

**REGOLAMENTO COMUNALE SULLA
PUBBLICITÀ
E APPLICAZIONE DEL DIRITTO E
DELL'IMPOSTA SULLA PUBBLICITÀ**

CAPO I - DISPOSIZIONI GENERALI

Art. 1. Oggetto del Regolamento

1. Il presente Regolamento disciplina, le modalità di effettuazione della pubblicità e del servizio delle pubbliche affissioni nel territorio del Comune di Modugno in conformità alle disposizioni del Decreto Legislativo 15/11/1993 n. 507 e successive modificazioni ed integrazioni.
2. Il Regolamento si applica a tutti i mezzi pubblicitari, anche temporaneamente privi di messaggio pubblicitario, installati in luoghi pubblici o aperti al pubblico o da tali luoghi percepibili e quindi installati su suoli privati o con servitù di pubblico passaggio, nonché a tutte le altre forme di pubblicità previste dal D.Lgs. n. 507/1993 e s.m.i.
3. Salvi i casi espressamente stabiliti da leggi statali e regionali, dal presente o da altri regolamenti del Comune, è vietato intraprendere iniziative pubblicitarie senza aver ottenuto la preventiva autorizzazione.
4. Il presente Regolamento disciplina le modalità installazione ed esercizio degli impianti pubblicitari sull'intero territorio comunale nonché le modalità ed i procedimenti di assegnazione dei relativi spazi pubblici.

Art. 2. Classe del Comune - Suddivisione del territorio in categorie

1. Secondo quanto disposto dall'Art. 2 del D.Lgs. n. 507/1993 e s.m.i., il Comune di Modugno è da considerarsi appartenente alla classe III.
2. Il territorio comunale è suddiviso oltre che in "Centro abitato" e "Fuori del Centro Abitato", in "Zone" omogenee, così come meglio individuate e graficamente delimitate nel Piano Generale degli Impianti Pubblicitari.
3. Per ogni "Zona", il presente Regolamento ed il Piano Generale degli Impianti Pubblicitari disciplinano ogni forma di pubblicità.

Art. 3. Categoria delle località

1. Agli effetti dell'applicazione dell'imposta sulla pubblicità, del diritto sulle pubbliche affissioni e del canone, limitatamente alle affissioni di carattere commerciale, il territorio del Comune di Modugno rientra in un'unica categoria normale

Art. 4. Piano Generale degli Impianti Pubblicitari

1. Il Piano Generale degli Impianti Pubblicitari viene redatto ed aggiornato nel rispetto delle previsioni e prescrizioni dei vigenti strumenti urbanistici, della disciplina introdotta da norme generali che regolamentano la materia, delle disposizioni del Codice della Strada e del relativo Regolamento di Esecuzione.
2. Il Piano Generale degli Impianti Pubblicitari, che nel prosieguo per brevità viene denominato P.G.I.P., disciplina la collocazione degli impianti pubblicitari definendone la tipologia sia con riferimento alle "Zone" individuate dal Piano sia con riferimento alla sovrapposta rete stradale interessata dalla collocazione dei mezzi pubblicitari medesimi.
3. Fatta salva l'individuazione del centro abitato (così come individuato e definito ai sensi del D. Lgs. 30 aprile 1992, n. 285 "Nuovo codice della strada" e s.m.i. e D.P.R. 16 dicembre 1992, n.495 "Regolamento di esecuzione del nuovo codice della strada"), il P.G.I.P. viene redatto secondo i seguenti criteri:
 - 1.1. Classificazione delle Strade ai soli fini dell'impiantistica pubblicitaria;
 - 1.2. Zonizzazione del territorio comunale in aree omogenee sulla base delle caratteristiche storiche-architettoniche e/o paesaggistiche, urbanistiche e commerciali;
 - 1.3. Classificazione ed individuazione della tipologia dei mezzi pubblicitari.
4. Il P.G.I.P. contiene altresì:
 - 1.1.1. La individuazione della superficie complessiva ammissibile per i mezzi pubblicitari da installarsi nel territorio comunale, eventualmente specificata in relazione a:
 - 1.1.1.1. la superficie da destinare ad impianti per pubbliche affissioni, tenendo presente la quantità prevista dall'art. 18 del D.Lgs. n. 507/1993 e s.m.i.;
 - 1.1.1.2. la superficie da destinare a pubblicità effettuata da parte di privati su impianti propri di tipo cartellonistica;
 - 1.1.2. I criteri di posizionamento, nel rispetto delle norme sul traffico e sulla circolazione e dei Regolamenti vigenti, tenendo presente le prescrizioni e i divieti del Codice della Strada e del relativo Regolamento di esecuzione prevedendo ove necessario l'applicazione delle deroghe consentite dall'art. 23 comma~6 del codice della Strada medesimo;
 - 1.1.3. Le caratteristiche tecniche, estetiche e di arredo urbano dei mezzi pubblicitari sia su suolo pubblico che privato.

Art. 5. Zonizzazione e Quantità degli impianti

1. La Zonizzazione del territorio comunale in aree omogenee, considerate tali in base alle caratteristiche storico-ambientali, urbanistico-architettoniche e/o commerciali; tali zone sono riportate nella "mappa di zonizzazione aree omogenee"o, per brevità, "zonizzazione" e divise in Tavole grafiche (cfr. allegati dalla TAV. n°01 alla Tav. n° 06).

- **Zona A:** Il Centro Storico corrispondente alla Zona A del P.R.G.così come individuata nelle tavole grafiche allegate;
- **Zona B:** Restante parte del territorio comunale compresa nella perimetrazione del Centro Abitato e non inclusa nelle zone precedenti ;
- **Zona C:** Le zone per attività produttive, così come individuate nelle tavole grafiche allegate;
- **Zona D:** Restante parte del territorio comunale fuori dalla perimetrazione del Centro Abitato e non inclusa nelle zone precedenti.

E' opportuno precisare che in corrispondenza delle strade di confine tra una zona e l'altra sono operanti le prescrizioni meno restrittive.

Si tiene conto altresì della zonizzazione di cui al P.U.T.T. Paesaggio, approvato con Delibera G.R.Puglia 15.12.2002 n.1748, ai fini dell'individuazione delle zone vincolate ai sensi del D.Lgs n°42/2004 nonché le disposizioni pianificatorie che il Comune adotterà in materia ambientale.

1. La superficie complessiva di tutti gli impianti pubblicitari permanenti, eccettuate le insegne di esercizio, le targhe professionali, è stabilita in mq 5.700 (cinquemilasettecento).

In rapporto al numero dei residenti, al momento dell'elaborazione del piano, la quantità complessiva degli impianti è pari a circa 150 mq ogni 1000 abitanti.

2. La superficie degli impianti delle pubbliche affissioni di proprietà comunale, rilevata durante il censimento, è di mq. 450.L'art. 18 del D.Lgs n°507/93 e s.m.i.prevede una superficie di 18 metri quadrati per ogni 1000 abitanti corrispondente ad una superficie da destinare di circa 700 mq. Per ottemperare alle prescrizioni, è necessario

incrementare il numero di impianti per le pubbliche affissioni che verranno così suddivisi:

- per affissioni di natura istituzionale e sociale è di mq 230
- per affissioni di natura commerciale è di mq 400
- per affissioni dirette di natura istituzionale e sociale da parte dei soggetti di cui all'art. 20 del D.Lgs n° 507/93 è di mq 70

3. La superficie da destinare a pubblicità effettuata da privati su impianti propri di tipo "cartellonistica" è di mq 3800, di cui massimo 380 mq nella zona A.
4. La superficie da destinare a pubblicità espressa tramite elementi di arredo urbano, quali pensiline, paline, orologi, etc. è di mq 1200.

Art. 6. Definizione e classificazione dei mezzi pubblicitari

1. Con la definizione di mezzi pubblicitari, ai sensi dell'art. 47 del D.P.R. 16 dicembre 1992 n. 495 e s.m.i. "Regolamento di esecuzione e di attuazione del nuovo Codice della Strada", si intende ogni struttura o manufatto, rigido o no, finalizzato alla pubblicità o propaganda sia di prodotti che di attività, collocata in luogo pubblico o aperto al pubblico o da tali luoghi percepibile.

Art. 7. Mezzi pubblicitari permanenti e temporanei

1. I mezzi pubblicitari considerati nel presente Regolamento sono ulteriormente classificati in funzione al tempo di permanenza sul territorio nelle seguenti categorie:
 - Mezzi pubblicitari temporanei;
 - Mezzi pubblicitari permanenti.

2. **Mezzi pubblicitari temporanei.**

I mezzi pubblicitari temporanei sono manufatti che, indipendentemente dal supporto impiegato per l'esposizione del messaggio, dalle caratteristiche costruttive e dalle modalità di posa in opera, non hanno carattere di oggettiva permanenza.

L'esposizione del messaggio pubblicitario è correlata a eventi limitati nel tempo la cui durata non può superare, in ogni caso, 90 giorni nel corso dell'anno solare.

Alla scadenza dell'autorizzazione il mezzo pubblicitario dovrà essere rimosso pena l'applicazione delle misure di cui al successivo Capo VI.

Per questi mezzi pubblicitari il P.G.I.P. potrà stabilire particolari norme di localizzazione territoriale, le caratteristiche di altezza, orientamento, distanza da altri elementi territoriali, strutturali e di installazione e le eventuali modalità di illuminazione dei suddetti mezzi.

3. **Mezzi pubblicitari permanenti.**

Appartengono a questa categoria i mezzi pubblicitari la cui collocazione ha durata superiore a 90 giorni naturali e consecutivi dal rilascio dell'autorizzazione.

I mezzi pubblicitari permanenti sono manufatti bidimensionali, mono o bifacciali aventi una struttura di sostegno da fissare al suolo o ad edifici, per l'esposizione di messaggi pubblicitari permanenti.

