quando il ritardo è superiore a dieci giorni dalla data che era stata richiesta l'ufficio comunale provvede a darne tempestiva comunicazione, per iscritto, al committente.
8. La mancanza di spazi disponibili deve essere comunicata al committente, per iscritto, entro dieci giorni dalla richiesta di affissione, con l'indicazione del periodo nel quale si ritiene che l'affissione possa essere effettuata.
9. Nei casi di cui ai commi 7 e 8 il committente può annullare la commissione senza alcun onere a suo carico ed il Comune o, nel caso di gestione in concessione, il concessionario, provvede a rimborsare integralmente la somma versata entro novanta giorni dal ricevimento dell'avviso di annullamento. I manifesti restano a disposizione del committente presso l'ufficio per 30 giorni e, per disposizione di questo, possono essere allo stesso restituiti od inviati ad altra destinazione dallo stesso indicata, con il recupero delle sole spese postali, il cui importo viene detratto dal rimborso di diritto.
10. Il committente ha facoltà di annullare la richiesta di affissione prima che venga eseguita, con l'obbligo di corrispondere in ogni caso, la metà del diritto dovuto.

11. Il Comune ha l'obbligo di sostituire gratuitamente i manifesti strappati o comunque deteriorati e qualora non disponga di altri esemplari dei manifesti da sostituire, deve darne immediata comunicazione al richiedente mantenendo, nel frattempo, a sua disposizione i relativi spazi.

12. I manifesti pervenuti per l'affissione senza la relativa commissione formale e l'attestazione dell'avvenuto pagamento del diritto, se non sono ritirati dal committente entro 30 giorni da quando sono pervenuti, saranno inviati al macero senza altro preavviso.

13. Per le affissioni richieste per il giorno in cui è stato consegnato il materiale da affiggere od entro i due giorni successivi, se trattasi di affissioni di contenuto commerciale, ovvero per le ore notturne dalle ore 20 alle ore 7 o nei giorni festivi, è dovuta la maggiorazione del 10% del diritto, con un minimo di € 25,82 per commissione.

14. Nell'ufficio comunale devono essere costantemente esposti, per la pubblica consultazione di chiunque ne faccia richiesta:

a) le tariffe del servizio;

b) l'elenco degli spazi destinati alle pubbliche affissioni con l'indicazione delle categorie alle quali detti spazi appartengono; c) il registro cronologico delle commissioni.

15. Le disposizioni previste dal D.Lgs. 15 novembre 1993, n. 507 e successive modificazioni ed integrazioni e dal presente regolamento per l'imposta sulla pubblicità si applicano, per quanto compatibile e non previsto in questo capo, anche al diritto sulle pubbliche affissioni.

TITOLO II DISCIPLINA DELL'IMPOSTA SULLA PUBBLICITÀ E DEL DIRITTO SULLE PUBBLICHE AFFISSIONI

CAPO I DISCIPLINA GENERALE

Art.16

Applicazione dell'imposta e diritto

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

Art.17

Classificazione

1. Il Comune di Castelvechio Subequo è classificato, in conformità all'art. 2 del D.Lgs. 15 novembre 1993, n. 507 e successive modificazioni ed integrazioni, nella classe quinta.

2. Nell'ipotesi in cui si verificano variazioni della consistenza della popolazione che comportino la modifica della classe di appartenenza del Comune, con specifico provvedimento deliberativo ne viene preso atto e disposto l'adeguamento delle tariffe per l'anno successivo.

Art. 18

La deliberazione delle tariffe

1. Le tariffe per l'imposta sulla pubblicità e del diritto 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, purchè entro il termine suindicato, hanno effetto dal 1° gennaio de ll'anno di riferimento. In caso di mancata approvazione entro il suddetto termine, le tariffe si intendono prorogate di anno in anno.

Art. 19

Stagione turistica –Categoria delle località –Maggiorazione delle tariffe.

1. Il Comune può applicare, secondo le disposizioni previste dall'art. 3, comma 6, del D.Lgs. n. 507/93 e successive modificazioni ed integrazioni una maggiorazione del cinquanta per cento, per complessivi quattro mesi nel corso dell'anno, nei periodi: primo maggio –trenta giugno e primo settembre –trentuno ottobre alle seguenti tipologie:

- pubblicità ordinaria non superiore a tre mesi (art. 12, comma 2)
- pubblicità effettuata con pannelli luminosi non superiore a tre mesi (art. 14 commi 2 e 3);
- pubblicità con proiezioni (art. 14 commi 4 e 5);
- pubblicità con striscioni e mezzi simili (art. 15 comma 1);
- pubblicità con aeromobili (art. 15 comma 2); –pubblicità con palloni frenati e simili (art. 15 comma 3);
- pubblicità varia (art. 15 comma 4)
- pubblicità a mezzo apparecchi amplificatori e simili (art. 15 comma 5);
- diritto sulle pubbliche affissioni, limitatamente a quelle di carattere commerciale (art. 19).

2. Ai sensi, inoltre, di quanto sancito dall'art. 4 del D. Lgs. n. 507/93 e successive modificazioni ed integrazioni, e richiamato dal Piano generale degli impianti pubblicitari, agli effetti dell'applicazione dell'imposta sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni, limitatamente a quelle di carattere commerciale, le località del territorio comunale sono suddivise in due categorie in relazione alla loro importanza: ordinaria e speciale, come meglio evidenziato nella cartografia allegata sotto la lettera b).

3. Nella categoria speciale è applicata una maggiorazione della tariffa normale del centocinquanta per cento.

4. La superficie complessiva delle località comprese nella categoria speciale come delimitate negli allegati al presente regolamento, è inferiore al 35 per cento di quella del centro abitato.

5. La superficie degli impianti delle pubbliche affissioni installati in categoria speciale come da allegato al presente regolamento è inferiore alla metà di quella complessiva.

6. Le maggiorazioni dell'imposta e del diritto come sopra previste sono cumulabili e devono essere applicate alla tariffa base. Quando non sono approvate modifiche entro il termine di approvazione del bilancio di previsione, continuano ad applicarsi le maggiorazioni già in vigore.

CAPO II IMPOSTA SULLA PUBBLICITA' – DISCIPLINA

Art. 20 Presupposto dell'imposta

1. E' soggetta all'imposta comunale sulla pubblicità la diffusione di ogni messaggio pubblicitario, effettuata con qualsiasi forma di comunicazione visiva od acustica –diversa da quelli assoggettate al diritto sulle pubbliche affissioni –in luoghi pubblici ed aperti al pubblico o che sia percepibile da tali luoghi.

2. Si considerano luoghi aperti al pubblico quelli a cui si può accedere senza necessità di particolare autorizzazione

3. Si considerano rilevanti ai fini dell'imposizione:

a) i messaggi diffusi nell'esercizio di un'attività economica allo scopo di promuovere la domanda e la diffusione di beni e servizi di qualsiasi natura;

b) i messaggi finalizzati a migliorare l'immagine del soggetto pubblicizzato.

Art. 21

Soggetto passivo

1. Il soggetto passivo tenuto al pagamento dell'imposta comunale sulla pubblicità, in via principale, è colui che dispone, a qualsiasi titolo, del mezzo attraverso il quale il messaggio pubblicitario è diffuso.

2. E' obbligato solidalmente al pagamento dell'imposta colui che produce o vende i beni o fornisce i servizi oggetto della pubblicità.

3. Il titolare del mezzo pubblicitario di cui al precedente 1° comma è pertanto tenuto all'obbligo della dichiarazione iniziale della pubblicità, delle variazioni della stessa ed al connesso pagamento dell'imposta. Allo stesso è notificato l'eventuale avviso di accertamento e di rettifica e nei suoi confronti sono effettuate le azioni per la riscossione coattiva dell'imposta, accessori e spese.

4. Nel caso in cui non sia possibile individuare il titolare del mezzo pubblicitario, installato senza autorizzazione, ovvero il procedimento di riscossione nei suoi confronti abbia esito negativo, l'ufficio comunale o il concessionario del servizio, se trattasi di gestione in concessione, notifica anche a mezzoposta, mediante raccomandata con avviso di ricevimento, avviso motivato di accertamento, di rettifica od invito al pagamento al soggetto indicato al secondo comma del presente articolo, sperando nei suoi confronti le azioni per il recupero del credito d'imposta, accessori e spese.

Art. 22

Modalità di applicazione dell'imposta

1. L'imposta sulla pubblicità è determinata in base alla superficie della minima figura piana geometrica nella quale è circoscritto il mezzo pubblicitario, indipendentemente dal numero dei messaggi nello stesso contenuti.

2. L'imposta per i mezzi polifacciali è calcolata in base alla superficie complessiva adibita alla pubblicità.

3. L'imposta per i mezzi pubblicitari aventi dimensioni volumetriche è calcolata in base alla superficie complessiva determinata in base allo sviluppo del minimo solido geometrico nel quale può essere compreso il mezzo.

4. Le superfici inferiori ad un metro quadrato sono arrotondate, per eccesso, al metro quadrato e le frazioni di esso, oltre il primo, a mezzo metro quadrato.

5. L'imposta non si applica per superfici inferiori a trecento centimetri quadrati.

6. Agli effetti del calcolo della superficie imponibile i festoni di bandierine, i mezzi di identico contenuto

pubblicitario e quelli riferibili al medesimo soggetto passivo, purchè collocati in connessione fra loro, senza soluzione di continuità e funzionalmente finalizzati a diffondere nel loro insieme lo stesso messaggio o ad accrescere l'efficacia, sono considerati come unico mezzo pubblicitario. 7. La pubblicità ordinaria effettuata mediante locandine da collocare a cura dell'utenza all'esterno od all'interno di locali pubblici od aperti al pubblico, è autorizzata dall'ufficio comunale, previa dichiarazione e pagamento dell'imposta, mediante apposizione di timbro con la data di scadenza dell'esposizione.

8. L'imposta sulla pubblicità relativa alle affissioni dirette sugli impianti alle stesse destinati è calcolata sulla superficie complessiva di ciascun impianto nella misura e con le modalità previste dai commi 1 e 2 dell'art. 12 del D.Lgs. n. 507/93.

9. Le maggiorazioni d'imposta a qualunque titolo sono sempre applicate alla tariffa base e sono cumulabili. Le riduzioni d'imposta non sono cumulabili.

