COMUNE di EMPOLI

Ufficio Tributi

REGOLAMENTO

e

TARIFFA

per la disciplina della pubblicità e delle pubbliche affissioni e per l'applicazione dell'imposta comunale sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni

(Tit. I D.L.vo 15.11.1993 n. 507)

Approvato dal Consiglio Comunale con deliberazione n. 152 in data 28.12.1994
e successive variazioni e modificazioni

=====

=====

Febbraio 2006

INDICE

Titolo Primo

- Art. 01 - Contenuto del Regolamento
- Art. 02 - Classificazione del Comune
- Art. 03- Criteri per la formazione del piano generale degli impianti per la pubblicità e per le pubbliche affissioni

Titolo Secondo

IMPOSTA DI PUBBLICITA'

- Art. 04 - Definizioni
- Art. 05 - Luoghi pubblici e luoghi aperti al pubblico
- Art. 06 - Criterio residuale
- Art. 07 - Tipologia degli impianti
- Art. 08 - Quantità degli impianti
- Art. 09 - Limitazione forme di pubblicità per ragioni di pubblico interesse
- Art. 10 - Maggiorazioni tariffarie
- Art. 11 - Individuazione delle località comprese nella categoria speciale
- Art. 12 - Caratteristiche dei cartelli e dei mezzi pubblicitari non luminosi
- Art. 13 - Caratteristiche dei cartelli e dei mezzi pubblicitari luminosi
- Art. 14 - Dimensioni dei cartelli pubblicitari
- Art. 15 - Ubicazione lungo le strade e le fasce di pertinenza
- Art. 16- Ubicazione dei mezzi pubblicitari nelle stazioni di servizio e nelle aree di parcheggio
- Art. 17 - Pubblicità sui veicoli
- Art. 18 - Pubblicità fonica
- Art. 19 - Modalità per ottenere l'autorizzazione alla installazione degli impianti
- Art. 20 - Installazione di materiale pubblicitario nei centri abitati
- Art. 21 - Disciplinare di concessione e canone
- Art. 22 - Autorizzazione alla installazione di materiale pubblicitario fuori dei centri abitati
- Art. 23 - Obblighi del titolare dell'autorizzazione
- Art. 24 - Modalità di effettuazione di pubblicità varia
- Art. 25 - Targhette di identificazione
- Art. 26 - Vigilanza
- Art. 27 - Adattamenti delle forme di pubblicità esistenti

Titolo Terzo

AFFISSIONI

- Art. 28 - Principi generali
- Art. 29 - Soggetti tenuti al pagamento dei diritti sulle pubbliche affissioni
- Art. 30 - Quantità delle superfici da adibire alle pubbliche affissioni
- Art. 31 - Ripartizione della superficie degli impianti pubblici da destinare alle affissioni
- Art. 31/Bis – Spazi riservati
- Art. 32 - Spazi privati per le affissioni
- Art. 32/Bis- Modalità di accesso agli spazi riservati
- Art. 33 - Modalità per l'effettuazione del servizio delle affissioni
- Art. 34 - Modalità per l'effettuazione del servizio delle pubbliche affissioni
- Art. 35 - Diniego di affissioni o di materiale pubblicitario
- Art. 36 - Pagamento diritti sulle pubbliche affissioni non aventi carattere commerciale

Titolo Quarto

MODALITA' DI RISCOSSIONE DELLA IMPOSTA DI PUBBLICITA' E PUBBLICHE AFFISSIONI

- Art. 37 - Bollettari di riscossione e registri occorrenti alla gestione
- Art. 38 - Registri necessari per la gestione della imposta di pubblicità e delle pubbliche affissioni
- Art. 39 - Disciplina delle maggiorazioni e riduzioni di imposta
- Art. 40 - Funzionario responsabile
- Art. 41 - Orario di apertura dell'ufficio
- Art. 42 - Rendiconto della gestione del servizio
- Art. 43 - Pagamento tassa occupazione spazi e aree pubbliche
- Art. 44 - Ricevuta di pagamento
- Art. 45 - Rateazioni
- Art. 46 - Esenzioni
- Art. 47 - Tariffa e maggiorazioni
- Art. 48 - Rimborsi – Modalità
- Art. 49 - Deliberazione di affidamento della gestione in concessione - Principi generali
- Art. 50 - Deliberazione affidamento gestione
- Art. 51 - Controlli
- Art. 52 - Disciplina per l'applicazione delle sanzioni
- Art. 53 - Norme generali e transitorie
- Art. 54 - Entrata in vigore

REGOLAMENTO

Titolo I

Art. 1

Contenuto del Regolamento

Il presente regolamento disciplina le modalità di applicazione dell'imposta di pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni, nonché la effettuazione del servizio relativo, ferme restando le disposizioni contenute nel D.L.vo 15-11-1993 n. 507 e nelle istruzioni emanate o emanande dal Ministero delle Finanze, che si intendono espressamente richiamate, le quali comunque prevalgono rispetto alle presenti disposizioni in caso di contrasto.

Art. 2

Classificazione del Comune

In conformità all'art.2 del D.L.vo 15-11-1993 n.507 il Comune di **EMPOLI** appartiene alla **III[^]** classe, avuto riguardo che la popolazione residente al **31.12.1992** ammonta a n. **43.472** unita'.

Art. 3

Criteri per la formazione del piano generale degli impianti per la pubblicità e per le pubbliche affissioni.

In concomitanza alla redazione dei piani urbani del traffico di cui all'art. 36 del vigente Codice della Strada per i Comuni che vi siano obbligati, ovvero ogni quattro anni per i comuni che non siano obbligati al suddetto adempimento, si procederà alla redazione o all'aggiornamento del piano degli impianti per la pubblicità e per le pubbliche affissioni, di cui all'art. 3 del D.L.vo 507/93.

Tale adempimento compete all'ufficio Tributi che potrà avvalersi della collaborazione dell'Ufficio Tecnico e della polizia municipale.

Criteri per la redazione del suddetto piano sono i seguenti:

Analisi delle esigenze effettive degli operatori commerciali sulla scorta del pregresso andamento della richiesta di pubblicità e pubbliche affissioni e sulla base del prevedibile incremento della domanda;

Individuazione delle quantità di superficie da destinare alle pubbliche affissioni in maniera proporzionale al numero di abitanti di ogni quartiere, area di circolazione anagrafica, ovvero delimitazione di sezione elettorale. Nel numero degli abitanti si dovrà tenere conto anche dei soggetti non residenti, ma che per ragioni di lavoro, di accesso agli uffici, scuole ecc. frequentano il quartiere, ai fini della quantificazione dei rapporti di cui all'art. 18/3 D.L.vo. 507 del 1993;

Individuazione dei punti per la collocazione di impianti pubblicitari ed impianti per le pubbliche affissioni nel rispetto della disciplina di cui all'art. 23 del D.L.vo 30-4-1992 n. 285

e degli articoli 47, 48, 49, 50, 51, 52, 53, 54, 55, 56, 57, 58, 59 del D.L.vo 16-12-1992 n. 495.

Caratteristiche tipologiche dei materiali e degli impianti che siano conformi e rispettosi dei valori architettonici ed urbanistici, di monumenti, centri storici.

Individuazione delle aree di posizionamento di materiali pubblicitari di arredo e di materiale parapetonale.

Individuazione di posti per la installazione di frecce segnaletiche, di aziende, imprese ecc.

In conformità al regolamento per la disciplina e l'installazione dei mezzi pubblicitari.

Il piano generale degli impianti è approvato entro un anno dell'entrata in vigore del presente Regolamento, sentito il parere delle Commissioni consiliari competenti.

Titolo II

IMPOSTA DI PUBBLICITA'

Art. 4

Definizioni

Ferme restando le disposizioni degli art. 5 e 18 del D.L.vo 15-11-1993 n. 507, per pubblicità si intende la diffusione di messaggi effettuata a cura diretta degli interessati, con proprie attrezzature ed apparecchiature indicate negli articoli 12, 13, 14, 15 del citato D.L.vo. Per affissioni pubbliche si intendono le esposizioni di manifesti, avvisi o fotografie effettuati normalmente a cura del Comune o dei suoi aventi causa in spazi di proprietà o riservati al Comune stesso. E' da considerare "insegna" la scritta in caratteri alfanumerici, completata eventualmente da un simbolo o da un marchio realizzata e supportata con materiali di qualsiasi natura, installata nella sede dell'attività a cui si riferisce con funzione di identificazione del luogo di esercizio della attività economica. Può essere luminosa sia di luce propria che per luce indiretta.

E' da qualificare "sorgente luminosa" qualsiasi corpo illuminante o insieme di corpi illuminanti che diffondendo luce in modo puntiforme o lineare o planare, illumina aree, fabbricati, monumenti, manufatti di qualsiasi natura ed emergenze naturali.

Si definisce "cartello" quel manufatto bifacciale/monofacciale, supportato da una idonea struttura di sostegno, che e' finalizzata alla diffusione di messaggi pubblicitari o propagandistici sia direttamente sia tramite sovrapposizione di altri elementi; esso e' utilizzabile in entrambe le facciate anche per immagini diverse. Può essere luminoso sia per luce propria che per luce indiretta.

Si considera "manifesto" l'elemento bidimensionale realizzato in qualsiasi materiale, privo di rigidità, finalizzato alla diffusione di messaggi pubblicitari o propagandistici, affisso su apposita tabella, su strutture murarie o su altri supporti.