Art. 8. Definizione dei singoli mezzi pubblicitari

1. **Insegna di esercizio:** scritta in caratteri alfanumerici, completata eventualmente da simboli e da marchi anche di fatto, realizzata e supportata con materiali adeguati, installata nella sede dell'attività cui si riferisce o nelle pertinenze accessorie alla stessa. E' altresì insegna quella la cui scritta relativa all'esercizio dell'attività è completata con simboli e marchi di ditte diverse da quella principale, purché attinenti all'attività svolta dalla medesima.
2. **Targa:** scritta in caratteri alfa numerici, completata eventualmente da simboli e da marchi anche di fatto, utilizzabile solo su una facciata, integrata su supporto in metallo, pietra, legno, o materiali trasparenti e/o traslucidi, posta in opera lateralmente alla porta d'ingresso dell'edificio sede dell'attività svolta. Non può essere luminosa per luce propria.
3. **Preinsegna:** indicatore direzionale, recante scritta con caratteri alfanumerici, simboli e marchi anche di fatto, completata da freccia di orientamento, realizzata su manufatto bifacciale e bidimensionale, utilizzabile su una sola o su entrambe le facce e supportata da un'idonea struttura di sostegno. Non può essere luminosa, né per luce propria, né per luce indiretta.
4. **Cartello:** manufatto bidimensionale, supportato da un'idonea struttura di sostegno, con una sola o entrambe le facce finalizzate alla diffusione di messaggi pubblicitari o propagandistici sia direttamente, sia tramite sovrapposizione di altri elementi, quali manifesti, adesivi, ecc. Il cartello, la cui superficie espositiva (escluso la cornice e i

supporti) è di dimensioni minori o uguali a mq. 2,80 per singola faccia, è definito “plancia”, mentre il cartello di dimensioni superiori a mq. 2,80, è definito “cartellone”.

5. **Bacheca:** manufatto monofacciale supportato da un'ideale struttura di sostegno, o posto in aderenza ad una parete, finalizzato alla diffusione di messaggi di comunicazione sociale, culturale e istituzionale, ovvero commerciale tramite apposizione di manifesti, pubblicazioni o locandine. Possono essere realizzati con strutture a telaio semplice o apribile a compasso con cristallo del tipo anti-infortunio; la superficie del cristallo, all'interno della cornice di supporto perimetrale, deve essere unica e non suddivisa in riquadri.
6. **Totem:** manufatto tridimensionale auto-portante con una o più facce finalizzate alla diffusione dei messaggi pubblicitari. I totem possono essere di tipo “permanente” se costituiscono insegne di esercizio e di tipo “temporaneo” se non sono ancorati al suolo, e sono adibiti esclusivamente a pubblicizzare spettacoli o eventi culturali o sportivi oltre che per il lancio di nuove iniziative commerciali.
7. **Impianto a messaggio variabile e a messaggio animato:** manufatto bidimensionale supportato da un'ideale struttura di sostegno, con una sola o entrambe le facce finalizzate alla diffusione di messaggi pubblicitari o propagandistici, caratterizzati dall'impiego di sistemi automatici di tipo meccanico o con sistemi elettronico-digitali che, opportunamente interfacciati con una stazione di comando computerizzata, possono originare messaggi scritti, immagini monocromatiche, a colori, fisse o in movimento.
8. **Striscione:** elemento bidimensionale realizzato in materiale di qualsiasi natura, privo di rigidità, mancante di superficie di appoggio o comunque non aderente alla stessa, e finalizzato alla promozione pubblicitaria di manifestazioni e/o spettacoli di pubblico interesse oltre che per il lancio di nuove iniziative commerciali, culturali o sportive a carattere temporaneo collegato all'evento; è caratterizzato dalla particolare lunghezza atta a permetterne il posizionamento a scavalco della sede stradale. Può essere luminoso per luce indiretta.
9. **Stendardo o bandiera o festone:** elemento bidimensionale realizzato in materiale di qualsiasi natura, privo di rigidità, mancante di superficie di appoggio o comunque non aderente alla stessa, esclusivamente finalizzato alla promozione pubblicitaria di manifestazioni e/o spettacoli di pubblico interesse oltre che per il lancio di nuove iniziative commerciali, culturali o sportive a carattere temporaneo collegato all'evento;

è caratterizzato dal particolare fissaggio solo su di un lato o comunque sventolante tipo bandiera. Può essere luminoso per luce indiretta.

10. **Vetrofania:** pellicola di materiale non rigido e di natura precaria, trasparente e non, applicata su vetro, riportante scritte in caratteri alfanumerici o simboli, marchi anche di fatto, fotografie, grafici o disegni.
11. **Vetrografia:** smerigliatura, mussolatura, incisione ad acido, a mola, ecc., pittura monocromatiche o colorate realizzata direttamente sulle vetrine.
12. **Impianto pubblicitario di servizio:** qualunque manufatto avente quale scopo primario un servizio di pubblica utilità nell'ambito dell'arredo urbano e stradale (come pensiline, paline, contenitori per la raccolta differenziata o cassonetti, chioschi, edicole, orologi, servizi igienici, supporti informativi, targhe viarie, totem e/o pannelli informativi a messaggio variabile e simili) recante uno spazio pubblicitario che può anche essere luminoso, sia per luce diretta che per luce indiretta e di dimensioni proporzionate al manufatto sul quale viene collocato.
13. **Pubblicità sui ponteggi e recinzioni di cantieri edili:** qualsiasi elemento bidimensionale monofacciale privo di rigidità che occupa tutta o parte della superficie del ponteggio o recinzione ed è a questi opportunamente ancorato.
14. **Pubblicità sui Chioschi e nelle Edicole:** qualsiasi manufatto bidimensionale relativi a prodotti inerenti l'attività di vendita.
15. **Pubblicità nelle autostazioni e parcheggi:** qualsiasi manufatto pubblicitario definito e disciplinato dal D. Lgs. 30 aprile 1992, n. 285 "Nuovo codice della strada" e s.m.i. e D.P.R. 16 . dicembre 1992, n.495 "Regolamento di esecuzione del nuovo codice della strada" e s.m.i.
16. **Pubblicità su lastrici solari:** manufatto pubblicitario bidimensionale o tridimensionale collocato su coperture piane degli edifici.
17. **Impianti di trasmissione e/o riproduzione di immagini:** forma di pubblicità spettacolare ed innovativa consistente nel proiettare su superfici cieche degli edifici privati gigantesche immagini attraverso proiettori non laser, trasformando le stesse superfici in enormi schermi naturali. Limitatamente agli edifici pubblici tale pubblicità è ammessa anche sulle intere facciate degli edifici stessi in occasione di grandi eventi.
18. **Colonna:** manufatto a base circolare o triangolare fisso o girevole, retroilluminato.

Art. 9. Gruppo omogeneo di mezzi pubblicitari

1. Si definisce "gruppo omogeneo di mezzi pubblicitari" un insieme di mezzi pubblicitari aventi le medesime caratteristiche tipologiche, strutturali, di illuminazione e di formato, posizionati sul territorio secondo una precisa sequenza geometrica e con medesimi allineamenti, orientamenti ed altezze rispetto al suolo. La presenza di elementi territoriali di rilevanza urbana o ambientale determina l'interruzione della suddetta sequenza.
2. un gruppo omogeneo deve essere composto da un massimo di **30 elementi**.
3. La progettazione della pubblicità per "gruppi omogenei" è sempre prescritta nel caso di interventi per "ambiti unitari" individuati ai sensi del presente Regolamento.
4. Gli enti pubblici presenti in ambito territoriale comunale (Autorità aeroportuale, Enti e società ferroviarie, Demanio regionale e dello Stato, Consorzio ASI, Società di gestione dei servizi pubblici locali, ecc.), devono dare corso all'attività di installazione e di esercizio della cartellonistica pubblicitaria nel proprio territorio di competenza sulla base di una programmazione per "ambiti unitari" e concordata con la P.A. garantendo il decoro urbano e l'osservanza dei principi di trasparenza, concorrenza e parità di trattamento nell'assegnazione degli spazi. Il progetto, reso per "ambiti unitari", dovrà localizzare compiutamente tutti gli impianti pubblicitari proposti e contenere:
 - a. Analisi dello stato attuale degli spazi interessati dall'intervento evidenziando il degrado funzionale e visivo e gli elementi in contrasto con il presente Regolamento;
 - b. Proposta progettuale corrispondente alle prescrizioni del presente Regolamento che:
 - I. evidenzia gli impianti previsti e la loro congruità con le prescrizioni del presente Regolamento;
 - II. valuti il corretto inserimento ambientale dei nuovi impianti;
 - III. tenga conto delle caratteristiche morfologiche, formali, compositive ed architettoniche dello spazio interessato dall'intervento e del suo intorno urbano;
 - IV. contribuisca a diminuire l'inquinamento visivo della scena urbana;
 - V. risponda alle esigenze di circolazione e di traffico.
5. Con l'approvazione del Progetto Unitario si intende rilasciato il nullaosta di competenza del Comune.

Art. 10. Attività pubblicitarie non contingentate

1. In ragione della particolare natura dell'iniziativa pubblicitaria ovvero in ragione della diretta riconducibilità a motivazioni di interesse generale delle attività svolte è consentita, nel rispetto delle disposizioni normative e regolamentari che disciplinano la materia, previa autorizzazione e/o nulla osta dell'Amministrazione, l'esecuzione delle seguenti attività:
 - pubblicità su ponteggi e recinzioni di cantieri edili;
 - pubblicità con tutti i mezzi, i sistemi e le tipologie di impianto pubblicitario definibili come "esposizioni semplici": Targhe, Vetrofanie, Vetrografie, Scritte poste in opera quali tende ed ombrelloni;
 - pubblicità con insegne di esercizio;
 - pubblicità con preinsegne all'interno del perimetro delle zone P.I.P. (Piani Insediamenti Produttivi), attesa la necessità di garantire visibilità agli operatori commerciali per i nuovi insediamenti nelle predette zone;
 - pubblicità con insegne di esercizio su palo su suolo pubblico limitatamente ad esercizi di pubblica utilità quali "Farmacie", "Forze dell'Ordine" ed "Enti pubblici"
 - pubblicità effettuata con impianti pubblicitari da parte di soggetti sportivi (iscritti al registro CONI) in qualità di gestori di impianti sportivi di proprietà comunale al fine di garantire risorse economiche per una più efficace gestione degli stessi. Tali impianti potranno essere concessi per una superficie espositiva pubblicitaria max consentibile di mq. 120 per impianto sportivo;
 - veicolazione pubblicitaria nell'ambito di iniziative di interesse pubblico che prevedano lo sfruttamento economico delle attività e degli spazi connessi che siano contenute in:
 1. proposte di iniziativa pubblica e/o privata funzionali alla realizzazione di opere pubbliche e alla gestione di un servizio pubblico o interesse pubblico, previa presentazione di un progetto approvato dall'Amministrazione Comunale;
 2. proposte di interesse pubblico e convenienti per l'Ente, presentate da soggetti privati ed altri che intendano assumere la veste di sponsor per la realizzazione di progetti, eventi, prestazioni, lavori, servizi e forniture, riconosciuti tali nelle modalità previste dal vigente regolamento per la disciplina delle sponsorizzazioni in favore dell'Amministrazione comunale.