10. L'imposta per le fattispecie pubblicitarie previste dagli artt. 12, commi 1 e 3, 13, 14 commi 1 e 3, del DLgs. 15 novembre 1993, n. 507 è dovuta per anno solare di riferimento a cui corrisponde un'autonoma obbligazione tributaria; per le altre fattispecie il periodo d'imposta è quello specificato nelle disposizioni alle stesse relative

Art. 23

Pagamento dell'imposta

1. Il pagamento dell'imposta sulla pubblicità deve essere effettuato a mezzo di conto corrente postale intestato al Comune o direttamente presso le tesorerie comunali, ovvero, in caso di affidamento in concessione, al concessionario stesso, mediante c/c postale o, se consentito dalle vigenti norme, con altri mezzi messi a disposizione dal sistema bancario e postale e preventivamente comunicati al Comune. L'attestazione dell'avvenuto pagamento dell'imposta sulla pubblicità è allegata alla prescritta dichiarazione. Negli anni successivi a quello della dichiarazione, l'attestazione e la ricevuta sono conservate dal soggetto d'imposta per essere esibite per eventuali controlli. Per il pagamento è utilizzato modello conforme a quello autorizzato con decreto ministeriale.

2. L'imposta per la pubblicità relativa a periodi inferiori all'anno solare deve essere corrisposta in unica soluzione prima dell'effettuazione, al momento della dichiarazione.

3. L'imposta per la pubblicità annuale deve essere corrisposta in unica soluzione entro il 31 gennaio di ogni anno. Qualora l'importo annuale sia superiore a € 1.549,37 il pagamento può essere effettuato in rate trimestrali anticipate, entro il 31 gennaio, 30 aprile, 30 luglio e 31 ottobre.

4. La riscossione coattiva dell'imposta si effettua secondo le disposizioni legislative vigenti in materia. Nel caso di riscossione coattiva, il relativo titolo esecutivo deve essere notificato al contribuente, a pena di decadenza, entro il 31 dicembre del terzo anno successivo a quello in cui l'accertamento è divenuto definitivo.

5. In caso di affidamento al concessionario, la riscossione coattiva dell'imposta e dei diritti si effettua a mezzo ingiunzione fiscale secondo la vigente normativa in materia

6. I crediti del Comune relativi all'imposta sulla pubblicità hanno privilegio generale sui beni mobili del debitore, subordinatamente a quello dello Stato, ai sensi dell'art. 2752, comma quarto, del Codice Civile.

Art. 24

Rimborso e Misura degli Interessi

1. Il rimborso delle somme versate e non dovute deve essere richiesto dal contribuente entro il termine di cinque anni dal giorno del versamento, ovvero da quello in cui è stato accertato il diritto alla restituzione. L'effettuazione del rimborso dovrà essere effettuata entro centottanta giorni dalla data di presentazione dell'istanza. Sulle somme da rimborsare, a decorrere dall'eseguito pagamento, sono dovuti gli interessi come di seguito specificato. La misura annua degli interessi é determinata in tre punti percentuali oltre il tasso legale. Gli interessi sono calcolati con maturazione giorno per giorno con decorrenza dal giorno in cui sono divenuti esigibili.

Art. 25

Compensazione

1. Le somme liquidate a titolo di rimborso possono, su richiesta del contribuente da comunicare all'ufficio competente entro 60 giorni dalla notificazione del provvedimento di rimborso, essere compensate con l'importo dovuto e ancora da versare.

Art. 26

Rimborsi di Modica Entità

1. Non si fa luogo al rimborso di somme, a titolo della sola imposta o diritto sulle pubbliche affissioni ove l'importo da corrispondere sia al di sotto di Euro 1,50.

Art. 27

Rettifica e accertamento d'ufficio

1. In presenza di denuncia infedele o incompleta o di omessa dichiarazione o denuncia ovvero di fronte ad infedeli, parziali o ritardati versamenti viene proceduto all'emissione di accertamenti in rettifica o ad accertamenti d'ufficio mediante appositi avvisi motivati e notificati al contribuente anche a mezzo di Raccomandata postale con ricevuta di ritorno. 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 né riproduca il contenuto essenziale.

2. Nell'avviso devono essere indicati il soggetto passivo, le caratteristiche e l'ubicazione del mezzo pubblicitario, l'ammontare dell'imposta o della maggiore imposta accertata, delle sanzioni dovute e dei relativi interessi, nonché il termine di sessanta giorni per il pagamento.

3. Nell'avviso devono essere, inoltre, precisate: -l'ufficio comunale emittente, il suo indirizzo, ovvero, nel caso di gestione in concessione, l'Ufficio del Concessionario; -il termine entro il quale può essere proposto ricorso, l'autorità competente a riceverlo e le modalità da osservare ai sensi delle vigenti disposizioni in materia. -L'organo o l'autorità amministrativa presso i quali è possibile promuovere un riesame anche nel merito dell'atto in sede di autotutela.

4. Gli avvisi di accertamento e rettifica sono sottoscritti dal funzionario comunale responsabile della gestione dell'imposta, ovvero, nel caso di gestione del servizio in concessione, da un rappresentante del concessionario.

5. Gli avvisi di accertamento in rettifica o 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 effettuati. Entro gli stessi termini devono essere contestate e irrogate la sanzioni amministrative tributarie, a norma degli articoli 16 e 17 del Decreto Legislativo 18 dicembre 1997 n. 472 e successive modificazioni.

CAPO III
IMPOSTA SULLA PUBBLICITÀ -TARIFFE

Art. 28

Pubblicità ordinaria

1. L'imposta per la pubblicità ordinaria, effettuata con i mezzi di cui all' art. 12, del D.Lgs. n. 507/93 e successive modificazioni ed integrazioni, si applica secondo la tariffa stabilita, per la classe del Comune, per anno solare e per metro quadrato di superficie determinato con le modalità di cui al precedente art. 22.

2. Per la pubblicità che ha durata non superiore a tre mesi si applica per ogni mese o frazione una tariffa pari ad un decimo di quella annua. Per la pubblicità che ha durata superiore a tre mesi si applica la tariffa annua.

3. Per la pubblicità effettuata mediante affissioni dirette, anche per conto altrui, di manifesti e simili sulle apposite strutture riservate all'esposizione diretta di tali mezzi, si applica l'imposta ordinaria in base alla superficie di ciascun impianto determinata in conformità all'art. 22.

4. Per la pubblicità di cui ai commi precedenti che ha la superficie:
 - a) superiore a mq. 5,5 e fino a mq. 8,5, la tariffa dell'imposta è maggiorata del 50 per cento;
 - b) superiore a mq. 8,5, la tariffa dell'imposta è maggiorata del 100 per cento.
5. Qualora la pubblicità di cui al presente articolo sia effettuata in forma luminosa od illuminata, la tariffa dell'imposta è maggiorata del 100 per cento.
6. Le maggiorazioni d'imposta si applicano con le modalità previste dall'art. 22.

Art. 29

Pubblicità ordinaria con veicoli

1. L'imposta per la pubblicità ordinaria effettuata per conto proprio o altrui all'interno o all'esterno di veicoli in genere è dovuta in base alla superficie complessiva dei mezzi pubblicitari installati su ciascun veicolo.
2. Per la pubblicità effettuata all'esterno dei veicoli sono dovute le maggiorazioni stabilite dal quarto comma dell'art.12 del D.Lgs. n. 507/93 e successive modificazioni ed integrazioni, quando le dimensioni della stessa sono comprese nelle superfici da tale norma previste.
3. Per i veicoli adibiti ad uso pubblico l'imposta è dovuta al Comune che ha rilasciato la licenza di esercizio.
4. Per i veicoli adibiti a servizio di linea interurbana l'imposta è dovuta nella misura della metà a carico di ciascuno dei comuni in cui ha inizio e fine la corsa.
5. Per i veicoli adibiti ad uso privato l'imposta è dovuta al Comune in cui il proprietario del veicolo ha la residenza anagrafica o la sede.

Art. 30

Pubblicità con veicoli dell'Impresa

1. L'imposta per la pubblicità effettuata per proprio conto con veicoli di proprietà dell'impresa o adibiti ai trasporti per conto della stessa è dovuta, per anno solare: –al Comune ove ha sede l'impresa o qualsiasi sua dipendenza; –ovvero al Comune dove sono domiciliati i suoi agenti mandatari che alla data del 1° gennaio di ciascun anno, o a quella successiva di immatricolazione hanno in dotazione i veicoli suddetti; –secondo la tariffa determinata in conformità all'art. 13, comma terzo, del D.Lgs. n. 507/1993 e successive modificazioni ed integrazioni.
2. Per i veicoli di cui al precedente comma circolanti con rimorchio sul quale viene effettuata la pubblicità, la tariffa dell'imposta è raddoppiata.
3. Non è dovuta l'imposta per l'indicazione sui veicoli di cui ai precedenti commi del marchio, della ragione sociale e dell'indirizzo dell'impresa, purchè tali indicazioni siano apposte per non più di due volte e ciascuna iscrizione non superi la superficie di mezzo metro quadrato.
4. 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. L'attestazione dell'avvenuto pagamento dell'imposta deve essere conservata in dotazione al veicolo ed esibita a richiesta degli agenti autorizzati.

Art. 31 Pubblicità con pannelli luminosi

1. L'imposta per la pubblicità effettuata per conto altrui con insegne, pannelli luminosi oltre analoghe strutture è dovuta indipendentemente dal numero dei messaggi, secondo la tariffa stabilita dal primo comma dell'art. 14 del D.Lgs. n. 507/93 e successive modificazioni ed integrazioni, per la classe di appartenenza del Comune, per anno solare e per metro quadrato di superficie determinata con le modalità di cui all'art. 22 del presente Regolamento
2. Per la pubblicità che ha durata non superiore a tre mesi si applica per ogni mese o frazione una tariffa pari ad un decimo di quella annua. Per la pubblicità che ha durata superiore a tre mesi si applica la tariffa annua.
3. L'imposta per la pubblicità di cui ai precedenti commi, effettuata per conto proprio dall'impresa, si applica in misura pari alla metà delle tariffe sopra previste.

