



CITTÀ DI POTENZA

REGOLAMENTO COMUNALE PER LA PUBBLICITÀ E LE INSTALLAZIONI PUBBLICITARIE

Regolamento approvato con deliberazione del Consiglio Comunale n. 10 del 7.2.2015, modificato con Delibere di Consiglio Comunale n. 49 del 22.4.2015, n. 91 del 5.10.2016, n. 22 del 20.3.2017 e n. 97 del 29.7.2020.

INDICE

TITOLO I - DISPOSIZIONI GENERALI.....	6
CAPO I - DISCIPLINA DELLA PUBBLICITÀ ESTERNA	6
ARTICOLO 1 - OGGETTO DEL REGOLAMENTO	6
ARTICOLO 2 - REGISTRO DEGLI OPERATORI DI PUBBLICITÀ ESTERNA.....	6
ARTICOLO 3 - PIANO REGOLATORE DELLE INSTALLAZIONI PUBBLICITARIE.....	7
ARTICOLO 4 - CLASSIFICAZIONE DELLE TIPOLOGIE PUBBLICITARIE..	8
ARTICOLO 5 - ZONIZZAZIONE	9
TITOLO II - IMPIANTI E MEZZI PUBBLICITARI.....	10
CAPO I - CARATTERISTICHE GENERALI.....	10
ARTICOLO 6 - CARATTERISTICHE TECNICHE E CRITERI STRUTTURALI.....	10
ARTICOLO 7 - DISCIPLINA GENERALE DI INSERIMENTO E DEROGHE.	10
ARTICOLO 8 - CONDIZIONI E LIMITI PARTICOLARI	12
CAPO II - INDICAZIONI DI ESERCIZIO.....	14
ARTICOLO 9 - NORME COMUNI.....	14
ARTICOLO 10 - INSEGNE FRONTALI	14
ARTICOLO 11 - INSEGNE A BANDIERA O VERTICALI	15
ARTICOLO 12 - INSEGNE SU PALI.....	16
ARTICOLO 13 - TOTEM.....	17
ARTICOLO 14 - TARGHE MURARIE.....	17
ARTICOLO 15 - BACHECHE.....	17
ARTICOLO 16 - VETROFANIE.....	18
ARTICOLO 17 - TENDE SOLARI	18
ARTICOLO 18 - STRUTTURE MOBILI.....	19
CAPO III - IMPIANTI PER AFFISSIONI.....	19
ARTICOLO 19 - IMPIANTI PER AFFISSIONI	19
ARTICOLO 20 - LIMITI ALLE SUPERFICI DEGLI IMPIANTI AFFISSIONISTICI.....	20
ARTICOLO 21 - PUBBLICHE AFFISSIONI.....	20
ARTICOLO 22 - PUBBLICHE AFFISSIONI PRIVE DI RILEVANZA ECONOMICA.....	20
ARTICOLO 23 - PUBBLICHE AFFISSIONI DI MANIFESTI FUNEBRI.....	21