Non può essere luminoso ne' per luce propria ne' per luce indiretta.

Si considera "striscione, locandina o stendardo" l'elemento bidimensionale realizzato in materiale di qualsiasi natura, privo di rigidità, mancante di una superficie di appoggio o comunque non aderente alla stessa, finalizzato alla promozione pubblicitaria di manifestazioni o spettacoli. Può essere luminoso per luce indiretta.

E' da considerare segno orizzontale reclamistico la riproduzione su superficie stradale, con pellicole adesive, di scritte in caratteri alfanumerici, di simboli e di marchi, finalizzata alla diffusione di messaggi pubblicitari o propagandistici.

E' da qualificare "impianto di pubblicità" qualunque manufatto finalizzato alla pubblicità o alla propaganda sia di prodotti che di attività e non individuabile, secondo le definizioni precedenti, ne' come insegna, ne' come cartello, ne' come manifesto, ne' come segno orizzontale reclamistico. Può essere luminoso sia per luce propria che per luce indiretta.

Nel termine generico "altri mezzi pubblicitari", indicato negli articoli successivi, sono da ricomprendere i seguenti elementi inerenti la pubblicità: insegne, segni orizzontali reclamistici, impianti di pubblicità o propaganda, striscioni, locandine e stendardi. La predetta imposta si applica altresì agli impianti affissionistici recanti pubblicità effettuata mediante affissioni dirette, anche per conto altrui, di manifesti e simili di cui al comma 3 dell'art.12 del D.L.vo del 15-11-1993 n. 507.

Art. 5

Luoghi pubblici e luoghi aperti al pubblico

Per luoghi pubblici si intendono le vie, le piazze, i giardini pubblici e le aree comunque aperte al pubblico passaggio o a cui chiunque può accedere in ogni momento senza limitazioni o condizioni.

Per luoghi aperti al pubblico si intendono i locali e le aree che siano destinati a spettacoli pubblici, attività sportive, a pubblici esercizi, ad attività commerciali o ai quali chiunque può accedere soltanto in certi momenti o adempiendo a speciali condizioni poste da chi nel luogo medesimo eserciti un diritto o una potestà.

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

Art. 6

Criterio residuale

Le attività che non soggiacciono alla disciplina delle pubbliche affissioni, sono soggette alla disciplina della pubblicità, ancorché la non assoggettabilità alle pubbliche affissioni derivi dalla mancata attuazione del relativo servizio, ai sensi dell'art. 18 comma II del D.L.vo 15-11-1993 n. 507.

Art. 7

Tipologia degli impianti

Fatti salvi gli attuali spazi esistenti, riconosciuti conformi nelle quantità e qualità alle effettive esigenze riscontrate ed in sintonia ai criteri di cui all'art. 3, nel caso di necessita' di ampliamento degli stessi, il Comune od il concessionario dovranno fare riferimento alle seguenti fattispecie:

- Stendardi (mono o bifacciali), sono esclusi quelli di stoffa o cartone da fissare a sostegni di altri impianti;

- Tabelle;
- Poster 6 x 3 (mono o bifacciali);
- Trespoli/colonnine;
- Cavalletti bifacciali/panchine bifacciali;
- Fermate bus
- Protezioni pedonali.

Le caratteristiche tecniche degli stessi (colore, formato, etc...) saranno determinate dall'ufficio tributi di concerto con l'ufficio tecnico ed in conformità al regolamento per la disciplina e l'installazione dei mezzi pubblicitari.

Art. 8

Qualità degli impianti.

In ogni caso gli impianti per la effettuazione di pubblicità dovranno essere realizzati con materiali durevoli e non deperibili che peraltro si presentino esteticamente adeguati alle caratteristiche architettoniche ove avviene la installazione.

Art. 9

Limitazione forme di pubblicità per ragioni di pubblico interesse

La pubblicità sonora di cui all'art.15 comma 5 del D.L.vo 15-11-1993, n. 507 e' vietata nel raggio circostante di mt. **150** dagli ospedali, case di riposo, edifici scolastici, locali ove si svolgono manifestazioni politiche, musei, biblioteche pubbliche.

Altre limitazioni potranno essere introdotte dal Sindaco mediante emissione di apposita ordinanza laddove motivi di interesse pubblico lo richiedano.

Eguale e' vietata la pubblicità mediante lancio, o distribuzione di manifestini nei centri storici, tali delimitati dalle norme urbanistiche.(1)

I termini e modalità di effettuazione della pubblicità mediante manifestini sono stabiliti dal regolamento di polizia urbana. (2)

Tale forma di pubblicità e' consentita esclusivamente nei mercati rionali e settimanali in occasione della loro effettuazione.

Art. 10

Maggiorazioni tariffarie

Ai sensi dell'art. 3 comma 6) del D.L.vo 15.11.1993 n. 507, nessuna maggiorazione tariffaria viene stabilita in merito, non essendo il territorio interessato a rilevanti flussi turistici.

Art. 11

Individuazione delle località comprese nella categoria speciale

In ottemperanza all'art. 4 del D.L.vo 507/93, il territorio del Comune di Empoli è suddiviso in due categorie, una normale e una speciale.

Appartengono alla categoria speciale le strade e le piazze rientranti nella delimitazione di cui alla allegata planimetria velata in colore " rosso ". Tutte le altre strade e piazze non rientranti nella delimitazione suddetta, appartengono alla categoria normale.

La superficie complessiva della categoria speciale non supera il 35% di quella del " centro abitato " stabilito dalla deliberazione della Giunta Municipale n. 859 del 29.6.1993, esecutiva ai sensi di legge, così come definito dall'art. 4 del D.L.vo 30.4.1992 n. 285.

Nelle località appartenenti alla categoria speciale la tariffa base della pubblicità e quella delle pubbliche affissioni, limitatamente a quelle commerciali, e' aumentata del **150%** (centocinquanta per cento).

Art. 12

Caratteristiche dei cartelli e dei mezzi pubblicitari non luminosi

I cartelli e gli altri mezzi pubblicitari devono essere realizzati con materiali non deperibili e resistenti agli agenti atmosferici.

Le strutture di sostegno e di fondazione devono essere calcolate per resistere alla spinta del vento, saldamente realizzate ed ancorate, sia globalmente che nei singoli elementi.

Qualora le suddette strutture costituiscano manufatti la cui realizzazione e posa in opera e' regolamentata da specifiche norme, l'osservanza delle stesse e l'adempimento degli obblighi da queste previste deve essere documentato prima del ritiro dell'autorizzazione di cui agli art. 20 e 22 del presente Regolamento. Sono fatte salve le disposizioni del Regolamento per i mezzi pubblicitari.

I cartelli e gli altri mezzi pubblicitari devono avere sagoma regolare, la quale in ogni caso non può essere quella di disco o di triangolo. L'uso del colore rosso deve essere limitato esclusivamente alla riproduzione di marchi depositati e non potrà comunque superare 1/5 dell'intera superficie del cartello o altro mezzo pubblicitario.

Il bordo inferiore di cartelli e degli altri mezzi pubblicitari posti in opera deve essere, in ogni suo punto, ad una quota superiore di mt. 1,5 rispetto a quella della banchina stradale misurata nella sezione stradale corrispondente. I segni orizzontali reclamistici ove consentiti, devono essere realizzati con materiali rimovibili ma ben ancorati, nel momento dell'utilizzo, alla superficie stradale e che garantiscano una buona aderenza dei veicoli sugli stessi.

Le installazioni a bandiera possono essere consentite anche in forma di pannello monofacciale o bifacciale a condizione che si presentino traforate onde consentire una minore resistenza ai venti. In ogni caso la responsabilità per eventuali rotture o cadute farà carico esclusivamente nei confronti dell'installatore il quale risponderà per eventuali danni causati a terzi o a cose di proprietà di terzi.

Art. 13

Caratteristiche dei cartelli e dei mezzi pubblicitari luminosi.

Le sorgenti luminose, i cartelli e gli altri mezzi pubblicitari posti fuori dai centri abitati, lungo o in prossimità delle strade dove non e' consentita l'installazione, non possono avere luce ne'

intermittente ne' di colore rosso, ne' di intensità luminosa superiore a 150 watt per metro quadrato, o che comunque provochi abbagliamento.

Le sorgenti luminose, i cartelli e gli altri mezzi pubblicitari luminosi devono avere una sagoma regolare che in ogni caso non può essere quella di disco o triangolo, in conformità con il regolamento per i mezzi pubblicitari.

La croce rossa luminosa e' consentita esclusivamente per indicare ambulatori, posti di pronto soccorso e farmacie.

Entro i centri abitati valgono le limitazioni previste dal Regolamento di Polizia Urbana e Regolamento per l'installazione dei mezzi pubblicitari.

Art. 14

Dimensioni dei cartelli pubblicitari

I cartelli e gli altri mezzi pubblicitari previsti dal presente regolamento, se installati fuori dai centri abitati non devono superare la superficie di 6 metri quadrati, ad eccezione delle insegne poste parallelamente al senso di marcia dei veicoli che possono raggiungere la superficie di 20 metri quadrati; se installati entro i centri abitati le limitazioni dimensionali suddette sono ridotte nella seguente misura:

- per insegne frontistanti il senso di marcia mq. 4
- per insegne poste parallelamente al senso di marcia mq. 10

Peraltro la loro installazione dovrà avvenire in maniera tale da non impedire la visibilità della segnaletica stradale o di altri cartelli di interesse pubblico, quali indicazioni di servizi pubblici, fermate di mezzi di linea i quali dovranno essere visibili da una distanza nel senso di marcia, di almeno mt. 20.