Art. 32

Pubblicità con proiezioni

1. Per la pubblicità realizzata con proiezioni luminose o cinematografiche e diapositive, effettuata in luoghi pubblici od aperti al pubblico, si applica l'imposta secondo la tariffa stabilita, per la classe del Comune, dal quarto comma dell'art. 14 del D.Lgs. n. 507/1993 e successive modificazioni ed integrazioni, per ogni giorno, indipendentemente dal numero dei messaggi e dalla superficie adibita alla proiezione.

2. Quando la pubblicità suddetta ha durata superiore a 30 giorni si applica, dopo tale periodo, una tariffa giornaliera pari alla metà di quella di cui al precedente comma.

Art. 33

Pubblicità varia

1. La tariffa dell'imposta per la pubblicità effettuata: –con striscioni od altri mezzi simili che attraversano strade o piazze è dovuta, per ciascun metro quadrato e per ogni periodo di esposizione di 15 giorni o frazione, nella misura stabilita, per la classe del Comune, dal primo comma, dell'art. 12, comma 1, del D.Lgs. n. 507/93 e successive modificazioni ed integrazioni. La superficie soggetta ad imposta è determinata con le modalità di cui all'art. 22 del presente regolamento. Non si applicano maggiorazioni riferite alla dimensione del mezzo pubblicitario;

–da aeromobili sul territorio comunale o su specchi d'acqua e fasce marittime limitrofi al territorio predetto si applica per ogni giorno o frazione, per ciascuna aeromobile, indipendentemente dai soggetti pubblicizzati, nella misura stabilita per la classe del Comune dall'art. 15, secondo comma, del succitato decreto;

–con palloni frenati e simili si applica per ogni giorno o frazione e per ciascun mezzo, indipendentemente dai soggetti pubblicizzati, in misura pari alla metà di quella stabilita per la classe del Comune dall'art. 15, secondo comma, del decreto;

–in forma ambulante con le limitazioni stabilite dal Piano degli impianti pubblicitari mediante distribuzione, a mezzo di persone o veicoli, di manifestini od altro materiale pubblicitario oppure mediante persone circolanti con cartelli ed altri mezzi pubblicitari è dovuta, per ciascuna persona impiegata nella distribuzione od effettuazione e per ogni giorno o frazione, indipendentemente dalla dimensione dei mezzi pubblicitari o dalla quantità di materiale distribuito, nella misura stabilita, per la classe del Comune, dal quarto comma dell'art. 15 del decreto;

–a mezzo di apparecchi amplificatori e simili è dovuta per ciascun punto fisso di pubblicità e per ciascun giorno o frazione della misura stabilita, per la classe del Comune, dal 5° comma dell'art. 15 del D.Lgs. n. 507/93.

Art.34

Imposta sulla pubblicità - Riduzioni

1. La tariffa dell'imposta sulla pubblicità è ridotta alla metà, secondo quanto disposto dall'art. 16 del D.Lgs. n. 507/93 e successive modificazioni ed integrazioni, per le fattispecie qui di seguito elencate:

a) pubblicità effettuata da Comitati, Associazioni, Fondazioni e da ogni altro ente che non abbia scopo di lucro;

b) pubblicità relativa a manifestazioni politiche, sindacali e di categoria, culturali, sportive, filantropiche e religiose, da chiunque realizzate, con il patrocinio o la partecipazione di enti pubblici territoriali;

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

2. I requisiti soggettivi previsti dalla lettera a) del primo comma sono autocertificati dal soggetto passivo nella dichiarazione di cui all'art. 9 del presente regolamento e sottoscritta dallo stesso interessato. Il Funzionario responsabile può invitare, qualora occorra, il soggetto passivo a presentare all'Ufficio comunale, che ne acquisisce copia, la documentazione ritenuta necessaria per comprovare i requisiti autocertificati, fissando un congruo termine per adempiere. L'autocertificazione e la documentazione sono acquisite per la prima dichiarazione e non devono essere ripetute dallo stesso soggetto in occasione di successive esposizioni di mezzi pubblicitari.

3. I requisiti oggettivi di cui alle lettere b) e c) del primo comma devono essere verificati direttamente

dall'ufficio comunale attraverso l'esame dei mezzi pubblicitari o dei loro fac-simili. Quando ciò non sia possibile o sussistono incertezze in merito alle finalità del messaggio pubblicitario il soggetto passivo autocertifica, nella dichiarazione e con le modalità di cui al precedente comma, la corrispondenza delle finalità delle manifestazioni, festeggiamenti e spettacoli a quelle previste dalle norme sopracitate, che danno diritto alla riduzione dell'imposta.

Art. 35

Imposta sulla pubblicità - Esenzioni

1. Sono esenti dall'imposta sulla pubblicità:
 - a) la pubblicità realizzata all'interno dei locali adibiti alla vendita di beni od alla prestazione di servizi quando si riferisca all'attività esercitata nei locali stessi nonché i mezzi pubblicitari –ad eccezione delle insegne –esposti nelle vetrine e sulle porte d'ingresso dei locali suddetti purchè siano attinenti all'attività in essi esercitata e non superino, nel loro insieme, la superficie complessiva di mezzo metro quadrato per ciascuna vetrina od ingresso;
 - b) gli avvisi al pubblico esposti nelle vetrine o sulle porte d'ingresso dei locali o, ove queste manchino, nelle immediate adiacenze del punto di vendita, relativi all'attività svolta, nonché quelli riguardanti la localizzazione ed utilizzazione dei servizi di pubblica utilità e gli avvisi riguardanti la locazione e la compravendita degli immobili sui quali sono affissi, di superficie non superiore ad un quarto di mq;
 - c) la pubblicità all'interno, sulle facciate esterne o sulla recinzione dei locali di pubblico spettacolo, quando si riferisce alle rappresentazioni in programma nei locali predetti;
 - d) la pubblicità –escluse le insegne relative ai giornali ed alle pubblicazioni periodiche esposta sulle sole facciate esterne delle edicole o all'interno, nelle vetrine e sulle porte d'ingresso dei negozi ove si effettua la vendita;
 - e) la pubblicità esposta all'interno delle stazioni dei servizi di trasporto pubblico di ogni genere, relativa esclusivamente all'attività esercitata dall'impresa di trasporto titolare del servizio, nonché le tabelle esposte all'esterno delle predette stazioni o lungo l'itinerario di viaggio, limitatamente alla parte in cui contengono informazioni relative alle modalità di effettuazione del servizio;
 - f) la pubblicità esposta all'interno delle vetture ferroviarie, degli aerei e delle navi, esclusa quella effettuata sui battelli, barche e simili soggetta all'imposta ai sensi dell'art. 13 del D.Lgs. n. 507/1993 e successive modificazioni ed integrazioni;
 - g) a 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 e di ogni altro ente che non persegue scopo di lucro,
 - i) le insegne, la targhe e simili la cui esposizione sia obbligatoria per disposizione di legge o di regolamento, di dimensioni non superiori a mezzo metro quadrato di superficie, salvo che le stesse non siano espressamente stabilite dalle disposizioni predette;
 - j) le insegne di esercizio di attività commerciali e di produzione di beni o servizi che contraddistinguono la sede ove si svolge l'attività cui si riferiscono di superficie complessiva fino a 5 metri quadrati. Tuttavia per le insegne di esercizio di superficie complessiva superiore a 5 metri quadrati, l'imposta è dovuta per l'intera superficie. Nel caso di pluralità di insegne l'esenzione è riconosciuta nei limiti di superficie di cui sopra.
2. Ai fini dell'esenzione dall'imposta di cui al precedente comma l'attività esercitata è quella risultante dalle autorizzazioni comunali, di pubblica sicurezza, di altre autorità od accertata dal registro delle imprese registrate presso la Camera di Commercio.
3. L'esenzione dall'imposta prevista dalla lettera g) del comma 1 compete agli enti pubblici territoriali per la pubblicità effettuata nell'ambito della loro circoscrizione.
4. I soggetti di cui alla lettera h) del primo comma devono presentare in visione all'ufficio comunale pubblicità idonea documentazione od autocertificazione relativa al possesso dei requisiti richiesti per beneficiare dell'esenzione. La mancata presentazione dei documenti suddetti nei termini stabiliti, comporta l'applicazione dell'imposta sulla pubblicità.

CAPO V

DIRITTO SULLE PUBBLICHE AFFISSIONI TARIFFE

Art. 36

Tariffe Applicazioni e misura

1. Il diritto sulle pubbliche affissioni è dovuto al Comune che provvede alla loro effettuazione, in solido da chi richiede il servizio e da colui nell'interesse del quale esso viene effettuato.
2. Il diritto è comprensivo dell'imposta sulla pubblicità relativa ai manifesti ed agli altri mezzi affissi e per i quali il diritto viene corrisposto.
3. Il diritto sulle pubbliche affissioni è dovuto, per ciascun foglio di dimensioni fino a cm. 70x100, nella misura stabilita per la classe del Comune dal secondo comma dell'art. 19 del D.L.gs. n. 507/1993 e successive modificazioni ed integrazioni, distintamente per i primi 10 giorni e per ogni periodo successivo di 5 giorni o frazione.
4. Per le commissioni inferiori a 50 fogli il diritto di cui al precedente comma è maggiorato del 50 per cento.
5. Per i manifesti costituiti da 8 fino a 12 fogli il diritto è maggiorato del 50%, per quelli costituiti da più di 12 fogli è maggiorato del 100%.
6. Le maggiorazioni del diritto, a qualunque titolo previsto, sono cumulabili tra loro e si applicano sulla tariffa base.
7. Le eventuali aggiunte ai manifesti già affissi sono soggette al pagamento del diritto corrispondente alla tariffa prevista per i primi 10 giorni.
8. Qualora il committente richieda espressamente che l'affissione avvenga in determinati spazi da lui prescelti, è dovuta una maggiorazione del 100 per cento.
9. Per quanto concerne il pagamento del diritto relativo alle pubbliche affissioni, esso deve essere effettuato a mezzo di conto corrente postale intestato al Comune o direttamente presso la Tesoreria Comunale e, nel caso di affidamento in concessione, al suo concessionario anche mediante c/c postale.
10. Per quanto riguarda, infine, il pagamento del diritto relativo alle affissioni non aventi carattere commerciale, esso può essere effettuato anche direttamente all'Ufficio Comunale o al concessionario del servizio, se trattasi di gestione in concessione.