Art. 11. Autorizzazione

1. L'installazione di mezzi pubblicitari e l'esecuzione della pubblicità sono soggette a autorizzazione espressa. Nei casi, previsti dal presente regolamento, di mezzi non soggetti ad autorizzazione espressa, l'istanza di autorizzazione è sostituita da SCIA (Segnalazione Certificata di Inizio Attività), nel rispetto dei termini e delle condizioni previste dalla legge, ad eccezione delle vetrofanie di misura inferiore al mezzo metro quadro.

La pubblicità effettuata all'interno di luoghi aperti al pubblico (es.: gli stadi, gli impianti sportivi, i cinema, le stazioni automobilistiche e di pubblici trasporti, i centri commerciali) se non visibile dalla pubblica via non è soggetta a preventiva autorizzazione, ma è tenuta alla presentazione di apposita comunicazione annuale ed al relativo pagamento dell'imposta, ove non esente.

La SCIA deve attestare la conformità al Regolamento.

2. La domanda di autorizzazione, a pena di improcedibilità, deve essere prodotta nel rispetto delle vigenti leggi sul bollo ed essere redatta su apposita modulistica disponibile presso il competente Settore dell'amministrazione Comunale e/o sul sito Internet del Comune di Modugno. Ogni domanda di autorizzazione, nonché ogni domanda di rinnovo-proroga di cui al successivo comma 11, deve essere corredata dalla documentazione indicata nell'elenco disponibile presso il competente settore e dall'impegno del richiedente a sostenere tutte le spese di sopralluogo e di istruttoria, previo deposito di eventuali cauzioni.
3. La domanda di autorizzazione deve essere presentata dai soggetti direttamente interessati o da operatori pubblicitari regolarmente iscritti alla C.C.I.A.A. e non può riguardare contestualmente più di **15 impianti**. Tale limite è derogabile esclusivamente per i seguenti mezzi pubblicitari:
 1. gonfaloni, per i quali il limite è 50;
 2. targhe su palo, per le quali è possibile richiedere, in un'unica istanza, fino ad un massimo di 20 impianti, recanti il medesimo periodo di esposizione;
 3. insegne di esercizio, per le quali il limite è 10;
 4. sui taxi, per i quali il limite è 50.
4. L'autorizzazione è personale e non cedibile, salvo espressa autorizzazione del competente Settore.
5. L'autorizzazione è negata in caso di morosità nel pagamento dell'imposta di pubblicità o del COSAP, definitivamente accertata .

6. L'autorizzazione è negata nei casi di divieto previsti dal presente regolamento per violazione dei criteri di collocamento individuati o per contrasto con il decoro, l'ornato urbano e l'estetica cittadina.
7. L'autorizzazione comunale all'esposizione pubblicitaria è rilasciata facendo salvi gli eventuali diritti di terzi e non esime gli interessati dall'acquisizione del nulla osta di competenza di altri soggetti pubblici o privati.
8. Deve essere previamente ed espressamente autorizzata anche ogni variazione della superficie esposta, delle caratteristiche e delle dimensioni dell'impianto. La dichiarazione di variazione e la comunicazione di cessazione della pubblicità devono essere presentate al competente Settore del Comune.
9. La variazione del messaggio pubblicitario ove non cambino la titolarità, l'ubicazione, la superficie esposta o la tipologia, deve essere comunicata in carta semplice all'Amministrazione comunale allegando la documentazione richiesta.
10. L'autorizzazione ha la durata indicata dal provvedimento autorizzativo in relazione alla tipologia di impianto.
11. Per il rinnovo dell'autorizzazione, rilasciata successivamente all'entrata in vigore del presente regolamento o dichiarata conforme ad esso, dovrà essere presentata istanza di proroga. L'istanza di proroga, redatta sull'apposita modulistica, nel rispetto delle vigenti leggi sul bollo, dovrà riportare il numero di autorizzazione, il tipo di impianto ed essere corredata da una fotografia formato cm. 20x30 ad ampia angolazione, riproducente lo stato attuale dei luoghi ove sono installati gli impianti. All'istanza deve essere allegata copia dell'attestazione di pagamento dell'imposta. La proroga dell'autorizzazione non è concessa se la pubblicità non è conforme alla normativa sopravvenuta. In tal caso si applica la procedura di cui all'art. 42.
12. La pubblicità effettuata in assenza della prescritta autorizzazione è abusiva e come tale sanzionata ai sensi di legge.
13. Il richiedente qualora riceva comunicazione di esito favorevole è tenuto, entro il termine di due giorni lavorativi, a presentare la prescritta dichiarazione di pubblicità con allegata la attestazione dell'avvenuto pagamento dell'imposta e del canone COSAP dovuto, fatta eccezione per le insegne di esercizio per le quali il tempo a disposizione per la dichiarazione di pubblicità è di 90 gg. La presentazione della dichiarazione di pubblicità con allegata attestazione dell'avvenuto pagamento nei termini sopra indicati, è condizione per il rilascio dell'autorizzazione. Il richiedente è tenuto a presentare la

prescritta domanda ai fini dell'ottenimento dell'autorizzazione della stessa, anche qualora l'imposta non sia dovuta.

14. I cartelli "vendesi/affittasi" degli immobili sui quali sono affissi, di superficie non superiore ad un quarto di metro quadrato, non sono soggetti alla presentazione della comunicazione di pubblicità. Per i medesimi cartelli, se di misura superiore ad un quarto di metro quadro, è prevista la preventiva autorizzazione.

15. I termini di conclusione del procedimento per il rilascio della autorizzazione sono i seguenti:

- 30 (trenta) giorni per la pubblicità non superiore a tre mesi;
- 60 (novanta) giorni per tutte le altre tipologie di impianto.

E' escluso in ogni caso il rilascio dell'autorizzazione per l'infruttuoso decorso del termine.

I termini per la conclusione del procedimento decorrono dalla data di ricevimento della domanda corredata dalla documentazione individuata da successivo provvedimento dirigenziale. La richiesta di ulteriore documentazione o chiarimenti sospende i termini. Dalla presentazione della documentazione integrativa o dei chiarimenti riprenderà la decorrenza del termine per concludere il procedimento. Le domande saranno respinte qualora l'interessato non fornisca l'integrazione richiesta entro dieci giorni dalla comunicazione. Nel caso in cui si renda necessario acquisire il provvedimento in deroga al divieto di cui agli artt. 49 e 153 del Codice dei Beni Culturali e del Paesaggio il termine di cui sopra decorre dalla acquisizione di tale provvedimento. I termini per la concessione dell'autorizzazione sono raddoppiati nelle ipotesi di impianti innovativi, di arredo urbano e di quelli previsti dall'art.9.

16. Per quanto riguarda i gonfalon e gli striscioni le domande di autorizzazione dovranno essere presentate tra il sessantesimo e il quindicesimo giorno antecedente la data richiesta per l'esposizione. Per le istanze presentate al di fuori di tali termini il periodo di esposizione decorre dalla data di rilascio dell'autorizzazione.

17. La pubblicità effettuata in ambito ferroviario, ove sia visibile da vie e spazi pubblici, è soggetta ad autorizzazione.

18. La pubblicità di manifestazioni sportive effettuata con segni orizzontali reclamistici non può precedere di oltre ventiquattro ore l'inizio della manifestazione e deve essere rimossa entro le ventiquattro ore successive.

19. In caso di rilascio di autorizzazione di spazi pubblicitari presso cantieri a fronte di interventi su terreni, edifici, monumenti e aree comunali in genere, l'utilizzo dello

spazio pubblicitario è subordinato alla compartecipazione nella misura del 50% dei proventi derivanti dallo sfruttamento pubblicitario da versare secondo quanto concordato di volta in volta da parte dell'operatore pubblicitario. Ai fini del rilascio dell'autorizzazione all'effettuazione della pubblicità su beni di proprietà del Comune deve essere rilasciato espresso e preventivo nulla osta da parte dell'Amministrazione Comunale.

20. La concessione espressa di occupazione di suolo o area pubblica è condizione per il rilascio dell'autorizzazione ad effettuare pubblicità su suolo pubblico e su ponteggi di cantiere e su recinzioni. L'autorizzazione pubblicitaria decade qualora la concessione stessa cessi o venga revocata.
21. All'interno degli ascensori (legge 14 Luglio 1993, n. 235 e del DPR 16 gennaio 1995, n. 42) è ammessa l'esposizione di pubblicità con superficie complessiva massima di 1 mq., con esclusione di proiezioni luminose, anche se intermittenti o in successione, ovvero a mezzo di apparecchi sonori.
22. L'autorizzazione all'installazione di mezzi pubblicitari all'esterno del centro abitato, lungo le strade ed in vista di esse, è rilasciata dagli enti proprietari delle strade secondo le procedure di cui al regolamento di attuazione del Codice della Strada (art. 53 del Regolamento di Esecuzione ed attuazione del codice della strada).