Art. 15

Ubicazione lungo le strade e le fasce di pertinenza

Fuori e dentro i centri abitati e' vietata l'affissione di manifesti a distanza inferiore a mt. 10 dalla sede stradale. L'affissione e' consentita nelle piazze, parcheggi, giardini e superfici non interessate al transito veicolare.

Il posizionamento di cartelli e di altri mezzi pubblicitari frontistanti il senso di marcia fuori dai centri abitati, salvo quanto previsto al successivo comma 5, lungo o in prossimità delle strade dove ne e' consentita l'installazione, deve essere autorizzata ed effettuata nel rispetto delle seguenti distanze minime:

- m. 3 dal limite della sede stradale;
- m. 150 dagli altri cartelli e mezzi pubblicitari;
- m. 300 prima dei segnali stradali di pericolo e di prescrizione;
- m. 200 dopo i segnali stradali di pericolo e di prescrizione;
- m. 100 dopo i segnali di indicazione;
- m. 100 dal punto di tangenza delle curve orizzontali;
- m. 350 dalle intersezioni;
- m. 200 dagli imbocchi delle gallerie;
- m. 100 dal vertice dei raccordi verticali concavi e convessi.

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

- sulle pertinenze di esercizio delle strade;
- in corrispondenza delle intersezioni;
- lungo le curve e su tutta l'area compresa tra la curva stessa e la corda tracciata tra i due punti di tangenza;
- sulle scarpate stradali sovrastanti la carreggiata in terreni di qualsiasi natura e pendenza;
- in corrispondenza dei raccordi verticali concavi o convessi;
- su ponti e sottoponti;
- sui cavalcavia e loro rampe;
- sui parapetti stradali, sulle barriere di sicurezza e sugli altri dispositivi laterali di protezione e di segnalamento.

Il posizionamento di cartelli e di altri mezzi pubblicitari entro i centri abitati, salvo quanto previsto al successivo comma 5, e' vietato in tutti i punti indicati al comma precedente, e, ove consentito, esso deve essere autorizzato ed effettuato nel rispetto delle seguenti distanze minime :

- m. 50 dagli altri cartelli e mezzi pubblicitari, dai segnali stradali e dalle intersezioni;
- m. 100 dal punto di tangenza delle curve orizzontali e dagli imbocchi delle gallerie;
- m. 100 dal vertice dei raccordi verticali concavi e convessi. Per le distanze dal limite della carreggiata si applicano le norme del regolamento comunale. Le limitazioni di cui sopra non si applicano alle transenne parapetonali a condizione che i messaggi pubblicitari siano posti solo sulla facciata rivolta ai pedoni.

Le norme di cui ai commi 2 e 4, e quella di cui al comma 3 limitatamente al posizionamento in curva, non si applicano per le insegne collocate parallelamente al senso di marcia dei veicoli ed in aderenza a fabbricati o comunque ad una distanza non inferiore a 3 m. dal limite della sede stradale, semprechè siano rispettate le disposizioni dell'art. 23, comma 1, del Codice della Strada approvato con decreto L.vo 30-4-1992 n. 285.

Le distanze indicate ai commi 2 e 4, ad eccezione di quelle relative alle intersezioni, non devono essere rispettate per i cartelli e gli altri mezzi pubblicitari collocati in posizione parallela al senso di marcia dei veicoli e posti in aderenza, per tutta la loro superficie, a fabbricati o comunque ad una distanza non inferiore a m. 3 dal limite della sede stradale.

Entro i centri abitati, in occasione della redazione del piano generale della pubblicità di cui al precedente art. 3, vengono individuati gli spazi ove e' consentita la collocazione di cartelli degli altri mezzi pubblicitari.

Fuori dai centri abitati può essere autorizzata la collocazione per ogni senso di marcia, di un solo cartello pubblicitario di indicazione delle stazioni di rifornimento di carburante e delle stazioni di servizio, della superficie massima di mq. 3 ferme restando tutte le altre disposizioni del presente articolo. I cartelli non possono essere collocati a distanza inferiore a 200 m. tra di loro e dagli altri cartelli.

Lungo le strade e in prossimità delle stesse e' ammessa la posa in opera di cartelli o altri mezzi pubblicitari abbinati alla prestazione di servizi per gli utenti della strada, quali orologi, contenitori per rifiuti, panchine, pensiline, indicazioni toponomastiche ed altre, sempreche' siano rispettate le distanze minime previste dai commi 2 e 4 del presente articolo. Nel caso

in cui ciascun cartello abbinato ad un servizio abbia una superficie di esposizione inferiore a mq. 1,00 non si applicano le distanze rispetto ai cartelli ed agli altri mezzi pubblicitari.

I segni orizzontali reclamistici sono ammessi unicamente:

- all'interno di aree ad uso pubblico di pertinenza di complessi industriali o commerciali;
- lungo il percorso di manifestazioni sportive o su aree delimitate, destinate allo svolgimento di manifestazioni di vario genere, limitatamente al periodo di svolgimento delle stesse ed alle 24 ore precedenti e successive.

Per essi non si applica il comma 3 e le distanze di cui ai commi 2 e 4 si applicano unicamente rispetto ai segnali stradali orizzontali.

L'esposizione di striscioni, locandine e stendardi e' ammessa unicamente durante il periodo di svolgimento della manifestazione o dello spettacolo cui si riferisce oltre che durante la settimana precedente e le 24 ore successive allo stesso. Per gli striscioni, le locandine e gli stendardi le distanze, dagli altri cartelli e mezzi pubblicitari, previste dai commi 2 e 4 si riducono rispettivamente a m. 100 ed a m. 25.

E' vietata la collocazione di cartelli ed altri mezzi pubblicitari a messaggio variabile, aventi un periodo di variabilità inferiore a 10 minuti, in posizione trasversale al senso di marcia dei veicoli.

E' vietata la collocazione di cartelli e di altri mezzi pubblicitari sui bordi dei marciapiedi e dei cigli stradali.

Art. 16

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

Nelle stazioni di servizio e nelle aree di parcheggio possono essere collocati cartelli e mezzi pubblicitari la cui superficie complessiva non superi il 5% delle aree occupate dalle stazioni di servizio e dalle aree di parcheggio, se trattasi di strade di tipo C e F, e l'1% delle stesse aree se trattasi di strade di tipo A e B, come classificate dall'art. 2 del D.L.vo 30-4-1992 n. 285, sempreche' gli stessi non siano collocati lungo il fronte stradale, lungo le corsie di accelerazione e decelerazione e in corrispondenza degli accessi.

Nelle stazioni di servizio e nelle aree di parcheggio lungo le strade di tipo D ed E, ferme restando le norme relative alla installazione nei centri abitati, valgono le percentuali previste rispettivamente per le strade di cui alla lettera C e alla lettera F, come classificate dall'art. 2 del D.L.vo 30-4-1992, n. 285.

Nelle aree di parcheggio e' ammessa, in eccedenza alle superfici pubblicitarie computate in misura percentuale, la collocazione di altri mezzi pubblicitari abbinati alla prestazione di servizi per l'utenza della strada entro il limite di mq. 2 per ogni servizio esistente nella stazione.

Art. 17

Pubblicità sui veicoli.

La pubblicità luminosa, purché non intermittente e non realizzata mediante messaggi variabili, e' ammessa unicamente sui veicoli adibiti al servizio taxi, quando circolano entro i centri abitati, alle seguenti condizioni:

- a) che sia realizzata con un pannello rettangolare piano bifacciale, saldamente ancorato al di sopra dell'abitacolo del veicolo e posto in posizione parallela al senso di marcia;
- b) che esponga messaggi di immediata percezione che non impegnino particolarmente l'attenzione dei conducenti di altri veicoli;
- c) che sia resa luminosa solamente in condizione di marcia del veicolo;
- d) che il pannello abbia le dimensioni esterne di cm. 75x35 e le dimensioni utili per l'esposizione del messaggio pubblicitario di cm. 70x30;
- e) che la superficie di esposizione sia realizzata, in misura non inferiore ai 4/10, con un colore di fondo neutro;
- f) che siano esclusi i colori rosso, verde e giallo;
- g) che l'intensità luminosa del pannello non sia superiore a 100 candele per metro quadrato.

L'apposizione sui veicoli di pubblicità non luminosa e' consentita, salvo quanto previsto ai successivi commi 3 e 4, se realizzata senza creare sporgenze rispetto alla superficie del veicolo. Sulle autovetture ad uso privato e' consentita unicamente l'apposizione del marchio e della ragione sociale della ditta cui appartiene il veicolo, entro i limiti dell'art. 13 del D.L.vo 15-11-1993 n. 507.

La pubblicità non luminosa per conto terzi e' consentita sui veicoli adibiti al trasporto di linea alle seguenti condizioni:

- a) che non sia realizzata mediante messaggi variabili;
- b) che non sia esposta sulla parte anteriore del veicolo;
- c) che sulle altre parti del veicolo sia limitata alle superfici distanti almeno cm. 20 dai dispositivi di segnalazione visiva e di illuminazione e dalle targhe;
- d) che sia contenuta entro forme geometriche regolari;
- e) che, se realizzata mediante pannelli aggiuntivi, gli stessi non sporgano di oltre tre centimetri rispetto alla superficie sulla quale sono applicati.