Art. 37

Tariffa Riduzioni

1. La tariffa del diritto per il servizio delle pubbliche affissioni è ridotta alla metà:
 - a. per i manifesti riguardanti in via esclusiva lo Stato e gli enti pubblici territoriali e che non rientrano nei casi per i quali è prevista l'esenzione dall'art. 21 del D.Lgs. n. 507/93 e successive modificazioni ed integrazioni;
 - b. per i manifesti di comitati, associazioni, fondazioni e di 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 e la partecipazione degli enti pubblici territoriali;
 - d. per i manifesti relativi ai festeggiamenti patriottici, religiosi, a spettacoli viaggianti e di beneficenza;
 - e. per gli annunci mortuari.
2. I requisiti soggettivi ed oggettivi previsti dalle lettere b), c) e d) sono accertati e verificati con le modalità di cui al terzo e quarto comma dell'art. 32 del presente Regolamento.
3. Le riduzioni non sono cumulabili. Non si applicano alla misura minima del diritto stabilito per ogni commissione da effettuarsi d'urgenza.
4. La presenza all'interno del manifesto di eventuali sponsor o altre diciture o logotipi a carattere commerciale, relativamente alla fattispecie previste dall'art. 20 del D. Lgs 507/93, mantiene la riduzione a condizione che la superficie utilizzata a tale scopo sia inferiore a 300 centimetri quadrati.

Art. 38

Oneri per la rimozione dei manifesti affissi in violazione delle disposizioni vigenti.

1. Gli oneri derivanti dalla rimozione dei manifesti affissi in violazione delle disposizioni vigenti sono a carico dei soggetti per conto dei quali gli stessi sono stati affissi, salvo prova contraria.

Art. 39

Diritto Esenzioni

1. Sono esenti dal diritto sulle pubbliche affissioni:
 - a) i manifesti riguardanti le attività e funzioni istituzionali del Comune, da esso svolte in via esclusiva, esposti nell'ambito del proprio territorio;
 - b) i manifesti delle autorità militari relative alle iscrizioni nelle liste di leva, alla chiamata ed ai richiami alle armi;
 - c) i manifesti dello Stato, delle regioni e delle province in materia di tributi; d) i manifesti dell'autorità di polizia in materia di pubblica sicurezza;
 - e) i manifesti relativi ad adempimenti di legge in materia di referendum, elezioni politiche, per il parlamento europeo, regionali ed amministrative;
 - f) ogni altro manifesto la cui affissione sia obbligatoria per legge;
 - g) i manifesti concernenti corsi scolastici e professionali gratuiti regolarmente autorizzati.
2. Per i manifesti di cui alla lettera a) si fa riferimento alle attività e funzioni che il Comune esercita secondo le leggi statali e regionali, le norme statutarie, le disposizioni regolamentari e quelle che hanno per finalità la cura degli interessi e la promozione dello sviluppo della comunità, secondo le vigenti disposizioni normative in materia.
3. Per i manifesti di cui alla lettera f) il soggetto che richiede l'affissione gratuita è tenuto a precisare, in tale richiesta, la disposizione di legge per effetto della quale l'affissione sia obbligatoria.
4. Per l'affissione gratuita dei manifesti di cui alla lettera g) il soggetto richiedente deve allegare alla richiesta copia dei documenti dai quali risulta che i corsi sono gratuiti e regolarmente autorizzati dall'autorità competente.

TITOLO III SANZIONI –CONTENZIOSO –DISPOSIZIONI FINALI

Art. 40

Sanzioni e interessi

1. In presenza di omesso /parziale o tardivo versamento delle singole rate dell'Imposta e del diritto si applica la sanzione amministrativa nella misura del 30% di ogni importo non versato ai sensi dell'art. 13 del D.Lgs. n. 471/97 e successive modificazioni ed integrazioni.
2. Per l'omessa presentazione della dichiarazione o denuncia si applica la sanzione amministrativa (dal cento al duecento per cento dell'imposta o del diritto dovuti, con un minimo di Euro 51).
3. Per la dichiarazione infedele si applica la sanzione amministrativa dal (cinquanta al cento per cento 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 amministrativa (da Euro 51 a Euro 258).
4. Le sanzioni indicate nei commi 2 e 3 sono ridotte ad un quarto se, entro il termine per ricorrere alle commissioni tributarie, interviene adesione del contribuente con il pagamento dell'imposta o del diritto, se dovuti e della sanzione.
5. Sull'imposta si applicano gli interessi nella misura annua di tre punti percentuali oltre il tasso legale.
6. Gli interessi sono calcolati con maturazione giorno per giorno con decorrenza dal giorno in cui sono divenuti esigibili e vengono applicati a tutte le pretese impositive di cui al presente articolo.

Art. 41

Modalità di pagamento

1. Il pagamento dell'imposta e del diritto sulle pubbliche affissioni deve essere effettuato con arrotondamento all'euro per difetto se la frazione è inferiore a 49 centesimi, ovvero per eccesso se superiore a detto importo, sul conto corrente del Comune o presso gli uffici comunali preposti e comunque non le 48 ore successive l'affissione.

Art. 42 Importi minimi per versamenti

1. Tenuto conto delle attività istruttorie e di accertamento da effettuare per pervenire alla riscossione,

anche coattiva del tributo, nonché degli oneri da sostenere per svolgere le suddette attività e nel rispetto del principio di economicità dell'azione amministrativa, non è dovuto il versamento qualora l'importo relativo ad un singolo anno di imposta non sia superiore a Euro 1,50.

2. Il limite previsto nel comma precedente deve intendersi riferito all'ammontare complessivo del debito ancorché comprensivo di sanzioni ed interessi.

3. Laddove l'importo risulti non superiore al predetto limite, il Comune o il Concessionario è esonerato dal compiere i relativi adempimenti e pertanto non procede alla notificazione di avvisi di accertamento o alla riscossione coattiva.

4. Le disposizioni di cui al presente articolo non si applicano nell'ipotesi di ravvedimento operoso e nel caso di definizione delle sanzioni ai sensi rispettivamente degli articoli 13, 16 e 17 del D.Lgs. n. 472/1997. 5. Nel caso in cui l'importo complessivamente dovuto sia superiore al suddetto limite, anche con riferimento a più annualità, permane l'obbligo del versamento e della riscossione, anche coattiva.

Art. 43

Sanzioni amministrative

1. Il Comune vigila, a mezzo del Corpo di Polizia Municipale, e dei propri servizi tecnici e finanziari, sulla corretta osservanza delle disposizioni legislative e regolamentari riguardanti l'effettuazione della pubblicità e delle affissioni dirette alla stessa assimilate, richiamate o stabilite dal presente regolamento. In caso di violazione di dette disposizioni si applica la legislazione vigente in materia (legge 24.11.1981 n.689, art.23 D.Lgs.30.4.1992 n. 285 e art.56 del D.P.R. 16.12.1992 n.495 e successive modifiche ed integrazioni).

2. Il Corpo di Polizia Municipale effettua la vigilanza sulla corretta realizzazione e sull'esatto posizionamento dei cartelli, delle insegne di esercizio e degli altri mezzi pubblicitari oltreché sullo stato di conservazione e sulla buona manutenzione degli stessi.

3. Il concessionario è tenuto a richiesta del Comune e sulla scorta di apposita previsione contrattuale, a fornire assistenza alla formazione e redazione dei piani di contrasto all'abusivismo e a svolgere le conseguenti attività di servizi anche di arredo urbano. Il comune ha facoltà di richiedere al concessionario di svolgere servizi aggiuntivi strumentali alla repressione dell'abusivismo pubblicitario e al miglioramento dell'impiantistica.

4. Per quanto concerne, infine, le sanzioni da applicare in caso di violazione delle norme regolamentari nonché le modalità procedurali in ordine alla rimozione dei mezzi pubblicitari esposti abusivamente o, comunque, difformemente dalle autorizzazioni rilasciate, si fa espresso rinvio all'art. 24 del D.Lgs.n. 507/93 e succ. mod. ed integrazioni nonché all'art. 56 del DPR.16.12.1992 n. 495 e successive modificazioni ed integrazioni.

Art. 44

Giurisdizione tributaria

1. La giurisdizione tributaria per l'imposta sulla pubblicità e per il diritto sulle pubbliche affissioni è esercitata dalla Commissione Tributaria Provinciale e dalla Commissione Tributaria Regionale, secondo quanto disposto dai DD.LLgs. 31.12.1992, n. 545 e n. 546 e successive modificazioni ed integrazioni ai quali si fa espresso rinvio.

Art. 45

Gestione del servizio in concessione Effetti

1. Alla data di entrata in vigore del presente Regolamento, il servizio di accertamento e riscossione dell'imposta comunale sulla pubblicità e diritti sulle pubbliche affissioni, già affidato in concessione, continua ad essere gestito in tale forma fino alla scadenza del contratto di concessione. Art. 46 Disposizioni finali 1. Il presente regolamento, che sostituisce integralmente quello precedentemente adottato con specifico atto deliberativo n. 346 del C.C. del 29.11.1994 e con delibera n. 198 della G.C. dell'11.07.1995, entra in vigore il 01.01.2000. 2. Per tutto quanto non espressamente contemplato nel presente regolamento si applicano le disposizioni del D.Lgs. n. 507/93 e successive modificazioni ed integrazioni, nonché le altre norme di legge, statutarie e regolamentari applicabili in materia.

TITOLO IV PIANO GENERALE DEGLI IMPIANTI

Art. 46 - OGGETTO

Il presente Titolo disciplina il Piano generale degli impianti del Comune nonché le modalità per l'installazione ed esposizione dei mezzi pubblicitari e del rilascio della relativa autorizzazione comunale.

Art. 47

IMPIANTI PUBBLICITARI - CARATTERISTICHE, TIPOLOGIA, QUANTITÀ DEGLI IMPIANTI E CRITERI PER LA REALIZZAZIONE DEL PIANO.

Le caratteristiche e la tipologia degli impianti pubblicitari devono rispettare le prescrizioni del Titolo II Capo I del Codice della strada previsto dal D. L.vo 30 aprile 1992 n. 285 così come modificato dal D.L.vo 10 settembre 1993 n. 360 ed in particolare dall'art. 23, le ulteriori prescrizioni previste dal Titolo II capo 1, paragrafo 3 del D.P.R. 16 dicembre 1992 n. 495 riguardante il Regolamento di esecuzione e di attuazione del nuovo Codice della Strada.