Art. 12. Durata dell'autorizzazione

1. L'autorizzazione ha durata non superiore a tre mesi o tre anni, a seconda della tipologia degli impianti, ad eccezione degli impianti la cui durata è già stabilita in specifiche convenzioni o verrà stabilita in occasione dell'approvazione dei progetti e delle convenzioni. Fanno eccezione gli impianti pubblicitari denominati teli pubblicitari su ponteggi che hanno durata limitata al tempo di autorizzazione del ponteggio e gli impianti posti su recinzioni di cantiere e ponteggi che hanno la durata del cantiere, nonché le insegne di esercizio.

Art. 13. Installazione del mezzo pubblicitario

1. L'installazione del mezzo pubblicitario di tipo triennale deve avvenire, a pena di decadenza, entro il termine di quarantacinque giorni dalla data in cui è stata rilasciata l'autorizzazione.
2. E' fatto obbligo di:
 - a. fissare all'impianto apposita targhetta di identificazione riportante gli estremi dell'autorizzazione ai sensi del Regolamento di attuazione del Codice della Strada e del presente regolamento le cui rappresentazione grafica e dimensionale è riportata in allegato al presente documento;
 - b. mantenere l'impianto pubblicitario e il dispositivo di identificazione in buono stato di manutenzione e conservazione;
 - c. effettuare tutti gli interventi necessari per il mantenimento delle condizioni di sicurezza;
 - d. provvedere alla rimozione di quanto installato ed al ripristino dello stato dei luoghi in caso di scadenza, decadenza o revoca dell'autorizzazione, ovvero per esigenze di pubblico interesse e di utilità pubblica, a seguito di semplice richiesta da parte dal Settore preposto.
3. L'installazione di impianti pubblicitari prima della presentazione dell'istanza e/o del rilascio della prescritta autorizzazione comporta, oltre all'applicazione delle sanzioni amministrative e/o tributarie, il rigetto della relativa istanza sino all'avvenuta rimozione, da parte della ditta interessata, dell'impianto indebitamente installato, ai sensi degli articolo del CAPO VI del presente Regolamento.
4. Gli impianti di cui all'Art. 8 comma 3 e 4 del presente Regolamento, devono essere installati ad un'altezza minima dal suolo di cm 220, misurata dalla cornice o dal bordo inferiore. Tutti gli impianti devono essere comunque installati in modo da non intralciare il passaggio pedonale o recare pericolo per la circolazione veicolare e pedonale.

Art. 14. Manutenzione e Sicurezza

1. I cartelli e gli altri impianti pubblicitari sia opachi che luminosi devono avere sagoma regolare, non generare confusione con la segnaletica stradale, avere le caratteristiche ed essere installati con le modalità prescritte dal Regolamento di esecuzione e di attuazione del Codice della Strada e di quanto stabilito dal presente regolamento e PGIP.
2. I cartelli e gli altri impianti pubblicitari luminosi e non luminosi devono essere realizzati in materiale avente caratteristiche di consistenza, durevolezza, sicurezza e resistenza agli agenti atmosferici e devono risultare rifiniti anche sulla parte retrostante, anche se visibile solo parzialmente alla pubblica vista.
3. Il titolare dell'autorizzazione, all'atto della rimozione, per qualsiasi causa, dell'impianto, è tenuto al ripristino totale dello stato dei luoghi ed al rimborso di tutti i danni eventualmente arrecati.
4. 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. Le cornici, ove previste, devono essere in linea con quanto indicato nel PGIP..
5. Il titolare dell'autorizzazione è obbligato a sollevare o comunque tenere indenne il Comune da qualsiasi azione, pretesa, richiesta, che possa essere avanzata in relazione a concessioni ed autorizzazioni di pubblicità e/o di impianti pubblicitari. Altresì, senza eccezioni o limiti di sorta, è esclusa qualsiasi rivalsa nei confronti del Comune anche sottoforma di ripetizioni di canone.
6. Il titolare è responsabile della sicurezza, del decoro e dello stato di manutenzione dell'impianto e dei relativi supporti, ivi compresi gli eventuali elementi connessi di arredo urbano e di illuminazione. L'Amministrazione comunale è sollevata da responsabilità civile e penale derivante dall'esposizione dei mezzi pubblicitari. Qualora venga accertato che lo stato di manutenzione non sia più rispondente alle esigenze di decoro e/o di statica, e/o sicurezza l'Amministrazione comunale, allorché non vi provveda spontaneamente il titolare nel termine assegnato, revoca l'autorizzazione e provvede alla rimozione d'ufficio dell'impianto, addebitando agli interessati le relative spese.

Art. 15. Limitazioni e Divieti

1. Fermo restando il contingente massimo di pubblicità previsto, l'installazione di impianti pubblicitari deve rispettare le prescrizioni, limitazioni e divieti presenti nel PGIP allegato al presente Regolamento e che ne costituisce parte integrante. L'installazione è comunque vietata nei seguenti casi
- a) su suolo pubblico , salvo autorizzazione espressa;
 - b) in posizioni che interferiscano con la panoramicità dei luoghi soggetti a vincolo, in quanto ne diminuiscono il godimento e le visuali prospettiche nonché in posizioni che interferiscano con la prospettiva degli edifici destinati al culto, ai cimiteri e su eventuali muri di cinta degli stessi;
 - c) in posizioni che, ai sensi del vigente Codice della Strada e regolamento di attuazione, comportino interferenza o copertura visiva di impianti di segnaletica stradale, di numeri civici e targhe viarie, nonché sugli impianti di segnalazione;
 - d) su fregi, cornici, balaustre, inferriate decorate, elementi architettonici in genere inseriti sulle pareti degli edifici anche se non vincolati ai sensi del Codice dei Beni Culturali e del Paesaggio;
 - e) su balconi, ringhiere e parapetti, fatta eccezione per i cartelli "affittasi/vendesì"
 - f) su alberi o con aggancio agli stessi; in caso di copertura del verde o di intralcio allo sviluppo radicale degli alberi e comunque ad una distanza inferiore a mt. 3 (tre) da essenze arboree ed arbustive di ogni tipo;
 - g) in corrispondenza degli incroci, lungo le curve e in tutte le posizioni vietate dal Codice della Strada, sulle barriere di sicurezza, sui salvagente e sugli altri dispositivi laterali di protezione e di segnalamento o comunque in modo tale da pregiudicare la sicurezza della circolazione;
 - h) in posizioni che possano interferire con impianti tecnologici, servizi pubblici o di pubblica utilità;
 - i) allorché possa produrre abbagliamento, attraverso sorgenti luminose e mezzi pubblicitari rifrangenti;
 - j) allorché costituisca ostacolo alla circolazione di persone invalide o con ridotta capacità motoria ai sensi di quanto previsto dal Codice della Strada;
 - k) lungo le strade o in vista di esse qualora per dimensioni, forma, colori, disegno e ubicazione possano ingenerare confusione con la segnaletica stradale, ovvero renderne difficile la comprensione o ridurre la visibilità o l'efficacia, ovvero arrecare disturbo visivo agli utenti della strada o distrarre l'attenzione con conseguente pericolo per la sicurezza della circolazione;

- l) sugli edifici e nei luoghi di interesse storico artistico o in prossimità di essi, ossia posti entro un'area situata ad una distanza inferiore a 50 mt. dal perimetro del bene vincolato, ove non siano previste specifiche zone di rispetto nei provvedimenti statuenti il vincolo e per gli edifici che non occultino la visione del bene sottoposto a vincolo ad altezza d'uomo, ferma restando ogni ulteriore norma più restrittiva da parte della Soprintendenza per i Beni Architettonici e per il Paesaggiosalvo nulla osta della stessa. Inoltre sono eccezionalmente consentite le esposizioni pubblicitarie relative a manifestazioni culturali, sociali ed istituzionali promosse dal Comune e dagli enti pubblici territoriali", che si svolgano all'interno o nelle immediate adiacenze dell'immobile vincolato;
- m) nell'ambito, lungo le strade o in prossimità dei beni paesaggistici, salva autorizzazione dell'ufficio preposto alla tutela del vincolo secondo quanto stabilito all'art. 153 del Codice dei Beni Culturali e del Paesaggio;

Art. 16. Ubicazione degli impianti pubblicitari e Deroghe

- 1. L'installazione degli impianti e mezzi pubblicitari di ogni tipologia, come definiti dall'Art. 7 del presente Regolamento, deve essere conforme alle prescrizioni riportate nel PGIP relative alle zone.
- 2. Fermi restando i divieti stabiliti dal Regolamento di esecuzione e di attuazione del nuovo Codice della Strada e s.m.i., il Comune dispone le deroghe relative alle distanze secondo quanto prescritto nel PGIP per ogni tipologia di impianto pubblicitario, come definito dall'Art. 7 del presente Regolamento

Art. 17. Impianti Innovativi e Tecnicamente avanzati

- 1. L'Amministrazione comunale, anche per promuovere il recupero, la riqualificazione e la valorizzazione di particolari ambiti territoriali, e nell'intento di incentivare l'innovazione tecnologica, potrà autorizzare impianti pubblicitari innovativi che debbono rispettare, in via primaria, canoni di innovazione e tecnologia avanzata e, se a messaggio variabile, previo parere viabilistico della Polizia Locale.

ART. 18 - Progetti Particolari

1. L'Amministrazione comunale, sempre nell'intento di promuovere il recupero e la riqualificazione di particolari ambiti territoriali, potrà consentire l'installazione di impianti pubblicitari secondo progetti specifici. Tali progetti devono essere approvati in conformità alle disposizioni vigenti.
2. In tali ambiti, al fine del miglioramento del decoro urbano e dell'impatto visivo, l'Amministrazione comunale utilizzerà in modo parziale le recinzioni di cantiere per l'affissione di manifesti a condizione che le stesse siano:
 - realizzate con materiale di pregio;
 - illuminate;
 - protette con apposite pellicole antigraffiti;
 - mantenute in perfetto stato di conservazione per tutta la durata del cantiere.
3. Se i progetti di cui al presente articolo rientrano all'interno delle aree A e B di cui al PGIP, è ammessa la collocazione di cartelli ed altri impianti pubblicitari aventi messaggio variabile, fatte salve le prescrizioni previste dal presente regolamento e previo parere viabilistico della Polizia Locale. Per l'approvazione di tali progetti il termine di cui all'articolo 11 è raddoppiato.