La pubblicità non luminosa per conto terzi e' consentita sui veicoli adibiti al servizio taxi alle seguenti condizioni:

- a) che sia realizzata con un pannello rettangolare piano bifacciale, saldamente ancorato al di sopra dell'abitacolo del veicolo e posto in posizione parallela al senso di marcia;
- b) che il pannello abbia le dimensioni esterne di cm.75x35;
- c) che non sia realizzata mediante messaggi variabili;
- d) mediante apposizione di pannelli esterni al veicolo e che non costituisca limitazioni alla visibilità da parte del conducente.

L'apposizione di scritte e messaggi pubblicitari rifrangenti e' ammessa sui veicoli unicamente alle seguenti condizioni :

- a) che la pellicola utilizzata abbia caratteristiche di rifrangenza non superiori a quelle di classe 1;
- b) che la superficie della parte rifrangente non occupi piu' di due terzi della fiancata del veicolo e comunque non sia superiore a tre metri quadrati;
- c) che il colore bianco sia contenuto nella misura non superiore ad 1/6 della superficie;
- d) che sia esposta unicamente sui fianchi del veicolo a distanza non inferiore a cm.70 dai dispositivi di segnalazione visiva;
- e) che non sia realizzata mediante messaggi variabili.

In tutti i casi di cui ai commi precedenti le scritte, i simboli e la combinazione dei colori non devono generare confusione con i segnali stradali e in particolare non devono avere: forme

di disco o di triangolo; disegni confondibili con simboli segnaletici regolamentari di pericolo, obbligo, prescrizione o indicazione; colore rosso, salvo per la riproduzione di marchi depositati nei limiti di 1/5 della superficie utilizzata.

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

Art. 18

Pubblicità fonica

Ai fini di cui all'articolo 155 del D.L.vo 30-4-1992, n. 285, con gli autoveicoli, motoveicoli, rimorchi e ciclomotori non e' consentito effettuare pubblicità fonica. Possono essere diffusi unicamente messaggi di pubblico interesse disposti dall'autorità di pubblica sicurezza o dal sindaco.

La pubblicità fonica e' consentita, previa autorizzazione del sindaco, da parte di candidati a cariche pubbliche per tutto il tempo della campagna elettorale.

Art. 19

Modalità per ottenere l'autorizzazione alla installazione degli impianti

Il presente regolamento prevede una armonizzazione degli iter autorizzatori con quanto previsto dalle statuizioni del codice della strada.

In via generale si statuisce che il Comune di EMPOLI, in virtù delle linee principali del piano generale degli impianti, si avvale della facoltà di cui al comma 6 dell'art. 23 del Codice della Strada, ossia della facoltà di concedere deroghe alle norme relative alle distanze minime per il posizionamento dei cartelli e degli altri mezzi pubblicitari nel rispetto delle esigenze di sicurezza della circolazione stradale.

Se il mezzo viene collocato fuori del centro abitato si rimanda integralmente alle norme del Codice della Strada, Regolamento di esecuzione e di attuazione e Regolamento per l'installazione dei mezzi pubblicitari .

Art. 20

Installazione di materiale pubblicitario nei centri abitati

Se il mezzo viene collocato nel centro urbano, così' come definito dall'art. 3 del Codice della Strada, si applicherà il seguente iter:

- 1) Domanda in carta legale, indirizzata al Sindaco del Comune di EMPOLI contenente le generalità del richiedente, nonché l'esatta individuazione delle zone in cui il mezzo stesso viene installato.
- 2) Disegno in 5 copie riportanti le esatte misure del mezzo stesso nonché le caratteristiche tecniche (scala 1 : 20).
- 3) Foto della zona in cui verrà installato il mezzo pubblicitario.
- 4) Documentazione di cui alle lettere a), b) e c) del comma 1 dell'art. 22 del presente Regolamento.

L'esame della domanda verrà effettuato dal settore tributario di concerto con l'Ufficio Tecnico e quello della polizia municipale, quest'ultimo specificatamente incaricato di

verificare la congruità delle installazioni ai dettami del Codice della Strada e del suo Regolamento.

Per il procedimento valgono le norme di cui al successivo art. 22.

Art. 21

Disciplinare di concessione e canone

Il canone dovuto per l'installazione di mezzi pubblicitari su suolo pubblico deve essere deliberato dalla giunta comunale e periodicamente aggiornato. Tale canone, deliberato assieme al disciplinare di concessione, può essere graduato a seconda dell'importanza della zona sulla quale l'occupazione insiste.

Comunque sia, il canone deve essere il più congruo possibile per le installazioni realizzate al fine di pubblicizzazione degli esercizi commerciali aventi ubicazione nel territorio del Comune, sempre che l'installazione avvenga su istanza dell'esercente, ovvero, che la medesima installazione non venga curata da ditta o società che, oltre l'installazione di mezzi pubblicitari abbia come oggetto anche la commercializzazione della pubblicità. Nel caso di domande di installazione di mezzi pubblicitari destinati a reperire pubblicità diverse dall'affissione, la giunta comunale valuterà l'offerta della richiedente, eventualmente sentendo anche altre ditte o società specializzate.

L'offerta non deve necessariamente tradursi in una quantificazione monetaria, invero potendo la stessa essere formata ad esempio da offerte di infrastrutture.

Art. 22

Autorizzazione alla installazione di materiale pubblicitario

Ferme restando le disposizioni contenute nell'art. 53 del Regolamento di attuazione del Codice stradale approvato con D.P.R. 16-12-1992 n. 495 il soggetto interessato al rilascio di una autorizzazione per l'installazione di cartelli o di altri mezzi pubblicitari deve presentare la relativa domanda presso il competente ufficio tecnico del Comune, per i mezzi pubblicitari a carattere permanente e all'Ufficio Tributi per i mezzi pubblicitari provvisori allegando:

a) una dichiarazione, redatta ai sensi della legge 4 gennaio 1968 n. 15, con la quale si attesti che il manufatto che si intende collocare e' stato calcolato e realizzato e sarà posto in opera, tenendo conto della natura del terreno e della spinta del vento, in modo da garantire la stabilità;

b) un bozzetto del messaggio da esporre e una planimetria in 5 copie ove e' riportata la posizione nella quale si richiede l'autorizzazione all'installazione. Possono essere allegati anche più bozzetti, precisando il tempo di esposizione previsto per ciascuno di essi e che comunque non può essere inferiore a tre mesi. Se la domanda e' relativa a cartelli o a altri

mezzi pubblicitari per l'esposizione di messaggi variabili devono essere allegati bozzetti di tutti i messaggi previsti (scala 1 : 20);

c) autorizzazione dell'Ente proprietario della strada se diverso dal Comune, ovvero, nulla osta di cui all'art. 23 comma 5 codice stradale.

L'ufficio ricevente la domanda restituisce all'interessato una delle due copie della planimetria riportando sulla stessa gli estremi di ricevimento.

L'ufficio tributi sentito l'ufficio di polizia municipale che deve esprimere il proprio parere entro 60 giorni successivi, concede o nega, in tal caso motivandolo, il rilascio dell'autorizzazione. L'autorizzazione all'installazione di cartelli o di altri mezzi pubblicitari ha validità per un periodo di tre anni ed e' rinnovabile; essa deve essere intestata al soggetto richiedente.

Il corrispettivo che il soggetto richiedente deve versare per il rilascio dell'autorizzazione deve essere determinabile da parte dello stesso soggetto sulla base di un prezzario annuale, comprensivo di tutti gli oneri esclusi solo quelli previsti dall'art. 406 del regolamento di attuazione del codice stradale. Tale prezzario deve essere predisposto e reso pubblico da parte dell'ufficio competente entro il trenta novembre dell'anno precedente a quello di applicazione del listino.

Fuori dai centri abitati, qualora il soggetto titolare dell'autorizzazione decorsi almeno tre mesi, fermo restando la durata della stessa, intenda variare il messaggio pubblicitario riportato su un cartello o su un altro mezzo pubblicitario, deve farne domanda, allegando il bozzetto del nuovo messaggio, all'ente competente, il quale e' tenuto a rilasciare l'autorizzazione entro i successivi quindici giorni, decorsi i quali si intende rilasciata.

Le disposizioni di cui ai commi precedenti si applicano anche per i cartelli e gli altri mezzi pubblicitari, di proprietà delle amministrazioni comunali, dati in concessione ad altri soggetti. E' fatto divieto di usare l'emblema del Comune nella realizzazione di mezzi pubblicitari.

Art. 23

Obblighi del titolare dell'autorizzazione

E' fatto obbligo al titolare dell'autorizzazione di:

- a) verificare il buono stato di conservazione dei cartelli e degli altri mezzi pubblicitari;
- b) effettuare tutti gli interventi necessari al loro buon mantenimento;
- c) adempiere nei tempi richiesti a tutte le prescrizioni impartite dall'ente competente ai sensi dell'art. 406 comma 1 del regolamento di esecuzione del Codice della Strada, al momento del rilascio dell'autorizzazione od anche successivamente per intervenute e motivate esigenze;
- d) procedere alla rimozione nel caso di decadenza o revoca dell'autorizzazione o di insussistenza delle condizioni di sicurezza prevista all'atto dell'installazione o di motivata richiesta da parte dell'ente competente al rilascio.