Le caratteristiche estetiche degli impianti, la foggia degli stessi e il colore delle strutture dovranno essere conformi a quanto disposto dal Piano generale degli impianti.

Il Piano Generale degli impianti pubblici viene approvato con deliberazione della Giunta Comunale, sentito il parere dell'Ufficio Tecnico.

La Giunta stessa, almeno ogni tre anni, verifica lo stato di attuazione del Piano e provvede alle necessarie modificazioni ed integrazioni.

Il Piano deve essere realizzato nel rispetto dei seguenti criteri:

- Attuazione del Piano, che può avvenire per stralci funzionali, a partire dal Centro Storico
- Utilizzazione, per quanto possibile, degli impianti già esistenti e loro rifacimento
- Rispetto e tutela dei beni di interesse artistico e storico
- Salvaguardia dell'integrità dei nuclei abitati aventi particolari caratteristiche di omogeneità culturale, socioeconomica o di tipologia edilizia
- Salvaguardia di situazioni ambientali caratteristiche e degne di tutela
- Utilizzo, in ogni caso, di strutture e materiali per gli impianti tali da renderli il più possibile compatibili con l'ambiente circostante.

Le insegne a bandiera, qualora non sporgano all'interno della carreggiata, dovranno avere il margine inferiore ad un'altezza non inferiore a m. 2,2 dal piano stradale o dal marciapiede; nel caso in cui sporgano sulla carreggiata, dovranno essere poste ad un'altezza minima dal suolo di m. 5,10.

Art. 48

RICHIESTA DI AUTORIZZAZIONE

Chiunque intenda installare nel territorio comunale impianti pubblicitari deve inoltrare apposita richiesta al Responsabile dell'Ufficio Tecnico.

La richiesta di autorizzazione, in carta legale, deve contenere:

- a) l'indicazione delle generalità, della residenza, del codice fiscale del richiedente se persona fisica; della ragione sociale, sede legale, codice fiscale della ditta o persona giuridica nonché le generalità e l'indirizzo del rappresentante legale;
- b) un elaborato tecnico in scala con l'ubicazione esatta del luogo ove si intende installare l'impianto da cui possa ricavarsi la superficie dell'impianto installato su suolo o soprassuolo pubblico.
- c) la descrizione tecnica dell'impianto o del tipo di cartello o insegna con l'indicazione se trattasi di mezzo luminoso o illuminato; la descrizione può essere sostituita da un bozzetto a colori del mezzo pubblicitario;
- d) la documentazione fotografica che chiarisca il punto preciso di installazione in relazione all'ambiente circostante;

Qualora si intenda installare l'impianto su suolo pubblico, dovrà essere preventivamente richiesta l'apposita concessione di occupazione di suolo prevista dal vigente regolamento per l'applicazione del canone di occupazione spazi ed aree pubbliche.

Qualora si intenda installare l'impianto su suolo privato dovrà essere fornita dimostrazione dell'ottenimento o del possesso della disponibilità dell'area o del fabbricato interessato.
Le richieste dovranno essere completate secondo quanto prescritto nel Piano Generale degli Impianti.

Art. 49

RILASCIO DELL'AUTORIZZAZIONE

Entro il termine di 60 gg. dalla presentazione della richiesta verrà rilasciata l'autorizzazione all'installazione oppure verrà data comunicazione motivata del diniego al rilascio. In ogni caso l'installazione degli impianti pubblicitari deve essere preceduta da espressa autorizzazione comunale.

L'ufficio tecnico esaminerà le richieste in ordine cronologico di presentazione.

Il termine di cui al comma 1 è sospeso nel caso in cui l'Ufficio Tecnico inviti il richiedente a produrre ulteriore documentazione.

Qualora la pubblicità sia effettuata su spazi ed aree pubbliche appartenenti al demanio o al patrimonio indisponibile del Comune, il pagamento dell'imposta di pubblicità non esclude il pagamento della tassa di occupazione temporanea spazi ed aree pubbliche nonché di eventuali canoni di concessione.

L'autorizzazione si intende rilasciata a condizione che il richiedente provveda alla periodica manutenzione del relativo impianto.

Conseguentemente il Comune ha facoltà di richiedere quei lavori di pulizia, verniciatura e sostituzione e in genere di manutenzione che saranno ritenuti necessari per mantenere i mezzi pubblicitari in buono stato secondo le esigenze del decoro cittadino.

In caso di mancata ottemperanza delle suindicate prescrizioni l'autorizzazione si intende revocata senza che l'utente abbia diritto a compensi o indennità di sorta.

Nel caso di mancata installazione nel termine di mesi sei, l'autorizzazione si intende revocata.

Potrà essere riattivata previa presentazione di nuova istanza nei modi di cui all'art. 48.

L'autorizzazione non sostituisce la dichiarazione di cui all'articolo 14 del presente Regolamento che deve essere comunque e sempre presentata ai fini dell'assolvimento tributario di cui al Titolo II.

L'esposizione di mezzi pubblicitari è consentita senza il rilascio della prescritta autorizzazione nei casi di esposizione di targhe professionali di formato non superiore a 50 cm² di locandine, targhe o scritte sui veicoli in genere, di pubblicità relativa a vendite e locazione di immobili posta sui fabbricati in vendita, fermo restando l'obbligo dell'assolvimento tributario di cui al punto 7.

Per tutto quanto non espressamente previsto relativamente alle modalità relative al rilascio nonché alla durata delle autorizzazioni, si fa riferimento al Piano Generale degli Impianti.

Art. 50

RIMOZIONE DEI MEZZI PUBBLICITARI O DEGLI IMPIANTI PER AFFISSIONI DIRETTE

Gli impianti pubblicitari installati senza aver inoltrato e/o ottenuto la prevista autorizzazione all'installazione sono abusivi.

Sono da ritenersi impianti abusivi anche quegli impianti per i quali si è provveduto alla revoca dell'autorizzazione ai sensi del precedente articolo 49 comma 5.

Il Comune dispone, mediante ordinanza del Sindaco, la rimozione degli impianti pubblicitari abusivi nonché la rimozione o lo spostamento di qualsiasi mezzo pubblicitario, di tabelle murali, di stendardi o di impianti destinati alle affissioni dirette in altre posizioni del territorio del Comune, quando ciò sia imposto da esigenze estetiche, di servizio o di viabilità, oppure da cause di forza maggiore quali la demolizione o la costruzione di edifici o altre esigenze di interesse pubblico.

Nell'ordinanza viene prevista, in caso di inottemperanza all'ordine di rimozione o di spostamento entro il termine assegnato, l'esecuzione d'ufficio, addebitando all'utente le spese relative.

Indipendentemente dalla procedura di rimozione degli impianti, il Comune o il concessionario del servizio provvedono alla copertura della pubblicità abusiva o alla defissione o copertura delle affissioni abusive con successiva notifica di apposito avviso con invito all'utente a pagare le spese sostenute per la copertura e/o rimozione o deaffissione.

I mezzi o gli impianti abusivi rimossi a cura del Comune per inadempienze dell'utente all'ordinanza di rimozione sono sequestrati e custoditi nei depositi comunali a garanzia del pagamento delle spese di ri-

mozione, trasporto e custodia, nonchè del tributo evaso. Nella stessa ordinanza viene stabilito un termine entro il quale gli interessati possono richiedere la restituzione del materiale sequestrato previo pagamento dell'imposta dovuta, delle sanzioni e delle spese sostenute per le operazioni di rimozione o defissione. In mancanza della richiesta di restituzione, si procede alla vendita del materiale stesso tramite l'ufficio economato ed il ricavo viene incamerato dal Comune fino alla concorrenza del proprio credito.

Qualora l'ufficio economato non provvede alla vendita per mancanza di acquirenti, lo stesso provvede alla distruzione del materiale sequestrato, redigendo apposito verbale.

Qualora non sia possibile identificare il responsabile della pubblicità abusiva, si procede direttamente al sequestro e la relativa ordinanza viene pubblicata all'albo pretorio per 15 giorni

Art. 51

LIMITAZIONE ALLA PUBBLICITÀ EFFETTUATA A MEZZO APPARECCHI AMPLIFICATORI

E' consentita, nel territorio comunale, la pubblicità effettuata a mezzo apparecchi amplificatori e simili, secondo quanto stabilito dall'art. 13 del D.L.vo 30.4.92 n. 285, cosa come modificato al D.L.vo 10.9.93 n. 360 con le seguenti limitazioni:

- a) la pubblicità, effettuata in modo da essere percepibile dalle vie o altro luogo pubblico, è vietata dalle ore 22 alle ore 8 .
- b) è parimenti vietata la pubblicità con apparecchi amplificatori e simili, in prossimità di case di cura e di riposo e, durante le ore di lezione o di cerimonie, in prossimità di scuole pubbliche e di edifici di culto.
- c) l'intensità della voce e dei suoni deve essere in ogni caso attenuata e tale da non arrecare disturbo acustico alle persone.

Art. 52

IMPIANTI DESTINATI ALLE PUBBLICHE AFFISSIONI

1 - OGGETTO

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

2 - CARATTERISTICHE E TIPOLOGIA DEGLI IMPIANTI

a) gli impianti, di norma, sono costituiti da strutture metalliche che supportano tabelle aventi dimensioni multiple del modulo di cm 70x100 atte a contenere manifesti, così come definiti dall'art 19 c. 2° del D.L.vo 15 novembre 1993 n. 507 e successive modificazioni e integrazioni.

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

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

- verticali: cm 70 X 100, 100 X 140

- orizzontali: cm 200 X 140

- TABELLE BIFACCIALI (STANDARDI), costituite da tabelle del tipo di cui alla lettera a) in alluminio ed i cui pali di sostegno siano ancorati al suolo in modo da assicurare stabilità statica all'impianto.