Art. 19 - Concessioni

1. Il competente Settore del Comune di Modugno può concedere, in conformità a quanto disposto dal presente Regolamento, la possibilità di installare sul territorio comunale, su beni di proprietà comunale o dati in godimento al Comune o appartenenti al demanio o al patrimonio indisponibile comunale, appositi impianti pubblicitari determinati all'atto della concessione, fra quelli consentiti dal presente regolamento, nonché può concedere a terzi l'utilizzo di impianti pubblicitari di proprietà comunale a canone determinato secondo valori di mercato.
2. La concessione viene rilasciata di norma a seguito dell'espletamento di apposita procedura ad evidenza pubblica. In caso di assegnazione per lotti, la loro composizione verrà stabilita in base a criteri di funzionalità ed economicità. Le condizioni e i criteri di aggiudicazione verranno fissati nei documenti di gara. Alle stesse norme è soggetta la pubblicità effettuata negli impianti sportivi di proprietà comunale, ove già non disciplinata dalla convenzione in corso con il concessionario e fino alla sua scadenza.
3. La concessione comporta:

- a. il pagamento del canone di occupazione di spazi e aree pubbliche (COSAP) se dovuto;
 - b. il pagamento del corrispettivo d'uso del bene di proprietà comunale;
 - c. il pagamento dell'imposta comunale sulla pubblicità;
 - d. il rilascio di congruo deposito cauzionale.
4. La concessione è disciplinata da una apposita convenzione.
5. La concessione è personale e non cedibile. Avrà la durata specificata negli atti di gara e nel provvedimento, in ogni caso non superiore ai tre anni, una sola volta rinnovabili.

CAPO II - INSEGNE DI ESERCIZIO, TARGHE PROFESSIONALI E ALTRI ASSIMILABILI

Art. 20 - Disposizioni generali

1. Le insegne di esercizio sono definite dall'art. 7 comma 1 del presente Regolamento e dagli Artt. 11 e 12 del PGIP che ne definiscono anche le caratteristiche dimensionali e dei materiali.

Sono equiparate alle insegne di esercizio, le iscrizioni che identificano l'attività o l'esercizio cui si riferiscono.

Rientrano nel novero delle insegne di esercizio anche:

- a) avvisi al pubblico superiori al metro quadro quando sono installati nella sede dell'attività;
- b) targa professionale: manufatti rigidi, opachi, monofacciali, di superficie non superiore ai 100 cmq installati all'ingresso della sede dell'attività alla quale si riferisce;
- c) stendardo (se utilizzato come insegna di esercizio): manufatti bifacciali opachi, bidimensionali, realizzati in stoffe e privo di rigidità;
- d) vetrofanie: manufatto in pellicola adesiva da apporre su vetrina;
- e) pubblicità effettuata con veicoli (in conto proprio): manufatti monofacciali non luminosi installati su autovetture ad uso privato ed a titolo non oneroso, utilizzate per il trasporto di persone o cose dell'attività cui si riferiscono;
- f) monitor, schermi, video-wall ed altri impianti innovativi e tecnologicamente avanzati, ancor più se digitali, la cui trasmissione e/o riproduzione di immagini a messaggio variabile è governata "da remoto" mediante strumentazioni informatiche,

consentiti nel rispetto delle condizioni e dei limiti di cui al precedente art. 7 comma 17.

L'ubicazione e l'installazione delle insegne e altri mezzi pubblicitari assimilabili è consentita secondo quanto prescritto dall'Art. 12 del PGIP.

L'ubicazione e l'installazione delle targhe professionali è consentita secondo quanto prescritto dall'Art. 13 del PGIP.

È consentito presentare unica SCIA per l'installazione di insegne di esercizio di edifici distinti purché comunicanti, qualora si riferiscano ad un'unica attività economica. In caso contrario occorre presentare SCIA distinte per ognuno degli edifici indicati. L'autorizzazione delle insegne di esercizio, delle targhe professionali e degli altri mezzi assimilabili, nonché dei manifesti affissi all'interno di esercizi pubblici ed esercizi commerciali, è sostituita da SCIA dell'interessato, corredata dalla attestazione di avere correttamente rispettato le prescrizioni e i divieti previsti, anche in relazione alle modalità di installazione. L'installazione oggetto di SCIA è altresì corredata dell'attestazione del pagamento dell'imposta, se dovuta. L'accertata carenza delle condizioni, modalità e presupposti per l'installazione, comporta la rimozione dell'impianto e l'applicazione delle sanzioni vigenti.

CAPO III - IMPOSTA COMUNALE SULLA PUBBLICITA'

Art. 21 - Presupposto di Imposta - Forme di Pubblicità

1. La diffusione di messaggi pubblicitari effettuata attraverso forme di comunicazione visive o acustiche, diverse da quelle assoggettate al diritto sulle pubbliche affissioni, in luoghi pubblici o aperti al pubblico o che sia da tali luoghi percepibile è soggetta all'imposta sulla pubblicità.
2. Sono rilevanti, per l'applicazione dell'imposta, i messaggi finalizzati a migliorare l'immagine del soggetto pubblicizzato ovvero diffusi, allo scopo di promuovere la domanda di beni o servizi, nell'esercizio di un'attività economica. Tale è da ritenersi lo scambio di beni o la produzione di servizi effettuati nell'esercizio di un'impresa o di arti e professioni, nonché ogni altra attività suscettibile di valutazione economica, anche se esercitata occasionalmente da soggetto che per natura o statuto non si prefigge scopo di lucro.
3. L'avvenuto pagamento dell'imposta non esime il soggetto interessato dall'obbligo di conseguire l'ottenimento dell'autorizzazione o concessione ad effettuare la pubblicità,

che deve essere previamente richiesta ed ottenuta ai sensi dell'art. 11 del presente regolamento.

Art. 22 - Tariffe

1. Le tariffe dell'imposta di pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni sono determinate annualmente con provvedimento della Giunta Comunale, in conformità a quanto stabilito dalla normativa vigente. In caso di mancata adozione della deliberazione annuale si intendono prorogate di anno in anno quelle vigenti.

Art. 23 - Soggetto Passivo

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

Art. 24 - Modalità di applicazione dell'imposta

1. L'imposta sulla pubblicità si determina in base alla superficie della minima figura piana geometrica in cui è circoscritto il mezzo pubblicitario, indipendentemente dal numero di messaggi in esso contenuti. La superficie imponibile del mezzo pubblicitario è data e definita dalla concessione o dall'autorizzazione, al netto di ogni elemento accessorio.
2. Sono esclusi dal calcolo della superficie imponibile i sostegni (piedi, pali, zanche, supporti, ecc.), purché strutturali al mezzo e privi di finalità pubblicitaria.
3. Le superfici inferiori ad un metro quadrato si arrotondano, per eccesso, al metro quadrato e le frazioni di esso, oltre il primo, al mezzo metro quadrato; non si fa luogo ad applicazione di imposta per superfici inferiori a trecento centimetri quadrati.
4. Per il mezzo pubblicitario bifacciale, l'imposta è calcolata in base alla somma delle singole superfici, con un unico arrotondamento finale della superficie complessiva dell'oggetto.
5. Per il mezzo pubblicitario polifacciale, l'imposta è calcolata in base alla superficie complessiva adibita alla pubblicità.

6. Per il mezzo pubblicitario avente dimensioni volumetriche, l'imposta è calcolata in base alla superficie complessiva risultante dallo sviluppo del minimo solido geometrico in cui può essere circoscritto il mezzo.
7. I festoni di bandierine e simili, nonché i mezzi di identico contenuto, ovvero riferibili al medesimo soggetto passivo, collocati in connessione tra di loro, si considerano, agli effetti del calcolo della superficie, come un unico mezzo pubblicitario. Non sono considerati in connessione i mezzi pubblicitari situati in località diverse seppure adiacenti, in quanto si determina una discontinuità percettiva della pubblicità.
8. L'iscrizione pubblicitaria costituita da singole lettere, anche se collocate a distanza tra di loro, è assoggettata ad imposizione in base alla superficie della figura geometrica entro la quale l'iscrizione è circoscritta per l'intero suo sviluppo.
9. Ai fini della determinazione dell'imposta, il calcolo della superficie imponibile deve tenere conto dell'efficacia pubblicitaria di tutta la superficie espositiva e non soltanto di quella occupata da scritte.
10. Le maggiorazioni di imposta, a qualunque titolo previste, sono cumulabili e sono applicate alla tariffa base, le riduzioni non sono cumulabili. Le maggiorazioni dovute per legge si applicano in ragione dell'intera superficie espositiva. Le maggiorazioni relative al formato, previste dall'ultimo comma dell'art. 12 del D.Lgs. 507/1993, si applicano all'intero messaggio pubblicitario e alla totalità della superficie espositiva del relativo impianto, complessivamente considerato.

Art. 25 - Riduzioni ed esenzioni

1. Si applicano le riduzioni ed esenzioni di imposta disciplinate dalla normativa vigente, con particolare riferimento a quanto previsto dal D.Lgs. 507/1993 e successive modificazioni e integrazioni. Le riduzioni d'imposta non si applicano nelle ipotesi disciplinate all'art. 31 - lettera A - parte I.
2. Il patrocinio o la partecipazione dell'ente pubblico territoriale devono essere certificati con atto formale dell'Amministrazione interessata. Per gli enti pubblici appartenenti a Stati esteri, le riduzioni ed esenzioni di imposta sono applicate solo nel caso in cui esistano norme che prevedano analogo trattamento fiscale.