E' fatto obbligo al titolare dell'autorizzazione, rilasciata per la posa di segni orizzontali reclamistici, nonché di striscioni, locandine e stendardi, nei casi previsti dall'art. 51 comma 9 del regolamento di attuazione del codice stradale, di provvedere alla rimozione degli stessi entro le 24 ore successive alla conclusione della manifestazione o dello spettacolo per il cui svolgimento sono stati autorizzati, ripristinando il preesistente stato dei luoghi ed il preesistente grado di aderenza delle superfici stradali.

Art. 24

Modalità effettuazione pubblicità varia

Relativamente alla pubblicità varia di cui all'art. 15 del D.L.vo 15 novembre 1993 n. 507 valgono i seguenti principi:

La pubblicità effettuata con aeromobili o palloni frenati e' soggetta al pagamento della relativa imposta ove il mezzo pubblicitario insista sul territorio comunale comprese le fasce marittime che siano limitrofe a detto territorio.

La distribuzione di volantini o il lancio degli oggetti resta subordinato, al rispetto del regolamento comunale di Polizia urbana. Ove tale regolamento non lo consenta in tutto o su parte del territorio comunale detta attività non potrà essere autorizzata.

La pubblicità sonora in conformità alla previsione del regolamento attuativo del Nuovo Codice della Strada D.L.vo 16-12-1992 n. 495 e' consentita soltanto mediante installazione in posto fisso e fermo restando il rispetto delle condizioni e limitazioni di cui al precedente articolo 18 del presente regolamento.

Art. 25

Targhette di identificazione

Su ogni cartello o mezzo pubblicitario autorizzato dovrà essere saldamente fissata, a cura e a spese del titolare dell'autorizzazione, una targhetta metallica, posta in posizione facilmente accessibile, sulla quale sono riportati con caratteri incisi i seguenti dati:

- amministrazione che l'autorizza;
- soggetto titolare;
- numero dell'autorizzazione;
- progressiva chilometrica del punto di installazione;
- data di scadenza.

La targhetta di cui al comma precedente deve essere sostituita ad ogni rinnovo dell'autorizzazione ed ogni qualvolta intervenga una variazione di uno dei dati su di essa riportati.

Art. 26

Vigilanza

Gli enti proprietari delle strade sono tenuti a vigilare, a mezzo del proprio personale competente in materia di viabilità, sulla corretta realizzazione e sull'esatto posizionamento dei cartelli e degli altri mezzi pubblicitari rispetto a quanto autorizzato.

Gli stessi enti sono obbligati a vigilare anche sullo stato di conservazione e sulla buona manutenzione dei cartelli e degli altri mezzi pubblicitari oltreché sui mezzi di scadenza delle autorizzazioni concesse.

Qualunque inadempienza venga rilevata da parte del personale incaricato della vigilanza, dovrà essere contestata a mezzo di specifico verbale al soggetto titolare dell'autorizzazione

che dovrà provvedere entro il termine fissato. Decorso tale termine l'ente proprietario, valutate le osservazioni avanzate entro dieci giorni dal soggetto, provvede d'ufficio rivalendosi per le spese sul soggetto titolare dell'autorizzazione.

La vigilanza può essere, inoltre, svolta da tutto il personale di cui all'art.12, comma 1 del Codice Stradale il quale trasmette le proprie segnalazioni all'ente proprietario della strada per i provvedimenti di competenza.

Limitatamente al disposto dell'articolo 23, comma 3 del Codice Stradale, la vigilanza può essere svolta, nell'ambito delle rispettive competenze, anche da funzionari dei Ministeri dell'Ambiente e dei Beni Culturali, i quali trasmettono le proprie segnalazioni all'ente proprietario della strada per i provvedimenti di competenza.

Tutti i messaggi pubblicitari e propagandistici che possono essere variati senza autorizzazione ai sensi dell'articolo precedente, se non rispondenti al disposto dell'articolo 23, comma 1 del Codice Stradale, devono essere rimossi entro le 48 ore successive alla notifica del verbale di contestazione, a cura e spese del soggetto titolare dell'autorizzazione o del concessionario. In caso di inottemperanza si procede d'ufficio.

Tutti i messaggi, esposti difformemente dalle autorizzazioni rilasciate, dovranno essere rimossi, previa contestazione scritta, a cura e spese del soggetto titolare dell'autorizzazione o del concessionario, entro il termine di 48 ore dalla diffida pervenuta.

In caso d'inottemperanza si procede d'ufficio.

Art. 27

Adattamenti delle forme di pubblicità esistenti

I cartelli o mezzi pubblicitari installati sulla base di autorizzazioni in essere all'atto dell'entrata in vigore del presente Regolamento e non rispondenti alle disposizioni dello stesso, devono essere rimossi entro 12 mesi dalla sua entrata in vigore, a cura e a spese del titolare dell'autorizzazione, fatto salvo il diritto dello stesso al rimborso della somma anticipata per la residua durata dell'autorizzazione non sfruttata.

Per i cartelli e gli altri mezzi pubblicitari per i quali, in base alle distanze minime occorre provvedere, a cura e a spesa del titolare dell'autorizzazione, ad uno spostamento, si procede, per ogni lato della marcia, effettuando gli spostamenti unicamente negli interspazi risultanti tra i successivi punti di riferimento (intersezioni, segnali stradali). I cartelli e gli altri mezzi pubblicitari che non possono più trovare collocazione in ciascuno degli interspazi devono essere rimossi e possono essere ricollocati in altro tratto stradale disponibile solo dopo il rilascio di una nuova autorizzazione per la diversa posizione, fermi restando la durata e gli importi già corrisposti con l'autorizzazione originaria.

Titolo III

AFFISSIONI

Art. 28

Principi generali

E' istituito il servizio delle pubbliche affissioni. Le disposizioni contenute negli artt. 10 e 11 del presente regolamento relativamente alla suddivisione del territorio comunale in due categorie si applicano anche a diritto sulle pubbliche affissioni.

Art. 29

Soggetti tenuti al pagamento dei diritti sulle pubbliche affissioni

In applicazione all'art. 19 del D.L.vo 15-11-1993 n. 507 ai fini della solidarietà nel pagamento del relativo diritto per colui "nell'interesse del quale il servizio e' richiesto" si intende il soggetto, persona fisica o giuridica nel cui interesse immediato il messaggio viene pubblicizzato e/o il cui prodotto viene ad essere reclamizzato.

Art. 30

Quantità delle superfici da adibire alle pubbliche affissioni

La superficie complessiva degli impianti delle pubbliche affissioni nell'ambito del territorio comunale e' fissata in complessivi mq 3600 pari a mq 82 per ogni 1000 abitanti su una popolazione di n. 43.472 abitanti al 31-12-1992 arrotondati a n. 44.000.

Detta superficie include sia le affissioni dirette che quelle a domanda che quelle istituzionali sociali e senza rilevanza economica. In caso di aumento della popolazione si procederà all'adeguamento automatico delle superfici a cura dell'ufficio tributi.

I suddetti spazi saranno distribuiti nell'ambito del territorio comunale con l'approvazione del piano generale degli impianti da attuare entro un anno dall'entrata in vigore del presente Regolamento: Fino a tale data si opererà sulla base del vecchio Regolamento per tutte quelle parti non in contrasto con il presente.

Art. 31

Ripartizione della superficie degli impianti pubblici da destinare alle affissioni

In esecuzione della previsione di cui all'art. 3, comma III, del D.L.vo 15-11-1993 n. 507 gli impianti pubblici da destinare alle affissioni pubbliche individuati al precedente art. 30 sono suddivisi nelle seguenti percentuali:

- a) spazi di natura istituzionale, sociale e comunque privi di rilevanza economica 35 %; (6)
- b) spazi per affissioni di natura commerciale 35 %; (6)
- c) spazi destinati all'affissione diretta da parte di privati, comunque diversi dal concessionario del pubblico spazio 20%.
- d) spazi riservati per l'affissione dei manifesti ai soggetti di cui all'art. 20 del Decr. Leg.vo 507/93 10% (6)

Quanto alla ubicazione dei medesimi, compatibilmente con le dimensioni dei singoli spazi destinati alle affissioni, questi dovranno essere possibilmente suddivisi percentualmente secondo le categorie di cui al comma che precede. Ove la dimensione degli impianti non sia tale da garantire la predetta suddivisione percentuale in sezioni, la dislocazione dovrà

avvenire rispettando, sia la suddivisione del territorio comunale di cui al precedente art. 11, sia la località di maggiore affluenza di persone.

Tutti gli impianti hanno di regola dimensioni pari o multipli di cm. 70x100.

Art. 31/Bis

Spazi riservati.

Il Comune destina, in conformità dell'art. 20 Bis del Decr. Leg.vo 507/93, introdotto dal comma 480 lett c) dell'art. 1 della Legge 30/12/2004 n. 311 (Finanziaria 2005) il 10% degli spazi totali per l'affissione dei manifesti ai soggetti di cui all'art. 20 del Decr. Leg.vo 507/93. I soggetti di cui all'art. 20 sono lo Stato, gli Enti pubblici territoriali, i Comitati, le Associazioni e le Fondazioni che non perseguono scopo di lucro.

La richiesta di affissione è effettuata dalla persona fisica che intende affiggere i manifesti per i soggetti di cui all'art. 20.

Il Comune, o il Concessionario, non fornisce personale e materiale per l'affissione. L'affissione negli spazi riservati è esente dal diritto sulle pubbliche affissioni.