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

- tabelle orizzontali cm 200 X 140

- IMPIANTI GRANDI FORMATI (POSTERS)

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

La tipologia sarà definita dalla Giunta Comunale con l'approvazione del piano generale degli impianti

3 - QUANTITÀ DEGLI IMPIANTI

a) la superficie complessiva degli impianti verrà indicata nel Piano Generale degli Impianti e non sarà inferiore ai 12 mq per ogni mille abitanti ed è interamente posta nella disponibilità del servizio pubblico. Detta superficie sarà ripartita nelle seguenti fasce di utilizzazione:

- 1 - IMPIANTI DESTINATI ALLE AFFISSIONI DI NATURA ISTITUZIONALE O PRIVE DI RILEVANZA ECONOMICA
- 2 - IMPIANTI DESTINATI ALLE AFFISSIONI COMMERCIALI
- 3 - IMPIANTI DESTINATI A PRIVATI PER LE AFFISSIONI DIRETTE

In eccedenza alla superficie complessiva di cui ai punti 1 e 2 precedenti viene disposta l'attribuzione a privati per l'installazione di impianti pubblicitari per l'affissione diretta una superficie di 18 m².

4 - IMPIANTI GIÀ INSTALLATI - DISPOSIZIONI IN ADEGUATAMENTO

a) vengono confermate le localizzazioni, i quantitativi e le tipologie degli impianti per le affissioni già installate alla data di entrata in vigore del presente Regolamento.

b) con successivo atto deliberativo, la Giunta Comunale formalizzerà, previa ricognizione e verifica del rispetto delle quantità di cui al precedente articolo 6, comma b) e delle relative ripartizioni di cui al punto 3 del presente articolo, le localizzazioni distribuendole per destinazione d'uso.

Ove del caso disporrà, sentito l'organo tecnico competente, le integrazioni necessarie, ovvero le sostituzioni parziali o totali degli impianti onde adeguarli ai quantitativi e destinazioni previsti dal presente Regolamento.

Art. 53

ALTRE DISPOSIZIONI IN MATERIA DI IMPIANTI AFFISSIONI

La Giunta Comunale, su proposta del settore tributi, potrà disporre variazioni alle distribuzioni percentuali di cui al precedente articolo sulla base di riscontrate esigenze del servizio.

Il piano ha validità triennale a decorrere dalla data di approvazione del presente regolamento.

E' possibile un anticipato adeguamento del piano nel corso della sua vigenza per esigenze del servizio o per altre cause.

In caso di mancato adeguamento alla scadenza del triennio lo stesso piano si intende prorogato per un ulteriore triennio.

L'eventuale concessionario del servizio, nell'ambito delle prescrizioni del presente articolo, può proporre alla Giunta Comunale un adeguamento del piano generale degli impianti per le pubbliche affissioni sulla base delle norme previste dal capitolato d'onere e per motivate esigenze del servizio.

La Giunta Comunale si esprime sulla proposta del Concessionario, approvandola, respingendola oppure apportando ad essa le modifiche ritenute necessarie.

Art. 54

ASSEGNAZIONE DI SPAZI PER LE AFFISSIONI DIRETTE

Ai sensi dell'articolo 3, del D.L.vo 507/93 l'Amministrazione può attribuire a soggetti privati, diversi dal Concessionario del pubblico servizio e in forma concessoria, la facoltà di installare impianti per l'effettuazione di affissioni dirette.

La superficie complessiva assegnabile a tale scopo è fissata in 18 metri quadrati. Detta superficie non è compresa in quella complessivamente destinata al servizio pubblico secondo il disposto di cui al precedente articolo 52.

Tali impianti devono essere forniti e collocati a cura e spese del privato richiedente nel rispetto di tutte le norme previste per gli impianti pubblicitari e specificate negli artt. 47 e seguenti del presente Regolamento.

Detti spazi, ove del caso, saranno affidati in concessione ai privati secondo le modalità previste nel Piano Generale degli Impianti.

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

TITOLO V - NORME FINALI E TRANSITORIE

Art. 50

NORME FINALI

Dalla data di entrata in vigore del presente regolamento è abrogato il regolamento allegato alle Del.G. 359 e 359BIS del 30.11.1994.

Per tutto quanto non previsto dal presente Regolamento si applicano, in materia di imposta comunale sulla pubblicità e di diritto sulle pubbliche affissioni, le disposizioni di cui al Capo I del Decreto Legislativo 15 novembre 1993, n° 507 e successive modificazioni e integrazioni.

Art. 51

NORME TRANSITORIE

I mezzi pubblicitari installati sulla base di autorizzazioni in essere all'entrata in vigore del presente Regolamento e non rispondenti alle disposizioni dello stesso, dovranno essere adeguati alla nuova normativa entro 3 anni della sua entrata in vigore a cura e spese del titolare dell'autorizzazione.

In presenza di norme di legge che dispongono diversamente devono essere applicati questi ultimi salvo che la normativa stessa non disponga deroghe al riguardo.

La superficie complessiva degli impianti per le affissioni, l'ubicazione, la ripartizione per destinazione a seconda della natura istituzionale, sociale e commerciale, dovrà essere adeguata nel termine di due anni dall'approvazione del presente Regolamento e ciò anche al fine di stabilire l'equilibrio tra gli impianti in categoria speciale e in quelli di categoria normale.

A tale scopo dovrà procedersi alla formazione di un piano collettivo o sostitutivo di quello eventualmente già adottato sulla base della previgente normativa.

Esenzione dall'imposta sulla pubblicità per le società e le associazioni sportive dilettantistiche.

La precedente Finanziaria 2005 (legge 30 dicembre 2004, n. 311) ha introdotto, all'art. 1, il comma 470 che prevedeva l'inserimento del comma 11-bis all'art. 90 della legge 27 dicembre 2002, n. 289, così formulato: "Per i soggetti di cui al comma 1 (dell'art. 90) la pubblicità, in qualunque modo realizzata, negli impianti utilizzati per manifestazioni sportive dilettantistiche con capienza inferiore ai tremila posti, è da considerarsi, ai fini dell'applicazione delle disposizioni del decreto del Presidente della Repubblica 26 ottobre 1972, n. 640, in rapporto di occasionalità rispetto all'evento sportivo direttamente organizzato".

La disposizione di cui al comma 11-bis dell'articolo 90 della legge 27 dicembre 2002, n. 289, si interpreta nel senso che la pubblicità, in qualunque modo realizzata dai soggetti di cui al comma 1, rivolta all'interno degli impianti dagli stessi utilizzati per manifestazioni sportive dilettantistiche con capienza inferiore ai tremila posti, è esente dall'imposta sulla pubblicità di cui al Capo 1 del decreto legislativo 15 novembre 1993, n. 507".

Allegati

CIR. n. 1 del 8 febbraio 2002 Prot. n. 2065-2002/DPF/UFF

Ministero dell'economia e delle finanze

DIPARTIMENTO PER LE POLITICHE FISCALI UFFICIO FEDERALISMO FISCALE REPARTO V

OGGETTO: Chiarimenti in ordine alle disposizioni relative all'imposta comunale sulla pubblicità ed al diritto sulle pubbliche affissioni introdotte dalla legge 28 dicembre 2001, n. 448 (legge finanziaria 2002). Modificazioni al decreto legislativo 15 novembre 1993, n. 507.

TESTO:

La legge 28 dicembre 2001, n. 448, recante "Disposizioni per la formazione del bilancio annuale e pluriennale dello Stato (legge finanziaria 2002)", pubblicata sul supplemento ordinario n. 285/L alla Gazzetta Ufficiale n. 301 del 29 dicembre 2001, contiene all'art. 10 varie disposizioni modificative della disciplina dell'imposta comunale sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni, sulle quali si forniscono i necessari chiarimenti.

1) LE MODIFICAZIONI IN MATERIA DI DELIBERAZIONI TARIFFARIE

Il comma 1 dell'art. 10, prevede, alla lettera a), la sostituzione del comma 5 dell'art. 3 del D.Lgs. 15 novembre 1993, n. 507, relativo alla disciplina del regolamento e delle tariffe dei tributi in esame.

In base alla nuova disposizione, le tariffe dell'imposta sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni sono deliberate entro il 31 marzo di ogni anno e si applicano a decorrere dal 1° gennaio del medesimo anno.

La retroattività dell'efficacia della deliberazione delle tariffe in questione viene espressamente stabilita in deroga all'art. 3 della legge 27 luglio 2000, n. 212, recante disposizioni sullo Statuto dei diritti del contribuente, che, nel disciplinare l'efficacia temporale delle norme tributarie, ha sancito il principio che le disposizioni tributarie non hanno effetto retroattivo.

Occorre inoltre precisare che la stessa legge n. 448 del 2001 stabilisce all'art. 27, comma 8, che il termine per deliberare le aliquote e le tariffe degli altri tributi locali, nonché per approvare i regolamenti relativi alle entrate degli enti locali è "stabilito entro la data fissata da norme statali per la deliberazione del bilancio di previsione".

In base alle disposizioni dell'art. 151, comma 1, del Testo unico delle leggi sull'ordinamento degli enti locali (T.U.E.L.), approvato con D. Lgs. 18 agosto 2000, n. 267, detta data è fissata al 31 dicembre, ma può essere differita con decreto del Ministro dell'interno, d'intesa con il Ministro del tesoro, del bilancio e della programmazione economica, sentita la Conferenza Stato-città ed autonomie locali. Al riguardo è opportuno sottolineare che sulla Gazzetta Ufficiale del 28 dicembre 2001, n. 300, è stato pubblicato il decreto del Ministero dell'interno del 20 dicembre 2001, con il quale il termine in questione è stato prorogato al 28 febbraio 2002.

Pertanto, coesistono per l'anno 2002 due diversi termini entro i quali la Giunta comunale, in base al combinato disposto dell'art. 42, comma 1, lettera f) e dall'art. 48, comma 2, del T.U.E.L., deve approvare le tariffe:

quello del 28 febbraio valido, in via generale, per i tributi locali;

quello del 31 marzo, efficace esclusivamente per l'imposta sulla pubblicità e per il diritto sulle pubbliche affissioni.

Le disposizioni in esame nulla prevedono riguardo al differimento dei termini di pagamento dell'imposta sulla pubblicità annuale che ha, di norma, scadenza nel mese di gennaio o comunque prima della definizione delle nuove tariffe.

Può accadere, quindi, che il pagamento effettuato dal contribuente non risulti corrispondente alle tariffe deliberate dall'ente locale in un momento successivo. Per evitare questa situazione e semplificare gli adempimenti a carico del contribuente, il comune, sulla base della potestà regolamentare generale prevista dall'art. 52 del D.Lgs. n. 446 del 1997, può stabilire un'adeguata proroga per il versamento dei tributi in esame.