Art. 26 - Dichiarazione di esposizione di mezzo pubblicitari

1. Il soggetto passivo dell'imposta, acquisita la comunicazione di esito favorevole della domanda di effettuazione della pubblicità, è tenuto a presentare al competente Settore comunale apposita dichiarazione, anche cumulativa, con allegata attestazione di pagamento, avvalendosi dell'apposita modulistica disponibile presso il competente Settore del Comune di Modugno.
2. La dichiarazione deve essere presentata anche nei casi di variazione della pubblicità che comportino la modifica della superficie esposta o del tipo di pubblicità effettuata, con conseguente nuova imposizione. Il Comune procede al conguaglio tra l'importo dovuto in seguito alla nuova dichiarazione e quello pagato per lo stesso periodo.
3. Il Comune di Modugno può individuare con apposito provvedimento i casi nei quali è possibile pervenire a una semplificazione dell'obbligo dichiarativo, anche mediante adozione di idonei strumenti informatici.

Art. 27 - Pagamento dell'imposta sulla pubblicità

1. Il pagamento dell'imposta deve essere effettuato prima di iniziare la pubblicità, mediante versamento a mezzo di apposito conto corrente postale messo a disposizione dal Comune, oppure mediante versamento tramite bonifico bancario o altre modalità autorizzate dalla legge. Il pagamento deve essere effettuato con arrotondamento all'euro per difetto se la frazione è inferiore o uguale a 49 centesimi, ovvero per eccesso se superiore a detto importo.
2. Il mancato pagamento dell'imposta entro i termini fissati dalla legge e dal presente regolamento comporta la decadenza dal provvedimento di autorizzazione o concessione ad effettuare la pubblicità.
3. L'interessato deve conservare l'autorizzazione alla pubblicità e la ricevuta comprovante i pagamenti eseguiti, da esibire su richiesta del personale di vigilanza e controllo del Comune. Se l'autorizzazione ed i pagamenti si riferiscono a pubblicità effettuata con veicoli o in forma ambulante, tale documentazione deve essere a bordo del veicolo o in possesso della persona ambulante. In caso di più veicoli o persone, ciascuno deve essere munito di fotocopia dei documenti autorizzativi.
4. La riscossione coattiva dell'imposta è effettuata secondo le disposizioni del D.Lgs. 46/1999 e del D.Lgs. 112/1999 e successive modificazioni e integrazioni. 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. 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.

Art. 28 - Rettifica ed Accertamento d'Ufficio

1. Alla rettifica delle dichiarazioni incomplete o infedeli o dei parziali o ritardati versamenti, nonché all'accertamento d'ufficio delle omesse dichiarazioni o degli omessi versamenti, si procede mediante notifica al contribuente, anche a mezzo posta con raccomandata con avviso di ricevimento, di un apposito avviso motivato. Gli avvisi di accertamento in rettifica e d'ufficio devono essere notificati, a pena di decadenza, entro il 31 dicembre del quinto anno successivo a quello in cui la dichiarazione o il versamento sono stati o avrebbero dovuto essere effettuati. Entro gli stessi termini devono essere contestate o irrogate le sanzioni amministrative tributarie.
2. Gli avvisi di accertamento in rettifica e d'ufficio devono essere motivati in relazione ai presupposti di fatto ed alle ragioni giuridiche che li hanno determinati; se la motivazione fa riferimento ad un altro atto non conosciuto né ricevuto dal contribuente, questo deve essere allegato all'atto che lo richiama, salvo che quest'ultimo non ne riproduca il contenuto essenziale. Gli avvisi devono contenere, altresì, l'indicazione dell'ufficio presso il quale è possibile ottenere informazioni complete in merito all'atto notificato, del responsabile del procedimento, dell'organo o dell'autorità amministrativa presso i quali è possibile promuovere un riesame anche nel merito dell'atto in sede di autotutela, delle modalità, del termine e dell'organo giurisdizionale cui è possibile ricorrere, nonché il termine di sessanta giorni entro cui effettuare il relativo pagamento. Gli avvisi sono sottoscritti dal funzionario designato per la gestione del tributo.
3. Avverso gli avvisi di accertamento in rettifica e d'ufficio è ammesso ricorso alla Commissione Tributaria Provinciale entro sessanta giorni dalla data di notifica dell'atto, secondo quanto previsto dal D.Lgs. 546/1992 e successive modificazioni e integrazioni.

CAPO IV - SERVIZIO PUBBLICHE AFFISSIONI

Art. 29 - SERVIZIO DELLE PUBBLICHE AFFISSIONI

1. Il servizio delle pubbliche affissioni, istituito e disciplinato con le norme del presente Capo IV, è diretto a garantire a cura del Comune l'affissione, su appositi impianti, di manifesti aventi finalità istituzionali, sociali o comunque privi di rilevanza economica ovvero di messaggi diffusi nell'esercizio di attività economiche. Esso è obbligatorio ed è di esclusiva competenza del Servizio Affissioni del Comune di Modugno.

Art. 30 - Affissioni manifesti istituzionali e privi di rilevanza commerciale

1. Rientrano nella fattispecie le affissioni di natura istituzionale, di natura culturale, sportiva, sociale, manifesti funebri o comunque prive di natura commerciale, effettuate dal Servizio Affissioni per adempiere ad obblighi di legge, per comunicazioni ritenute dall'Amministrazione comunale di pubblico interesse, su richiesta di altri soggetti pubblici. Per le affissioni di manifesti istituzionali e privi di rilevanza commerciale, ivi inclusi quelli dei soggetti di cui all'art. 20, comma "b", del D.Lgs. 507/93, sono riservati 300 mq degli spazi in uso al Servizio pubbliche affissioni.

Art. 31 - Affissione manifesti commerciali

1. Rientrano nella fattispecie le affissioni di natura commerciale o comunque aventi rilevanza economica, effettuate dal Servizio Affissioni su istanza di soggetti privati.

Art. 32 - Diritto sulle pubbliche affissioni

1. Per l'effettuazione del servizio delle pubbliche affissioni è dovuto al Comune, in solido da chi richiede il servizio e da colui nell'interesse del quale il servizio è richiesto, un diritto comprensivo dell'imposta sulla pubblicità.
2. Le disposizioni previste per l'imposta sulla pubblicità si applicano, per quanto compatibili, anche al diritto sulle pubbliche affissioni.
3. Per ottenere il servizio gli interessati devono presentare al Servizio Affissioni apposita richiesta scritta, con l'indicazione dei dati del committente (nome e cognome o ragione sociale, domicilio fiscale, codice fiscale), del numero e formato dei manifesti, del titolo del manifesto, della data di inizio e durata dell'affissione e contestualmente

comprovare di avere effettuato il pagamento dei relativi diritti. Tale richiesta deve pervenire almeno cinque giorni lavorativi prima della data prevista per l'affissione.

4. Qualora la richiesta non venga effettuata di persona ma pervenga per corrispondenza o via fax, l'accettazione è soggetta alla riserva di accertamento della disponibilità degli spazi. In ogni caso l'affissione potrà essere eseguita soltanto dopo l'avvenuto pagamento dei relativi diritti.
5. Il pagamento del diritto sulle pubbliche affissioni deve essere effettuato contestualmente alla richiesta del servizio, ed il relativo bollettino o altra prova documentale dell'avvenuto pagamento va allegato alla presentazione della domanda di affissione a cui si riferisce.
6. La differenza tra il Diritto sulle Pubbliche Affissioni introitato e il costo sostenuto dalla Amministrazione comunale per l'espletamento del servizio di affissione è utilizzato dal Settore Pubblicità e Servizi Ambientali per il rifacimento degli impianti per le affissioni del Comune di Modugno.

Art. 33 - Riduzioni ed Esenzioni

1. Si applicano le riduzioni ed esenzioni dei diritti per le pubbliche affissioni disciplinate dalla normativa vigente con particolare riferimento a quanto previsto dal D.Lgs. 507/93 e successive modificazioni ed integrazioni con le seguenti precisazioni:
 - a. relativamente alle riduzioni, per i manifesti di comitati, associazioni, fondazioni ed ogni altro ente che non abbia scopo di lucro e che risulti iscritto nell'anagrafe unica delle Organizzazioni Non Lucrative di Utilità Sociale (ONLUS), ai sensi dell'art. 11 del D.Lgs. 4 dicembre 1997, n. 460.

Nel caso in cui il soggetto pubblicizzato, pur essendo iscritto nell'anagrafe unica delle ONLUS, non sia l'unico o principale promotore dell'evento, il diritto sulle pubbliche affissioni non è ridotto alla metà nei seguenti casi:

 - I. quando dall'impostazione grafica del manifesto o dal tipo di messaggio pubblicizzato emerge il concorso prevalente di società o sponsor commerciali, le cui citazioni appaiano visivamente più importanti rispetto a quelle dell'ente promotore;
 - II. il messaggio contenuto nei manifesti sia diffuso nell'esercizio di un'attività economica al fine di promuovere la domanda di beni o servizi o di migliorare l'immagine del soggetto pubblicizzato;

- III. quando la natura dell'evento non sia attinente allo scopo sociale dell'ente così come risulta dallo statuto degli enti senza scopo di lucro.
- b. Relativamente alle esenzioni, per i manifesti concernenti corsi scolastici e professionali gratuiti, regolarmente autorizzati. Il soggetto richiedente deve allegare alla richiesta copia dei documenti dai quali risulta che i corsi sono gratuiti e regolarmente autorizzati dall'autorità competente.