I manifesti da affiggere non devono contenere alcun marchio o riferimento ad aziende o enti che perseguono scopo di lucro, pena il diniego all'affissione diretta ed il rinvio al servizio affissioni.

In tal caso l'affissione è soggetta alla tariffa prevista dal Dec. Leg.vo 507/93 e dal presente regolamento.

Per le modalità pratiche di accesso al servizio si rinvia all'art. 32/Bis del presente regolamento. (6)

Art. 32

Spazi privati per le affissioni

Gli spazi di cui all'art. 31, comma I, lett. c), dovranno essere usati esclusivamente per l'effettuazione di affissioni commerciali, essendo le affissioni di natura istituzionale, sociale o culturale già previste negli spazi affissionistici pubblici, soddisfacenti in maniera completa le esigenze del settore.

Gli spazi privati verranno assegnati a seguito delibera di Giunta.

L'iter autorizzativo può nascere in due modi:

- a) a seguito di domanda spontanea di ditta o società specializzata;
- b) a seguito di proposta del settore tributario od urbanistico, in virtù di riscontrate nuove esigenze e in conformità alle linee generali del piano enunciate all'art. 3. In ogni caso, la Giunta dovrà contattare più ditte o società specializzate onde meglio verificare le proposte formulate al fine di scegliere la migliore in rapporto alle esigenze del Comune.

Se l'iter nasce secondo i dettami di cui alla lettera a), l'ordine di presentazione dell'offerta costituisce, nei limiti della congruità della stessa, titolo preferenziale.

In ogni caso lo stesso soggetto privato non potrà possedere più del cinquanta per cento degli spazi privati destinati alle affissioni.

Con la delibera di aggiudicazione viene approvato anche il relativo disciplinare.

I disciplinari, redatti nei modi e termini di legge, vengono predisposti dal settore tributario.

Lo stesso dicasi dei disciplinari di cui all'articolo precedente.

Art. 32 Bis

Modalità di accesso agli spazi riservati.

Il Comune, o il Concessionario del servizio, deve tenere un registro cronologico delle richieste di utilizzo degli spazi riservati. Tale registro fa fede ai fini dell'ordine temporale di utilizzo degli impianti.

All'uso degli spazi riservati si accede mediante una dichiarazione – che dovrà essere tenuta agli atti del Comune o del Concessionario – nella quale la persona fisica che intende procedere, anche materialmente all'affissione, deve indicare il soggetto di cui all'art. 20 del Decr. Leg.vo 507/93 per il quale procede, Stato Enti pubblici territoriali, Comitati, Associazioni e Fondazioni che non perseguono scopo di lucro e, per tali ultimi tre soggetti, deve produrre copia dello statuto o dell'atto associativo dal quale si possa evincere la mancanza di scopo di lucro.

Oltre a ciò, la dichiarazione dovrà contenere il nome della persona che rappresenta gli Enti di cui al comma precedente, il numero dei manifesti che si intende affiggere e la durata.

La dichiarazione dovrà altresì contenere l'impegno, terminato il periodo di esposizione, a recarsi nuovamente presso l'ufficio affissioni e, nel caso in cui gli spazi utilizzati per l'affissione non fossero immediatamente riutilizzati da altro soggetto, di provvedere a coprire i manifesti con carta bianca.

Oltre a ciò, la persona fisica dovrà, nell'ambito della dichiarazione, attestare di essere edotto sulla circostanza che la responsabilità per eventuali violazioni delle norme di cui al Decr. Leg.vo 507/93 e del presente regolamento, sono ascrivibili al dichiarante stesso, nella sua qualità di autore materiale dell'affissione, non vigendo il regime di responsabilità, quantomeno solidale, dei soggetti di cui all'art. 20 del Decr. Leg.vo 507/93. Le sanzioni applicabili sono quelle di cui all'art. 24 del Decr. Leg.vo 507/93.

Per poter ottimizzare la funzione degli spazi riservati, considerata la tipologia e la quantità degli stessi, si stabilisce che ogni soggetto, per singola affissione, non può superare il numero di 30 fogli formato 70/100, e la durata di giorni 10.

I limiti di cui al comma precedente possono essere annualmente rivisti, entro il 31 marzo, mediante determina adottata dal Dirigente del settore tributi, in base ai flussi di utilizzo registrati l'anno precedente, al fine di armonizzare la domanda con le reali possibilità di fruizione, verificatasi, degli spazi riservati. (6)

Art. 33

Modalità per l'effettuazione del servizio delle affissioni pubbliche

I committenti devono consegnare o far pervenire, franco di ogni spesa, all'ufficio competente il quantitativo dei manifesti da affiggere e provvedere contemporaneamente al versamento dei relativi diritti, restando ad esclusivo carico degli utenti l'obbligo di munirsi delle ulteriori autorizzazioni o concessioni eventualmente previste da altre leggi e regolamenti.

La durata dell'affissione decorre dal giorno in cui e' stata eseguita al completo. Nello stesso giorno il Comune deve comunicare al committente l'elenco delle posizioni utilizzate con l'indicazione dei quantitativi affissi.

Il ritardo nelle effettuazioni delle affissioni causato dalle avverse condizioni atmosferiche si considera causa di forza maggiore. In ogni caso, qualora il ritardo sia superiore a dieci giorni dalla data di richiesta, il Comune deve darne tempestiva comunicazione per iscritto al committente.

Art. 34

Modalità per l'effettuazione del servizio delle pubbliche affissioni

Le pubbliche affissioni devono essere effettuate secondo l'ordine di precedenza risultante dal ricevimento della commissione, che deve essere annotata in apposito registro cronologico.

La mancanza di spazi disponibili deve essere comunicata al committente per iscritto entro 10 giorni dalla richiesta di affissione.

Nel caso di ritardo nella affissione superiore a 10 giorni ovvero di mancanza di spazi disponibili il committente può annullare la commissione senza alcun onere a suo carico ed il Comune è tenuto al rimborso entro 90 giorni.

Art. 35

Diniego di affissioni o di materiale pubblicitario

Resta facoltà insindacabile dell'ufficio addetto alle affissioni rifiutare l'affissione ovvero all'installazione di materiale pubblicitario il cui contenuto sia contrario alla decenza pubblica, ovvero si presenti come licenzioso, o in una qualche maniera possa integrare un reato (calunnia, diffamazione etc.).

In tal caso a cura dell'ufficio entro 5 giorni dal ricevimento della richiesta si dovrà dare comunicazione motivata al richiedente per lettera raccomandata con avviso di ricevimento. Il materiale consegnato o fatto pervenire resta a disposizione del richiedente il servizio per il suo ritiro.

Per effetto di tale rifiuto nessun indennizzo è dovuto all'interessato.

Art. 36

Pagamento diritti sulle pubbliche affissioni non aventi carattere commerciale.

In conformità all'art. 9, comma III, del D.L.vo 15-11-1993 n. 507 per le affissioni di carattere non commerciale è consentito il pagamento diretto presso l'ufficio delle affissioni pubbliche il cui addetto ne rilascerà ricevuta mediante stacco di bolletta a madre e figlia e contabilizzazione nel relativo registro giornaliero degli incassi e annotazione sul registro delle comunicazioni.

Titolo IV

MODALITA' DI RISCOSSIONE DELL'IMPOSTA DI PUBBLICITA' E PUBBLICHE AFFISIONI

Art. 37

Bollettari di riscossione e registri necessari alla gestione

Fermo restando la disposizione di cui all'art. 9 e 19 in ordine alle modalità di riscossione della imposta di pubblicità e dei diritti sulle pubbliche affissioni, di cui al D.L.vo 15.11.1993 n.507, i bollettari occorrenti per la riscossione dei diritti sulle pubbliche affissioni non avente carattere commerciale, antecedentemente alla loro utilizzazione devono, essere vidimati e numerati a cura del responsabile dell'imposta.

Essi dovranno essere conservati presso la gestione per la durata di 10 anni. In caso di gestione in concessione al termine della stessa dovranno essere depositati presso l'ufficio comunale redigendo apposito verbale di consegna.

Per la stessa durata dovranno essere conservate presso gli uffici le statistiche richieste dagli organi ministeriali relative alla gestione della imposta di pubblicità e dei diritti sulle pubbliche affissioni.

Art. 38

Registri necessari per la gestione della imposta di pubblicità e delle pubbliche affissioni

Indipendentemente dalla forma prescelta per la gestione del servizio, l'ufficio incaricato deve tenere obbligatoriamente i seguenti registri:

- Registro di assunzione in carico e registro di scarico dei bollettari per la riscossione della imposta e dei diritti di cui al precedente articolo. Detto registro potrà essere unico per ogni tipo di riscossione purché al suo interno la dotazione dei bollettari venga distintamente contabilizzata.
- Registro schedario delle dichiarazioni e delle commesse degli utenti separato per la imposta di pubblicità e per i diritti delle pubbliche affissioni. Il registro relativo all'imposta di pubblicità potrà contenere una sottosezione per la pubblicità di durata inferiore all'anno.
- Registro dei versamenti effettuati presso la Tesoreria comunale dei proventi di riscossione dell'imposta e dei diritti.
- Registro schedario dei rimborsi disposti a favore dei contribuenti per l'imposta di pubblicità, e dei diritti sulle pubbliche affissioni.
- Registro giornaliero di cassa.
- Registro delle affissioni effettuate in esenzione di diritti.