La deliberazione contenente il differimento dei termini di pagamento non si rende di regola necessaria nel caso in cui l'ente locale non intenda apportare modifiche regolamentari che incidono sulla quantificazione dei tributi.

E' opportuno, inoltre, aggiungere, che se le modificazioni regolamentari dei tributi in questione intervengono successivamente al 31 gennaio 2002 senza che sia stata stabilita al contempo la proroga del termine di scadenza dei pagamenti, il comune dovrà comunque rimettere in termini i contribuenti per il versamento della differenza del tributo con esclusione, in ogni caso, dell'applicazione di interessi e sanzioni.

Nell'ultima parte del comma 5 dell'art. 3 del D.Lgs. n. 507 del 1993, è stato reintrodotta il principio - che il comma 18, dell'art. 10 della legge 13 maggio 1999, n. 133 aveva soppresso - in base al quale in caso di mancata adozione di apposita deliberazione, le tariffe in vigore si intendono prorogate di anno in anno.

2) LA FACOLTÀ RICONOSCIUTA AI COMUNI DELLE ULTIME DUE CLASSI DI DELIBERARE UNA CATEGORIA SPECIALE

La lettera b), del comma 1 dell'art. 10, attraverso un intervento modificativo dell'art. 4, comma 1, del D.Lgs. n. 507 del 1993, attribuisce anche ai comuni delle ultime due classi - e cioè a quelli che in base al comma 1 dell'art. 2 del D.Lgs. n. 507 del 1993, hanno fino a 30.000 abitanti - la facoltà di suddividere le località del proprio territorio in due categorie in relazione all'importanza che assumono ai fini pubblicitari.

Pertanto, la possibilità che la norma riconosceva ai soli comuni delle prime tre classi è attualmente estesa a tutti i comuni che potranno, perciò, previa individuazione della stessa, applicare alla categoria speciale una maggiorazione fino al 150 per cento della tariffa normale, sia dell'imposta sulla pubblicità che del diritto sulle pubbliche affissioni, sia pure, quest'ultimo, limitatamente alle affissioni di carattere commerciale.

3) LE MODIFICAZIONI ALLA DISCIPLINA DELL'IMPOSTA SULLA PUBBLICITÀ PER LE INSEGNE DI ESERCIZIO

Il comma 1, lettera c), dell'art. 10, della legge finanziaria in esame, inserisce all'art. 17 del D.Lgs. n. 507 del 1993, che

elenca le fattispecie pubblicitarie che godono dell'esenzione dal tributo, il comma 1-bis, in base al quale l'imposta non è dovuta per le insegne di esercizio di attività commerciali e di produzione di beni o servizi che contraddistinguono la sede ove si svolge l'attività cui si riferiscono, di superficie complessiva fino a 5 metri quadrati.

E' innanzitutto opportuno sottolineare che la suddetta esenzione si rende applicabile ai soli mezzi pubblicitari che possono definirsi "insegne di esercizio". Sulla base della dottrina e della giurisprudenza formatesi sull'art. 2568 del codice civile, possono considerarsi "insegne di esercizio" quei mezzi che contengono un messaggio, emblematico o nominativo, che contraddistingue il locale nel quale si esercita un'attività commerciale o un'attività diretta alla produzione di beni o servizi. Si rammenta, al riguardo, che l'art. 47 del Regolamento di esecuzione e di attuazione del nuovo codice della strada, approvato con D.P.R. 16 dicembre 1992, n. 495, definisce insegna di esercizio "la scritta in caratteri alfanumerici, completata eventualmente da simboli o da marchi, 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."

Alla luce di quanto esposto ed al fine di fugare dubbi in ordine alla corretta applicazione della norma, si precisa innanzitutto che le insegne di esercizio possono essere esposte presso la sede dove si svolge un'attività imprenditoriale, non necessariamente sulle vetrine o sulle porte di ingresso della stessa, nè tantomeno occorre far riferimento al loro posizionamento in relazione a ciascuna vetrina o ingresso, in quanto la norma in esame non pone i limiti che si trovano invece espressamente stabiliti nel comma 1, lettera a), dello stesso art. 17. Si aggiunge che rientrano nella fattispecie in questione anche le insegne che contraddistinguono comunque i luoghi ove si svolge l'attività dell'impresa, quindi anche le sedi secondarie, in quanto la norma non limita l'esenzione alla sede legale o principale della stessa.

Ulteriore condizione per il riconoscimento dell'esenzione è che le insegne di esercizio abbiano una superficie complessiva fino a 5 metri quadrati.

Per quanto attiene al suddetto limite dimensionale, occorre precisare che appare conforme allo spirito della norma considerare la superficie di 5 metri quadrati come una misura da computare in diminuzione ad un'eventuale superficie imponibile superiore, nel complesso delle insegne di esercizio esposte, a tale limite.

Da ciò consegue che se, per esempio, l'unica insegna di esercizio ovvero la totalità delle insegne, ha una superficie di 9 metri quadrati il soggetto passivo dovrà pagare il tributo commisurandolo alla superficie di 4 metri quadrati, che risulta dalla differenza tra la superficie complessiva ed i 5 metri quadrati stabiliti dalla norma. Questi ultimi rappresentano una franchigia che il legislatore ha inteso riconoscere ritenendola la superficie minima necessaria all'individuazione della sede dove si svolge l'attività. In altri termini, l'intento della norma è quello di definire una misura convenzionale fino alla quale le insegne costituiscono la necessaria comunicazione al pubblico dell'esistenza dell'esercizio e dell'attività ivi svolta che, in quanto tali, risultano sostanzialmente prive di effetto pubblicitario, la cui esposizione sia comunque consentita per qualsiasi sede ove si svolge l'attività.

Occorre inoltre precisare che il secondo periodo del comma 1-bis, in esame, attribuisce ai comuni la facoltà di prevedere, con regolamento adottato ai sensi dell'art. 52 del D.Lgs. 15 dicembre 1997, n. 446, l'esenzione dal pagamento dell'imposta per le insegne di esercizio anche di superficie complessiva superiore al limite di 5 metri quadrati.

4) I TRASFERIMENTI AI COMUNI DEI MINORI IMPORTI INTROITATI

Il comma 3 dell'art. 10 della legge finanziaria in commento, stabilisce che sono integralmente rimborsate dallo Stato a ciascun comune soltanto le minori entrate derivanti dall'applicazione del primo periodo del comma 1-bis dell'art. 17 del D. Lgs. n. 507 del 1993 e non, quindi, quelle connesse alle eventuali deliberazioni con cui l'ente locale innalza il limite dimensionale di 5 metri quadrati delle insegne a cui accordare l'esenzione.

Riguardo alla quantificazione dei rimborsi, la norma stabilisce che le minori entrate derivanti dalla non applicazione dell'imposta alle ipotesi in questione devono essere ragguagliate per ciascun comune all'entità riscossa nell'esercizio 2001 per le stesse fattispecie, mentre le modalità con cui devono essere effettuati detti trasferimenti aggiuntivi - che, peraltro, non sono soggetti a riduzione per effetto di altre disposizioni di legge - sono definite con decreto del Ministro dell'economia e delle finanze emanato di concerto con il Ministro dell'interno.

Inoltre, il comma 4 dell'art. 10 dispone che in relazione alle competenze attribuite alle regioni a statuto speciale ed alle province autonome di Trento e di Bolzano in materia di finanza locale, i trasferimenti erariali in questione sono disposti a favore di questi enti, che provvedono poi all'attribuzione delle quote dovute ai comuni compresi nei rispettivi territori nel rispetto dello statuto speciale e delle norme di attuazione.

5) LA DEFINIZIONE BONARIA DI CONTROVERSIE PENDENTI

La lettera d) del comma 1 dell'art. 10, aggiunge all'articolo 24, del D.Lgs. n. 507 del 1993, il comma 5-bis che consente ai comuni di prevedere nel proprio regolamento, misure di repressione dell'abusivismo pubblicitario, nonché 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.

Inoltre, l'ultimo periodo del comma 5-bis prevede la possibilità di definizione bonaria degli accertamenti non definitivi e dei procedimenti contenziosi pendenti concernenti violazioni in materia di imposta sulla pubblicità commesse fino al 30 settembre 2001, ai sensi di quanto stabilito dall'articolo 145, commi 55 e 56, della legge 23 dicembre 2000, n. 388.

Si rammenta che dette norme hanno modificato rispettivamente il comma 7 dell'art. 9 ed il comma 3 dell'art. 12 del D.Lgs. n. 507 del 1993, e pertanto gli accertamenti e le controversie pendenti attengono esclusivamente al pagamento di canoni richiesti dall'ente locale per gli impianti pubblicitari installati su beni appartenenti o dati in godimento al comune o al pagamento della pubblicità effettuata mediante affissioni dirette.

Esenzione dall'imposta della pubblicità sugli autoveicoli**(Fisco e Tasse I Stampa - Invia ad un amico)****Circ. n. 2/DPF: Il Ministero dell'Economia e delle Finanze rende noti i chiarimenti in ordine alle disposizioni tributarie relative alla pubblicità effettuata sui veicoli. Modifiche al Dlgs 15 novembre 1993, n. 507.**

L'art. 5-bis della legge 27 febbraio 2002, n. 16, di conversione del d. l. 28 dicembre 2001, n. 452, recante Disposizioni urgenti in tema di accise, di gasolio per autotrazione, di smaltimento di oli usati, di giochi e scommesse, nonché sui rimborsi IVA, sulla pubblicità effettuata con veicoli, sulle contabilità speciali, sui generi di monopolio, sul trasferimento di beni demaniali, sulla giustizia tributaria, sul funzionamento del servizio nazionale della riscossione dei tributi e su contributi ad enti ed associazioni, ha introdotto significative modificazioni all'art. 13 del D. Lgs. 15 novembre 1993, n. 507, che disciplina l'imposta comunale sulla pubblicità effettuata con veicoli. Tale modificazione è intervenuta attraverso l'inserimento nel comma 1 dell'art. 10 della legge 28 dicembre 2001, n. 448 (legge finanziaria 2002), della lettera b-bis), che ha aggiunto il comma 4-bis, all'art. 13 del D. Lgs. n. 507 del 1993, con cui si dispone che "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".