Art. 34 - Modalità per le pubbliche affissioni

1. Le pubbliche affissioni devono essere effettuate secondo l'ordine di precedenza risultante dal ricevimento della richiesta, che verrà cronologicamente annotata in apposito registro. Le istanze pervenute per posta o via fax verranno considerate pervenute successivamente a quelle presentate direttamente allo sportello nel medesimo giorno. Per le sole affissioni di natura commerciale e per quelle per le quali il diritto è corrisposto in misura ridotta, occorre osservare le seguenti prescrizioni:
 - a. la prenotazione di spazi pubblicitari non può essere effettuata prima dei tre mesi a far data dall'inizio della prevista affissione e le richieste devono pervenire almeno 20 giorni lavorativi antecedenti al giorno richiesto per l'esposizione (corredate dell'avvenuto pagamento), fatta salvo eventuale disponibilità di spazi;
 - b. per ogni singola campagna pubblicitaria può essere prenotato un quantitativo massimo non superiore ai 50 fogli, formato 70x100, per una durata di esposizione minima di 10 giorni;
 - c. il messaggio non potrà essere sostituito nel corso dell'affissione programmata nel circuito c.d. volante, eventuali variazioni di messaggio anche parziale darà luogo ad una nuova richiesta, non sostitutiva della precedente
2. Le eventuali applicazioni di adesivi, strisce e similari sul manifesto già affisso, sono considerate nuove e distinte affissioni e pertanto sono assoggettate al pagamento del relativo diritto. La richiesta di apposizione di una striscia contestualmente all'affissione di un manifesto è assoggettata al pagamento del diritto pari alla tariffa prevista per i primi 10 giorni, senza applicazione delle maggiorazioni per il periodo di cui al D.Lgs. 507/9323.
3. Il materiale da affiggere deve essere consegnato al Servizio Affissioni non oltre il quinto giorno lavorativo precedente a quello previsto per l'affissione. La mancata

consegna del materiale nel predetto termine farà slittare l'affissione sino alla prima data disponibile.

4. I manifesti dovranno essere esclusivamente di materiale cartaceo e comunque di tipologia che necessiti delle normali tecniche operative di affissione, con l'esclusione dell'utilizzo di colle speciali a particolare tenuta.
5. La durata dell'affissione decorre dal giorno in cui la stessa è stata completamente eseguita. Una volta eseguita l'affissione, su richiesta del committente, il Comune o l'affidatario nel caso di affidamento a terzi, metterà a disposizione l'elenco delle posizioni e l'indicazione dei quantitativi affissi.
6. Sono ammesse proroghe alle affissioni già eseguite esclusivamente nei casi in cui siano disponibili gli impianti. Contestualmente al pagamento dei diritti dovuti, tali istanze dovranno essere prodotte al Servizio Affissioni nel termine di cinque giorni precedenti la scadenza del periodo prenotato.
7. È possibile richiedere lo spostamento di una affissione prenotata per una determinata data compatibilmente con le disponibilità di spazi relative alla nuova data prescelta. In tutti i casi, se lo spostamento è dovuto per volontà del committente, la richiesta viene considerata nuova e distinta affissione e conseguentemente i diritti dovuti potranno essere compensati con l'importo da rimborsare per l'affissione annullata, nei limiti previsti dal D.Lgs. 507/93.
8. Il ritardo nell'effettuazione delle affissioni, causato dalle avverse condizioni atmosferiche, si considera alla stregua di qualsiasi altro evento di forza maggiore. Qualora il ritardo sia superiore a dieci giorni dalla data richiesta, il Comune o l'affidatario deve darne tempestiva comunicazione per iscritto al committente.
9. La mancanza di spazi disponibili deve essere comunicata al committente per iscritto, entro dieci giorni dalla richiesta di affissione, purché la prenotazione sia stata effettuata con sufficiente anticipo.
10. Nei casi di cui ai precedenti commi 8 e 9, il committente può annullare la commissione senza alcun onere a suo carico. Il Comune o l'affidatario è tenuto al rimborso, entro novanta giorni, delle somme versate.
11. Il committente ha facoltà di richiedere l'annullamento della richiesta di affissione prima che la stessa venga eseguita, con l'obbligo, in ogni caso, di corrispondere contestualmente la metà del diritto dovuto.
12. Il Comune sostituisce gratuitamente i manifesti strappati o comunque dolosamente deteriorati; qualora non disponga di altri esemplari dei manifesti da sostituire, deve

darne tempestiva comunicazione al richiedente, mantenendo, nel frattempo, a disposizione dello stesso spazi idonei al ripristino. In ogni altro caso il pagamento si intende effettuato a titolo definitivo, esauendo completamente il rapporto impositivo e fatto salvo per il committente il diritto di mantenere esposto il materiale pubblicitario per tutto il periodo indicato.

13. Per consentire il mantenimento dell'efficacia delle affissioni eseguite, il committente può fornire, all'atto dell'invio e della presentazione della commissione, unitamente alla consegna dei manifesti nel numero per il quale si richiede l'affissione, anche una scorta di ricambio, a seconda della durata delle affissioni medesime. Allorché si verifichi l'esigenza della sostituzione dei manifesti affissi e non si disponga di scorta, il Servizio Affissioni, ne da comunicazione al richiedente, anche via fax. Il Comune, fatto salvo l'adempimento dell'obbligo di sostituzione non assume alcuna responsabilità per i danni eventualmente arrecati da terzi ai manifesti già affissi. I manifesti pervenuti per l'affissione senza la relativa commissione formale, così come quelli forniti in eccedenza, verranno conservati per non più di dieci giorni decorsi i quali verranno eliminati senza ulteriore avviso.
14. Per le affissioni richieste con urgenza ovvero per il giorno in cui è stato consegnato il materiale da affiggere oppure entro i due giorni successivi, se trattasi di affissioni di contenuto commerciale, ovvero per le ore notturne dalle 20,00 alle 7,00 o nei giorni festivi, è dovuta la maggiorazione del 10 per cento del diritto, con un minimo di Euro 26,00 per ciascuna commissione. Le eventuali affissioni da effettuarsi nei giorni prefestivi saranno assoggettate alla maggiorazione del 10 per cento del diritto qualora le stesse non siano state richieste con anticipo di almeno 20 giorni lavorativi.
15. Gli Uffici del Servizio Affissioni non sono aperti nei giorni festivi, prefestivi e nelle ore notturne.
16. Negli Uffici del Servizio Affissioni o presso l'affidatario devono essere esposti, per la pubblica consultazione, le tariffe del servizio e messo a disposizione l'elenco degli spazi destinati alle pubbliche affissioni, con l'indicazione delle categorie alle quali detti spazi appartengono, ed il registro cronologico delle commissioni.
17. Eventuali reclami in ordine alle modalità di effettuazione dell'affissione dovranno essere presentati per iscritto al Servizio affissioni entro e non oltre la scadenza del termine di validità dell'affissione.
18. La mancata presentazione nei termini del reclamo costituisce accettazione delle modalità di esecuzione del servizio, nonché la rinuncia ad ogni pretesa.

19. Il Comune può sospendere l'affissione di manifesti il cui contenuto appaia in contrasto con disposizioni di legge, o possa arrecare turbamento alla sensibilità pubblica, in attesa che gli Organi competenti esprimano il loro parere.
20. L'eventuale giacenza di manifesti protrattasi oltre 1 anno solare dalla data della richiesta di affissione, sarà smaltita dall'Amministrazione comunale, senza alcuna comunicazione.

Art. 35 - Affidamento a terzi dell'espletamento materiale del servizio

1. L'Amministrazione comunale può affidare a terzi la materiale affissione e deaffissione dei manifesti, ai sensi della normativa vigente.
2. Il Comune si riserva le seguenti funzioni:
 - controllo dei diritti versati e delle corrette modalità di svolgimento dell'attività affidata;
 - verifica e controllo della tempestiva e regolare affissione di manifesti aventi finalità istituzionali, sociali e commerciali.

Art. 36 - Servizi pubblici concessi a terzi

1. L'Amministrazione comunale può concedere a soggetti terzi, nel rispetto della normativa vigente, l'utilizzo di impianti di pubblica affissione a fini pubblicitari, mediante lo svolgimento di apposita procedura ad evidenza pubblica.
2. La concessione è disciplinata da un'apposita convenzione, nella quale devono essere precisati il numero e l'ubicazione degli impianti concessi, la durata della concessione, l'entità della cauzione ed il corrispettivo annuo dovuto al Comune, nonché tutte le altre condizioni necessarie per un corretto rapporto. Il pagamento del corrispettivo non esime dal pagamento dell'imposta sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni.
3. Il rapporto di concessione ha termini e durata certa, comunque non superiore ai cinque anni, con espresso divieto di tacito rinnovo alla scadenza.

CAPO V - NORME COMUNI ALL'IMPOSTA SULLA PUBBLICITA' E AL DIRITTO SULLE PUBBLICHE AFFISSIONI

Art. 37 - Vigilanza sulla pubblicità

1. Il Comune vigila sulla corretta osservanza delle disposizioni legislative e regolamentari che disciplinano l'effettuazione della pubblicità.
2. Ferme restando le competenze degli addetti al Corpo di Polizia Locale, l'attività di vigilanza è svolta dal competente Settore sull'intero territorio del Comune di Modugno, cui competono funzioni di controllo e tutti i poteri di rilievo e di accertamento e contestazione necessari per l'applicazione delle sanzioni amministrative previste per legge e dal presente regolamento. I compiti di vigilanza potranno essere svolti da personale ausiliario adeguatamente formato ed incaricato a norma di legge.
3. Il personale di vigilanza, è tenuto ad eseguire sopralluoghi ed accertamenti in luoghi pubblici, aperti al pubblico o privati, per l'irrogazione delle sanzioni di cui agli artt. 23 e 24 del D.Lgs. n. 507/93.

CAPO VI - SANZIONI

Art. 38 - Sanzioni amministrative

1. L'installazione abusiva di qualsiasi mezzo pubblicitario, le installazioni effettuate - per tipologia, misura, posizione, caratteristiche tecniche, in maniera difforme dall'autorizzazione, l'affissione abusiva di manifesti, locandine o altro materiale cartaceo, effettuata con qualsiasi materiale idoneo al fissaggio, sia in qualsiasi luogo soggetto a pubblico passaggio e su qualsiasi tipo di supporto sia su impianti di affissione di proprietà comunale e le violazioni di ogni norma del presente Regolamento e dei relativi allegati nonché del D.Lgs. 507/93, sono sottoposte all'applicazione delle sanzioni amministrative di cui al D.Lgs. 507/93 e succ. modifiche, nel rispetto delle disposizioni contenute nella legge 689/81.
L'ordinanza-ingiunzione è emessa entro e non oltre il termine di cinque anni dal giorno in cui è stato notificato il verbale di accertamento della violazione e comunque nel termine di cui legge 689/81, fatti salvi gli effetti interrottivi della prescrizione.
2. L'affissione abusiva negli spazi riservati o in altri spazi di manifesti privi di timbratura del Servizio Affissioni comporterà la copertura e/o la rimozione degli stessi.