Tutti i registri prima della loro utilizzazione saranno vidimati dal responsabile della gestione dell'imposta sulla pubblicità e sulle pubbliche affissioni, che vi annoterà il numero delle pagine di cui si compongono.

Art. 39

Disciplina delle maggiorazioni e riduzioni di imposta

Tutte le maggiorazioni e le riduzioni di tariffa previste dal decreto legislativo e dal presente regolamento si applicano singolarmente sulla tariffa base.

Art. 40

Funzionario responsabile

Nel caso di gestione diretta del servizio il funzionario responsabile della gestione dell'imposta di pubblicità e dei diritti delle pubbliche affissioni cui attribuire le funzioni e i poteri di cui all'art. 11 del D.L.vo 15-11-1993 n. 507 deve essere scelto fra personale dipendente dell'amministrazione avente qualifica non inferiore alla VII, fermo restando il rispetto dei profili professionali e delle mansioni di cui all'accordo di lavoro per il personale degli enti locali.

Art. 41

Orario di apertura dell'ufficio

Con provvedimento del Sindaco viene fissato l'orario di apertura dell'ufficio al pubblico, possibilmente nell'arco dell'intera giornata onde facilitare l'accesso del pubblico.

Art. 42

Rendiconto della gestione del servizio

Trimestralmente il responsabile della imposta dovrà effettuare apposito rendiconto da sottoporre al riscontro e all'approvazione del responsabile dell'ufficio tributi. Detto rendiconto dovrà comprendere la indicazione, distintamente per la gestione della imposta di pubblicità e per il servizio di pubbliche affissioni, dei seguenti elementi:

- Numero dei committenti;
- Importo liquidato;
- Somme incassate con la indicazione del numero delle bollette staccate;
- Numeri ed estremi delle partite e relativi importi non incassati e per le quali si avvia la procedura di riscossione coatta;
- Numero ed estremi delle partite per le quali e' stato disposto lo sgravio o il rimborso di imposte o diritti.

Semestralmente il responsabile della imposta provvede alla compilazione dei ruoli di riscossione coatta, delle partite rimaste insolute, ai sensi dell'art. 68 del D.P.R. 28-1-1988 n. 43

Art. 43

Pagamento tassa occupazione spazi e aree pubbliche

Qualora la pubblicità sia effettuata su beni di proprietà comunale o in godimento al comune, indipendentemente dalla natura demaniale o patrimoniale di detti beni, insieme alla corresponsione della imposta di pubblicità deve essere corrisposta anche la tassa occupazione spazi e aree pubbliche.

A tale proposito il committente deve presentare apposita dichiarazione di denuncia a tale fine mediante l'apposito modulo messo a disposizione dall'ufficio.

Quest'ultimo provvederà a curarne la riscossione in conformità dell'art. 50 del D.L.vo 15-11-1993 n. 507 e darne comunicazione al relativo responsabile, mediante invio della denuncia.

Art. 44

Ricevuta di pagamento

La ricevuta del bollettino postale attestante il pagamento della imposta di pubblicità o il diritto di pubbliche affissioni deve essere conservata a cura del richiedente ed essere esibita a richiesta di agenti del Comune o dell'eventuale concessionario di gestione del servizio. Per la pubblicità veicolare essa deve essere trattenuta in copia unitamente ai documenti di circolazione del mezzo.

Per le attività e le installazioni che non abbisognano di particolari autorizzazioni, la ricevuta di pagamento costituisce titolo autorizzativo alla effettuazione della attività.

Art. 45

Pagamenti e rateazioni imposta di pubblicità.

Il pagamento dell'imposta di pubblicità annuale deve essere effettuato entro il mese successivo alla scadenza stabilita per l'approvazione del bilancio e delle misure tariffarie per ciascun anno (4). E' consentita la rateazione della imposta di pubblicità annuale di importo superiore € 1549,37 in quattro rate trimestrali senza aggravio di interessi scadenti il 31-3/30-6/30-9/31-12. Il ritardo nel pagamento della rata determina l'applicazione della sanzione tributaria di cui all'art. 23 D.L.vo 15-11-1993 n. 507: ove il ritardo abbia a superare 15 gg. e' facoltà dell'ufficio tributi procedere alla rimozione e all'oscuramento del materiale pubblicitario, revocando la facoltà del pagamento rateale.

E' facoltà del responsabile dell'imposta richiedere la prestazione di un versamento cauzionale a garanzia pari all'importo di ogni trimestralità.

Art. 46

Esenzioni

A chiarimento dell'art. 17 del D.L.vo 15-11-1993 n. 507, non rientrano nel concetto di pubblicità i cartelli, che seppur esposti al pubblico, non presentano alcun contenuto o richiamo pubblicitario diretto o indiretto, ma si limitano a mere comunicazioni; ancorché contengano la indicazione dell'impresa che effettua tali comunicazioni, quali gli avvisi di fermata degli autobus di linea, i cartelli Sip, quelli di singoli privati per indicare divieti di accesso o di circolazione etc...

In ottemperanza all'art 10 Legge 28/12/2001 n. 448 (Finanziaria 2002) sono esenti dal pagamento dell'imposta le insegne di esercizio delle attività commerciali e di produzione di beni e servizi, si superficie complessiva fino a 5 metri quadri.(5)

Per i soggetti di cui all'art. 20 del Decr. Leg.vo 507/93 non trova applicazione l'imposta comunale sulla pubblicità come stabilito dal comma 480 dell'art. 1 lett a) della Legge 30/12/2004 n. 311 (Finanzia 2005). (6)

Come stabilito dal comma 128 dell'art. 1 della Legge 23/12/2005 n. 266 (Finanzia 2006) la pubblicità in qualunque modo realizzata da soggetti di cui al co. 1 dell'art. 90 della Legge 27/12/2002 n. 289, 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 I del Decr. Leg.vo 507/93. (6)

Non sono soggette a imposta di pubblicità le iscrizioni contenute su utensili che rientrano nella esclusiva disponibilità del singolo utente e il relativo messaggio al pubblico. Parimenti i depliant pubblicitari scontano la imposta di pubblicità solo se esposti in luogo pubblico o aperto al pubblico; sono esenti pure i mezzi pubblicitari la cui superficie sia inferiore a 300 cmq.

Art. 47

Tariffa e maggiorazioni

Per effetto della deliberazione della G. M. n.1812 del 30.12.1993 esecutiva per decorrenza di termini e della successiva G.C n. 59 del 21/2/2002 che ha recepito l'aumento della tariffa base disposto dal DPCM 16/2/2001, le tariffe per la imposta comunale sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni , sono le seguenti: (5)

a) Pubblicità ordinaria (art. 12 D. L.vo)

- 1) Per la pubblicità ordinaria €15,49 annue a mq:
- 2) Per la pubblicità ordinaria avente durata non superiore a tre mesi - per ogni mese o frazione €1,55.
- 3) Per la pubblicità di cui sopra in forma luminosa o illuminata la relativa tariffa è maggiorata del 100%
- 4) Per la pubblicità che abbia superficie compresa fra mq. 5,50 e 8,50 la tariffa di cui sopra è maggiorata del 50%; per quella di superficie superiore a mq. 8,50 la maggiorazione è del 100%. Tali maggiorazioni si applicano sempre sulla tariffa base.

b) Per la pubblicità veicolare (art. 13) effettuata all'interno o all'esterno di veicoli in genere di uso pubblico o privato:

- 1) per anno solare €15,49 al mq. sulla superficie complessiva dei mezzi pubblicitari posti su ciascun veicolo.
- 2) per la pubblicità di cui sopra in forma luminosa o illuminata la relativa tariffa è maggiorata del 100%
- 3) ove la pubblicità posta all'esterno del veicolo abbia una superficie compresa fra mq. 5,50 e mq. 8,50 la tariffa di cui al punto 1) e' aumentata del 50%; se di superficie superiore a mq. 8,5 la tariffa di cui al punto 1) e' aumentata del 100%. Tali maggiorazioni si applicano sempre sulla tariffa base.
- 4) con veicoli di proprietà per anno solare
 - per autoveicoli con portata superiore a Kg 3000 €74,37
 - per autoveicoli con portata inferiore a Kg 3000 €49,58
 - altri veicoli e motoveicoli €24,79

La tariffa suddetta e' raddoppiata per i veicoli circolanti con rimorchio; non e' dovuta l'imposta per l'indicazione del marchio, della ragione sociale e dell'indirizzo dell'impresa,

purché sia apposta non più di 2 volte e ciascuna iscrizione non sia di superficie superiore a 1/2 mq.

c) Pubblicità con pannelli luminosi a messaggio variabile o intermittente (art. 14 D. L.vo 15.11.1993 n.507)

- Se effettuata per conto altrui:

1) per anno solare €49,58 al mq.

2) per ogni mese o frazione per periodi non superiori a tre mesi €4,96 al mq.

3) se effettuata per conto proprio dell'impresa, le tariffe sub 1) e sub 2) sono ridotte alla metà'.