Per comprendere l'esatta portata della norma è opportuno rammentare che l'art. 13 del D. Lgs. n. 507 del 1993 disciplina al comma 3 "la pubblicità effettuata per conto proprio su veicoli di proprietà dell'impresa o adibiti ai trasporti per suo conto" individuando il soggetto tenuto al pagamento del tributo e la tariffa applicabile alla fattispecie. Il successivo comma 4 dispone espressamente che "Per i veicoli di cui al comma 3 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".

La lettura coordinata delle norme appena descritte induce, innanzitutto, ad escludere l'esistenza di un contrasto tra il dettato del comma 4 e quello del comma 4-bis, quanto piuttosto a ravvisare tra gli stessi un rapporto di complementarità. Invero, il comma 4-bis ha la funzione di disciplinare in modo specifico l'esenzione dall'imposta per le indicazioni ivi previste, nel caso in cui queste ultime siano riferibili all'impresa che effettua l'attività di trasporto, rendendo inoltre non operante il limite di superficie di mezzo metro quadrato previsto dal comma 4.

Più in particolare, il comma 4-bis vale a rendere certa l'esenzione dalle suddette indicazioni senza vincolo di superficie, anche nel caso in cui siano riferite ad imprese che effettuano trasporto per conto terzi, che in precedenza erano escluse dal campo di applicazione del comma 4.

La specifica funzione della norma in esame emerge anche dal fatto che non contempla un tetto massimo di superficie utilizzabile per le menzionate indicazioni, che è invece ragionevole che permanga nel comma 4, vale a dire in una norma che è strutturalmente destinata a trovare applicazione in situazioni in cui l'indicazione dei segni distintivi dell'impresa si accompagna o addirittura si sovrappone a veri e propri messaggi pubblicitari riferibili alle imprese produttrici di beni trasportati.

Da quanto esposto consegue che le fattispecie di esenzione rientranti nel comma 4-bis possono essere schematicamente identificate nella:

- indicazione della propria ditta e del proprio indirizzo, relativamente alle imprese di autotrasporto che effettuano trasporti per conto terzi utilizzando veicoli di loro proprietà;
- indicazione della propria ditta e del proprio indirizzo, relativamente alle imprese che effettuano trasporti per conto proprio utilizzando veicoli di loro proprietà, trattandosi in questo caso, di imprese di produzione di beni e servizi, che tuttavia effettuano, come attività meramente strumentale, il trasporto dei beni prodotti.

Nell'ipotesi in cui il trasporto venga eseguito dai cosiddetti padroncini, vale a dire dai piccoli trasportatori, quando il trasporto viene effettuato con veicoli integralmente di loro proprietà, l'esenzione opera relativamente all'indicazione della loro ditta e del loro indirizzo, in quanto si rientra nell'ipotesi di trasporto per conto terzi; quando il trasporto viene effettuato con l'impiego di rimorchi, containers e simili di proprietà delle imprese committenti che effettuano, come attività meramente strumentale, il trasporto dei beni prodotti, ferma restando l'esenzione per le indicazioni presenti sulla motrice, l'esenzione si realizza altresì relativamente all'indicazione della ditta e dell'indirizzo delle stesse imprese committenti apposte sui rimorchi, sui containers e simili, in quanto essendo gli stessi di proprietà di dette imprese, l'ipotesi è sostanzialmente riconducibile ad un trasporto per conto proprio ad opera delle imprese committenti.

Una volta inquadrata le fattispecie esonerative, occorre esaminare una serie di questioni pratiche sulle quali sono stati richiesti chiarimenti sia dai comuni e sia dai soggetti interessati.

Una di queste attiene al caso in cui il veicolo sia di proprietà di un soggetto che esercita l'attività di autotrasporto quale socio di cooperativa o membro di un consorzio di autotrasporto. Al riguardo si precisa che il particolare vincolo associativo o consortile che lega il singolo alla cooperativa o al consorzio, proprio al fine dello svolgimento dell'attività di autotrasporto, comporta che beneficino dell'esenzione dall'imposta sulla pubblicità le indicazioni della ditta e dell'indirizzo della cooperativa o del consorzio di autotrasporto apposte sul veicolo, sebbene quest'ultimo sia di proprietà individuale.

Altra problematica attiene all'indirizzo dell'impresa, se cioè in tale concetto rientri o meno una qualunque espressione ulteriore rispetto a quella tradizionale che individua la strada e la località ove è situata l'impresa.

Relativamente a tale questione, occorre precisare che la nozione di indirizzo, soprattutto in funzione dello sviluppo tecnologico, ha subito nel tempo una notevole estensione, tale da far ricomprendere in essa anche i nuovi tipi di recapito, quali il sito web, l'indirizzo di posta elettronica, il numero di telefono, di fax e simili, che devono, quindi, essere tutti inclusi nella fatti-

specie esonerativa, in quanto finalizzati ad indicare elementi utili all'esatta identificazione dell'impresa e che, oltretutto, risultano essere indicazioni sicuramente prive di contenuto pubblicitario, ai sensi dell'art. 5 del D.Lgs. n. 507 del 1993.

Infine, è opportuno sottolineare che tra gli elementi identificativi della ditta esenti dall'imposta sulla pubblicità, vi rientra, non solo la ragione sociale della società (sia per esteso che sotto forma di sigla), ma anche il marchio che sia identificativo non soltanto del prodotto, ma anche dell'impresa che effettua l'attività di trasporto. E' bene precisare, infatti, che l'esenzione relativa al marchio non opera in via generale, ma solamente nell'ipotesi in cui il marchio non contraddistingue esclusivamente un bene o un servizio, ma costituisca anche il segno distintivo dell'impresa.

Appare infine opportuno soffermarsi sulla circostanza che l'art. 5-bis della legge 27 febbraio 2002, n. 16, oltre a modificare il comma 1 dell'art. 10 della legge n. 448 del 2001, nei termini innanzi espressi, è intervenuto anche sul comma 3 dello stesso articolo la cui attuale formulazione comporta pertanto che le minori entrate derivanti dall'attuazione dell'art. 13, comma 4-bis, e dell'art. 17, comma 1-bis, primo periodo, del D. Lgs. n. 507 del 1993, sono integralmente rimborsate dallo Stato a ciascun comune.

Esenzione dall'imposta sulla pubblicità per le associazioni e le società sportive dilettantistiche"

Con il maxi-emendamento introdotto dal Governo nella Finanziaria 2006, approvata dalla Camera dei Deputati il giorno 20 dicembre e prossima ad essere varata definitivamente dal Senato, è stata finalmente risolta, con il comma 129 dell'art. 1, la questione relativa all'esenzione dall'imposta sulla pubblicità per le società e le associazioni sportive dilettantistiche.

Come è noto, infatti, con la precedente Finanziaria 2005 (legge 30 dicembre 2004, n. 311) venne introdotto, all'art. 1, il comma 470 che prevedeva l'inserimento del comma 11-bis all'art. 90 della legge 27 dicembre 2002, n. 289, così formulato: "Per i soggetti di cui al comma 1 (dell'art. 90) la pubblicità, in qualunque modo realizzata, negli impianti utilizzati per manifestazioni sportive dilettantistiche con capienza inferiore ai tremila posti, è da considerarsi, ai fini dell'applicazione delle disposizioni del decreto del Presidente della Repubblica 26 ottobre 1972, n. 640, in rapporto di occasionalità rispetto all'evento sportivo direttamente organizzato".

La disposizione, ancorchè la ratio legis fosse, senza alcun dubbio, quella di esonerare tutte associazioni e società sportive dilettantistiche dall'imposta sulla pubblicità per la pubblicità realizzata negli stadi con capienza inferiore a tremila posti, venne disapplicata da alcuni enti locali stante la poca chiarezza della norma stessa che, peraltro, richiamava erroneamente il D.P.R. n. 640 del 26 settembre 1972, concernente l'imposta sugli spettacoli.

L'incertezza interpretativa ha continuato a sussistere malgrado una successiva norma, recata dall'art. 7- octies, comma 2 della legge 43/2005, abbia fatto esplicito riferimento all'imposta sulla pubblicità, cosicchè, stante l'insistenza delle amministrazioni destinarie del tributo nel non ritenere corretta la norma stessa, si è reso necessario un radicale e definitivo intervento legislativo, tenacemente perseguito e voluto dalla Lega Nazionale Dilettanti, che con il comma 129 dell'art. 1 della Finanziaria 2006 ha, finalmente, coronato le aspettative del mondo sportivo dilettantistico.

Il comma 129 dell'art. 1 della Finanziaria 2006 stabilisce testualmente che: "La disposizione di cui al comma 11-bis dell'articolo 90 della legge 27 dicembre 2002, n. 289, si interpreta nel senso che la pubblicità, in qualunque modo realizzata dai soggetti di cui al comma 1, rivolta all'interno degli impianti dagli stessi utilizzati per manifestazioni sportive dilettantistiche con capienza inferiore ai tremila posti, è esente dall'imposta sulla pubblicità di cui al Capo 1 del decreto legislativo 15 novembre 1993, n. 507".

E' importante sottolineare che la norma riveste carattere di interpretazione autentica della precedente disposizione recata dall'art. 1, comma 470 della Finanziaria 2005 e che, pertanto, l'esenzione dall'imposta sulla pubblicità si applica a far tempo dal 1° gennaio 2005, data di entrata in vigore della stessa legge n. 311 del 30 dicembre 2004.

Pertanto, come già questa Lega, con Circolare n. 10 del 13 ottobre 2005, aveva provveduto a portare il proprio positivo punto di vista sulla controversa questione a conoscenza delle società e delle associazioni dipendenti, la pubblicità in qualunque modo realizzata dalle associazioni e dalle società sportive dilettantistiche senza scopo di lucro, rivolta all'interno degli impianti utilizzati per manifestazioni sportive dilettantistiche con capienza inferiore ai tremila posti, è esente dall'imposta sulla pubblicità.

Infine, stante la valenza della norma a far tempo dal 1° gennaio 2005, si sottolinea l'opportunità per le associazioni e società sportive dilettantistiche che avessero eventualmente corrisposto il tributo, di richiedere all'ente locale destinatario del tributo medesimo, il rimborso dell'importo indebitamente incamerato.