3. Ai sensi del D.Lgs. 507/93, il verbale deve essere notificato al trasgressore, ovvero al soggetto pubblicizzato, salvo prova contraria, entro 150 (centocinquanta) giorni dall'accertamento e riportare gli estremi della violazione. Il verbale di accertamento della violazione contiene altresì l'intimazione al trasgressore a rimuovere l'impianto pubblicitario abusivo entro il termine di 10 giorni, decorrenti dalla data di notifica del verbale stesso in caso di pubblicità di durata superiore a tre mesi e entro il termine di 3 giorni per la pubblicità di durata inferiore. Nel caso in cui l'installazione dei cartelli, delle insegne di esercizio o di altri mezzi pubblicitari sia realizzata su suolo demaniale ovvero patrimoniale del comune, o nel caso in cui la loro ubicazione lungo le strade e le fasce di pertinenza costituisca pericolo per la circolazione in quanto in contrasto con le disposizioni contenute nel Codice della Strada e nel presente Regolamento, il Comune esegue senza indugio la rimozione del mezzo, addebitando al trasgressore le spese relative.
4. I supporti (tralicci di sostegno, pali, zanche, cassoni illuminati, telai, quadri per affissioni e relative pertinenze) degli impianti pubblicitari abusivi devono essere rimossi unitamente alla pubblicità. L'ordine di rimozione comporta l'obbligo del ripristino dello stato dei luoghi.
5. Il Comune procede d'ufficio alla rimozione dell'impianto abusivo qualora non vi provveda direttamente il trasgressore, con addebito delle spese relative a carico dello stesso e nel caso di affissione a carico dei soggetti per conto dei quali gli stessi sono stati affissi, salvo prova contraria. Il Comune non risponde di eventuali danni conseguenti alle operazioni di rimozione.
6. Il mezzo pubblicitario rimosso d'ufficio è depositato in appositi spazi. Le spese per la rimozione ed il deposito sono quantificate e richieste con atto del dirigente competente. Il Comune non risponde di eventuali danni né in caso di deterioramento, furto o smarrimento.
7. I mezzi pubblicitari esposti abusivamente, rimossi d'ufficio e depositati in appositi spazi, possono essere sequestrati ai sensi del D.Lgs. 507/93, a garanzia del pagamento dell'imposta sulla pubblicità, delle indennità, delle sanzioni e di ogni altro eventuale debito, ivi comprese le spese di rimozione, di custodia, di smaltimento e degli interessi maturati. Possono altresì essere sottoposti a confisca, ai sensi della l. 689/81.
8. Entro e non oltre il termine di sessanta giorni dalla data di avvenuta rimozione, su richiesta del responsabile dell'esposizione abusiva potrà essere effettuata la

restituzione del mezzo pubblicitario, a condizione che il responsabile stesso estingua l'intero debito di cui al precedente comma o versi preventivamente congrua cauzione nella misura stabilita nella comunicazione stessa. Trascorso inutilmente il suddetto termine, i mezzi pubblicitari verranno considerati abbandonati. Il Comune ne potrà decidere l'utilizzo o la distruzione ponendo, nel secondo caso, a carico del trasgressore le spese di smaltimento e distruzione.

9. La rimozione degli impianti pubblicitari deve avvenire entro le 24 ore successive la data di scadenza dell'autorizzazione. In mancanza, si procederà d'ufficio con addebito delle relative spese, oltre l'applicazione delle sanzioni di legge.
10. In caso di installazione e/o esposizione abusiva il Comune, indipendentemente dalla procedura di rimozione e dall'applicazione delle sanzioni amministrative provvederà ad effettuare la tempestiva copertura della pubblicità, in modo che sia privata di efficacia pubblicitaria, anche con scritte "pubblicità abusiva" e/o "pubblicità non autorizzata su impianto abusivo", ovvero la deaffissione dei manifesti abusivi, procedendo successivamente al recupero delle somme dovute, rifacendosi, ove non possibile altrimenti, anche nei confronti dei committenti del messaggio pubblicitario.
11. La deaffissione o il danneggiamento dei manifesti di copertura della pubblicità abusiva configura gli estremi della fattispecie di cui all'art. 664 del codice penale, salvo che il fatto non integri il più grave reato di lesione del regolare funzionamento dell'attività amministrativa e del prestigio degli organi pubblici.
12. Ove il responsabile della esposizione abusiva non adempia al pagamento delle spese nel termine indicato nella richiesta, al debito relativo si applicherà la procedura per la riscossione coattiva.
13. I proventi delle sanzioni amministrative sono devoluti al Comune e destinati al potenziamento e miglioramento del servizio e dell'impiantistica comunale, nonché alla redazione ed aggiornamento del PGIP, ai sensi D.Lgs. 507/93.
14. In caso di più violazioni compiute dallo stesso soggetto con lo stesso mezzo pubblicitario o con più mezzi, si applica una sanzione distinta per ogni singola violazione per ciascun mezzo.

Art. 39 - Sanzioni tributarie ed interessi mora

1. Per quanto riguarda la disciplina delle sanzioni tributarie e degli interessi di mora si applica la normativa vigente, con particolare riferimento a quanto previsto dal D.Lgs. n.

507/93 e successive integrazioni e modificazioni. Non sostituisce la dichiarazione di pubblicità che si considera comunque omessa ai fini dell'applicazione delle sanzioni previste, alcuna comunicazione effettuata in modo difforme da quella indicata dal presente regolamento.

Art. 40 - Revoca

1. L'autorizzazione e l'eventuale concessione, qualora la pubblicità sia fatta su suolo pubblico o beni comunali, è revocata quando:
 - a. la permanenza dell'impianto contrasti con sopravvenute esigenze di interesse pubblico;
 - b. l'impianto pubblicitario rechi grave pregiudizio o rappresenti imminente pericolo a persone o cose;
 - c. l'impianto pubblicitario sia di impedimento alla regolare circolazione di veicoli e pedoni o all'esecuzione di lavori pubblici o di pubblico interesse;
 - d. l'autorizzazione è stata rilasciata sulla base di elementi o dichiarazioni false o non veritiere;
 - e. in caso di mancato utilizzo del mezzo pubblicitario per un periodo continuativo di tre mesi;
 - f. qualora venga accertato che lo stato di manutenzione non sia più rispondente alle esigenze di decoro e/o statica e/o sicurezza.
2. Contestualmente alla revoca, l'Amministrazione comunale, salvo il caso in cui l'impianto costituisca pericolo per la circolazione, dà comunicazione al titolare dell'autorizzazione del termine per procedere spontaneamente alla rimozione, scaduto il quale, provvederà alla rimozione d'ufficio.

Art. 41 - Decadenza

1. Sonocause di decadenza dell'autorizzazione e dell'eventuale concessione:
 - a. la violazione di norme di legge, del presente Regolamento, del Piano Generale degli Impianti e del regolamento COSAP, nonché delle prescrizioni impartite dal Comune in ordine all'installazione, alla manutenzione, alla sicurezza ed al decoro dell'impianto;

- b. la mancata installazione dell'impianto pubblicitario entro i termini previsti dal presente regolamento;
 - c. la rinuncia espressa con documentazione dell'avvenuta rimozione dell'impianto;
 - d. il mancato pagamento dell'imposta e di altre somme a qualunque titolo dovute;
 - e. La mancata presentazione della dichiarazione di conformità di cui alle disposizioni finali e transitorie o il mancato adeguamento dell'impianto.
2. Contestualmente alla decadenza l'Amministrazione comunale dà comunicazione al titolare dell'autorizzazione del termine per procedere spontaneamente alla rimozione, scaduto il quale, provvederà alla rimozione d'ufficio. Le relative spese sono addebitate al titolare.

Art. 42 - Rimozione e rinuncia

1. Costituisce obbligo della rimozione integrale dell'impianto e dei suoi supporti nonché di ripristino dello stato dei luoghi, oltre alla scadenza dell'autorizzazione, la:
- a. denuncia di cessazione della pubblicità, che va espressamente presentata su apposita modulistica al competente Settore entro il 31 gennaio, corredata di tutti i dati identificativi del mezzo;
 - b. la revoca dell'autorizzazione;
 - c. la decadenza dell'autorizzazione
2. La rinuncia ad una esposizione regolarmente autorizzata comporta:
- il pagamento dell'imposta e di tutti gli oneri comunque dovuti, oltre alle spese di istruttoria della domanda da quantificare con separata determinazione dirigenziale. Il mezzo pubblicitario rimosso d'ufficio è depositato in appositi locali dell'amministrazione comunale. Su richiesta dell'interessato, da inoltrarsi entro trenta giorni dalla rimozione, il mezzo rimosso potrà essere restituito previo pagamento delle spese sostenute. In mancanza di richiesta entro tale termine e del pagamento del dovuto, il mezzo potrà essere distrutto.

CAPO VII - DISPOSIZIONI FINALI

Art. 43 - Disposizioni finali e transitorie

1. Gli impianti pubblicitari installati nel territorio cittadino sono sottoposti a verifica di conformità alle prescrizioni del presente regolamento.

2. La presentazione della dichiarazione di conformità alle prescrizioni presenti nel PGIP entro il 30 giugno 2020 è condizione per il rilascio del nuovo titolo autorizzativo e per la sua efficacia.
3. La dichiarazione di conformità per impianti già installati in assenza di titolo autorizzativo non dà diritto alla regolarizzazione dell'impianto che dovrà comunque essere rimosso.
4. Gli impianti non conformi dovranno essere rimossi entro 60 giorni dall'entrata in vigore del presente Regolamento, in quanto abusivi.
5. L'entrata in vigore del presente Regolamento abroga il precedente.