- Pubblicità con proiezioni luminose, cinematografiche, diapositive :

4) per ogni giorno €3,10 se eseguite per periodi fino a 30 giorni

5) per i periodi che superano i 30 giorni la tariffa di cui al sub 4) è ridotta del 50% per il periodo eccedente.

d) Pubblicità varia (art. 15 D.L.vo 15.11.1993 n.507)

- Pubblicità con striscioni o similari

Per ogni mq. e per 15 giorni o frazione € 15,49

- Pubblicità con aeromobili

Per ogni giorno o frazione € 74,37

- Pubblicità con pallone frenato

Per ogni giorno o frazione € 37,18

- Pubblicità con distribuzione, anche con veicoli, di manifestini o materiali analoghi

Per ogni giorno e per ogni persona impiegata € 3,10

- Pubblicità sonora

Per ogni punto di pubblicità e ciascun giorno € 9,30

e) diritti sulle pubbliche affissioni (art. 19 D.L.vo 15.11.1993 n. 507)

Per ciascun foglio formato 70x100 o frazioni:

- tariffa per i primi 10 giorni € 1,24

- tariffa per ogni periodo successivo di 5 giorni o frazione € 0,37

f) maggiorazioni agli effetti dell' imposta di pubblicità e diritti sulle pubbliche affissioni:

- per categoria speciale (art. 4 comma 1) D.L.vo 507/93) 150%

- per pubblicità luminosa o illuminata, sulla tariffa base	100%
- per commissioni di affissioni inferiori a n.50 fogli	50%
- per affissioni d'urgenza , con minimo di € 25,85	10%

Ai sensi dell'art. 11 comma 10) della legge 27.12.1997 n. 449, con deliberazione in data 25 febbraio 1998 n. 19, le tariffe di base sopraesposte sono state aumentate del 20% a far data dal 1.1.1998 (3).

Ai sensi dell'art. 30 co. 17 della legge 488/99 con deliberazione n. 17 del 28/2/2000 le tariffe di base per le superfici superiori al metro quadrato sono state aumentate del 50% a far data dal 1/1/2000.

Le tariffe e maggiorazioni di cui al presente articolo si intendono prorogate di anno in anno, se non modificate, dalla Giunta comunale entro il 31 marzo (Legge 448/2001 finanziaria 2002) di ogni anno con decorrenza 1 gennaio dell'anno di riferimento. (5)

Art. 48

Rimborsi - Modalità

Qualora risultino versate somme non dovute, i contribuenti possono richiedere al Comune, con istanza motivata, diretta all'ufficio tributi il loro rimborso entro due anni dal pagamento, oppure da quello in cui e' stato effettivamente accertato il diritto alla restituzione, allegando alla richiesta l'originale della/e ricevuta/e del versamento.

Il responsabile dell'imposta, entro 60 giorni dalla presentazione dell'istanza ne dispone il rimborso mediante emissione di ordinativo di rimborso da emettersi sulla Ragioneria Comunale per la successiva emissione del mandato di pagamento ovvero ne dispone il rigetto motivandolo.

Eventuali richieste di integrazioni o chiarimenti sospendono il termine di cui al II comma del presente articolo che tornerà a decorrere dalla data di integrazione della documentazione.

Sulle somme rimborsate saranno corrisposti gli interessi, nella stessa misura di cui all'art. 52, dalla data dell' eseguito pagamento.

Art. 49

Deliberazione di affidamento della gestione in concessione

Principi Generali

In conformità all'art. 25 del D.L.vo 15-11-1993 n. 507 il servizio di accertamento e riscossione della imposta di pubblicità e delle pubbliche affissioni viene esercitato dal Comune nelle seguenti forme organizzative:

- a) in forma diretta
- b) in concessione ad apposita azienda speciale di cui all'art. 22 comma 3 lett. c) della legge 8-6-1990 n. 142;
- c) ovvero in concessione a soggetti privati.

Ove l'Amministrazione Comunale intenda avvalersi delle forme di cui alle lettere b) e c) la relativa scelta deve essere preceduta da apposito studio comparativo che dimostri essere

quella prescelta la forma piu' conveniente sotto il profilo economico e funzionale, cumulativamente considerati.

Quanto alle modalità di scelta del concessionario si procederà mediante gara di evidenza pubblica per la ipotesi di cui alla lettera c) e in forma diretta in caso di costituzione della azienda speciale.

In conformità all'art. 25 valgono per le forme di gestione affidate a terzi gli articoli 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35 del D.L.vo 15 novembre 1993 n. 507.

Art. 50

Deliberazione affidamento gestione

In caso di gestione in concessione, sia che venga affidata a soggetti terzi che ad azienda speciale, la deliberazione con la quale viene effettuata tale scelta, deve essere accompagnata oltre che dallo studio comparativo delle varie forme di gestione di cui all'art. 49 del presente regolamento, da tutti i documenti da porsi a base fra Comune e concessionario, sia nella fase di scelta del contraente che nella fase successiva del rapporto di concessione.

In particolare dovranno essere approvati in conformità all'art. 56 della legge 8-6-1990 n.142:

- la disciplina tecnico-amministrativa;
- lo schema di contratto;
- la lettera di invito in caso di procedimento di evidenza con indicazione delle modalità di scelta del contraente;
- la lettera di invito alla gara di eventuale prequalificazione.

Art. 51

Controlli

In caso di gestione in concessione del servizio di accertamento e riscossione della imposta di pubblicità e del servizio delle pubbliche affissioni, l'A.C. si riserva ogni piu' ampio diritto di ispezione e controllo, nonché di esame della documentazione della gestione affidata, con facoltà di richiedere notizie e documentazione.

A tale proposito il funzionario responsabile dell'ufficio tributi, dovrà verificare la gestione affidata a terzi, rimettendo apposita relazione illustrativa alla Giunta comunale in ordine all'andamento del servizio dalla quale risulti accertata:

- la tempestività dei versamenti al Comune;
- la regolare applicazione delle tariffe;
- il rispetto di tutti gli obblighi contrattuali

Art. 52

Disciplina per l'applicazione delle sanzioni

Per le violazioni connesse all'imposta della pubblicità e diritti sulle pubbliche affissioni di cui al presente regolamento si applicano le sanzioni amministrative tributarie previste dall'art. 23 del Decr. Leg.vo 15/11/1993 n. 507 come modificate dai Decreti Legislativi 471,472, e 473 del 18/12/1997, e dal regolamento comunale delle stesse approvato dal Consiglio

Comunale con deliberazione n. 63 in data 9/7/2001 che si intende interamente acquisito al presente.(5)

Le violazioni alle norme del presente Regolamento sono sanzionate in conformità all'art. 24 del D.L.vo sopracitato, secondo l'ammontare ivi previsto e con la procedura della legge 24 novembre 1981 n. 689.

Sull'imposta non corrisposta nei termini nei termini previsti sia per omesso, parziale o tardivo versamento, si applicano gli interessi nella stessa misura prevista per le imposte erariali.

Per i periodi di imposta e per i rapporti tributari precedenti a quelli in corso al 18/5/1999 ai sensi dell'art. 13 co. 4 della Legge 13/5/1999 n. 133, sull'imposta o diritto non corrisposti nei termini previsti sia per omesso, parziale o tardivo versamento si applicano gli interessi nella stessa misura previsti per le imposte erariali. Le stesse misure si applicano anche per i rimborsi. (Deliberazione C.C 21/12/1999 n. 132)

Art. 53

Norme generali e transitorie

Sono abrogate tutte le disposizioni di emanazione comunale contrarie o incompatibili con il presente Regolamento che entrerà in vigore dopo che sarà intervenuta la prescritta esecutività e successiva applicazione all'Albo Pretorio per 15 gg. consecutivi.

E' abrogato il Regolamento comunale per l'applicazione della imposta sulla pubblicità e diritti sulle pubbliche affissioni, deliberato con atto del Consiglio Comunale n. 1 del 31.1.1973 e successive integrazioni e modificazioni allo stesso apportate.

Sono altresì abrogate le altre disposizioni comunali in materia, contrarie e comunque non conformi a quelle del presente Regolamento.

Per tutto quanto non previsto nel presente Regolamento si applicano le disposizioni del D.L.vo 15.11.1993 n. 507 e successive modificazioni e integrazioni, nonché le altre norme di legge e di regolamenti applicabili alla materia.

In attesa della pubblicazione del modello ministeriale di versamento di cui all'art. 9 del Decreto legislativo suddetto, i versamenti dell'imposta e del diritto possono essere effettuati con il normale modello in conto corrente postale o in forma diretta.

Fino all'approvazione del Piano generale degli impianti, sarà garantito all'utenza, nell'accettazione delle commissioni, il rispetto del limite massimo di categoria speciale di cui al comma 2) dell'art. 4 del D.L.vo 507/93.

Art. 54

Entrata in vigore

Il presente Regolamento entra in vigore il 1° gennaio 1995.

=====

Il suesteso Regolamento comunale per la disciplina della pubblicità e delle pubbliche affissioni e per l'applicazione dell'imposta comunale sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni, è stato approvato dal Consiglio Comunale con deliberazione n. 152 in data 28.12.1994., esecutiva ai sensi di legge, ed inviato ai sensi dell'art. 35 del D.L.vo 507/93 al Ministero delle Finanze con raccomandata A.R. in data 4.2.1995 prot.n. 3993.

VARIAZIONI SUCCESSIVAMENTE APPORTATE:

- deliberazione consiliare n. 74 del 19.9.1997

(1) Art. 9 - comma sostituito con delibera C.C. 74/97

(2) Art. 9 - comma aggiunto in sostituzione con delibera C.C. 74/97

(3) Art. 47 - Aumento tariffa del 20% delibera C.C. 19/98

(4) Art. 45 - Periodo aggiunto con delibera C.C. 14/99

(5) – Periodo aggiunto con delibera C.C 24/2002.

(6) – Periodo aggiunto con delibera C.C 16/2006.