ARTICOLO 24 - PUBBLICHE AFFISSIONI COMMERCIALI	21
ARTICOLO 25 - AFFISSIONI DIRETTE.....	21
CAPO IV - IMPIANTI PUBBLICITARI COMUNI.....	22
ARTICOLO 26 - DISCIPLINA GENERALE	22
ARTICOLO 27 - CARTELLONISTICA	23
ARTICOLO 28 - MEGAPOSTER	23
ARTICOLO 29 - IMPIANTI A MESSAGGIO VARIABILE.....	23
CAPO V - IMPIANTI PUBBLICITARI DI SERVIZIO	24
ARTICOLO 30 - DEFINIZIONE.....	24
ARTICOLO 31 - INDICAZIONI DIREZIONALI.....	24
ARTICOLO 32 - INDICAZIONI VIARIE.....	25
ARTICOLO 33 - TRANSENNE PARAPEDONI	25
ARTICOLO 34 - ARREDO URBANO	26
ARTICOLO 35 - ISOLE VERDI	26
ARTICOLO 36 - IMPIANTI DI SERVIZIO LEGATI ALLA MOBILITÀ URBANA	26
ARTICOLO 37 - SISTEMI DI ILLUMINAZIONE COMPLEMENTARE	27
ARTICOLO 38 - IMPIANTI A MESSAGGIO VARIABILE.....	27
ARTICOLO 39 - STRUTTURE COMUNICATIVE URBANE	27
ARTICOLO 40 - CONVENZIONE	27
ARTICOLO 41 - IMPIANTI IN GESTIONE PER LA MOBILITÀ URBANA	28
CAPO VI - INSTALLAZIONI TEMPORANEE	28
ARTICOLO 42 - INSTALLAZIONI TEMPORANEE.....	28
ARTICOLO 43 - SEGNI ORIZZONTALI RECLAMISTICI	29
ARTICOLO 44 - LIMITI TEMPORALI.....	29
CAPO VII - PUBBLICITA' ITINERANTE.....	30
ARTICOLO 45 - DEFINIZIONE.....	30
ARTICOLO 46 - PUBBLICITÀ SUI VEICOLI IN CONTO PROPRIO	30
ARTICOLO 47 - PUBBLICITÀ SUI VEICOLI PER CONTO TERZI	30
ARTICOLO 48 - PUBBLICITÀ FONICA.....	31
ARTICOLO 49 - PUBBLICITÀ AMBULANTE	32
CAPO VIII - TITOLI ABILITATIVI.....	32
ARTICOLO 50 - ATTIVITÀ PUBBLICITARIA LIBERA	32
ARTICOLO 51 - NULLAOSTA.....	34
ARTICOLO 52 - AUTORIZZAZIONE	34

ARTICOLO 53 - PROCEDIMENTO IN SANATORIA PER INDICAZIONI DI ESERCIZIO	35
ARTICOLO 54 - CONCESSIONE	35
ARTICOLO 55 - SOGGETTI TITOLATI ALLA RICHIESTA DI TITOLI ABILITATIVI.....	36
ARTICOLO 56 - DOCUMENTAZIONE	36
ARTICOLO 57 - DIRITTI DI PROGETTAZIONE E VERIFICA	38
ARTICOLO 58 - VALIDITÀ DEI TITOLI ABILITATIVI	39
ARTICOLO 59 - OBBLIGHI DEL TITOLARE DEL TITOLO ABILITATIVO	40
ARTICOLO 60 - DECADENZA E REVOCA DEL TITOLO ABILITATIVO	40
ARTICOLO 61 - REGOLARIZZAZIONI DEI MEZZI PUBBLICITARI.....	41
ARTICOLO 62 - NORME TRANSITORIE	42
TITOLO III - DISCIPLINA DELL'IMPOSTA SULLA PUBBLICITÀ E DEL DIRITTO SULLE PUBBLICHE AFFISSIONI.....	44
CAPO I - DISCIPLINA GENERALE	44
ARTICOLO 63 - APPLICAZIONE DELL'IMPOSTA E DEL DIRITTO.....	44
ARTICOLO 64 - CLASSIFICAZIONE DEL COMUNE.....	44
ARTICOLO 65 - LA DELIBERAZIONE DELLE TARIFFE	44
CAPO II - IMPOSTA SULLA PUBBLICITÀ' – DISCIPLINA	45
ARTICOLO 66 - PRESUPPOSTO DELL'IMPOSTA	45
ARTICOLO 67 - INSEGNE DI ESERCIZIO - ESCLUSIONE DALL'IMPOSTA	45
ARTICOLO 68 - SOGGETTO PASSIVO	46
ARTICOLO 69 - MODALITÀ DI APPLICAZIONE DELL'IMPOSTA	46
ARTICOLO 70 - PAGAMENTO DELL'IMPOSTA E DEL DIRITTO	47
ARTICOLO 71 - RETTIFICA ED ACCERTAMENTO D'UFFICIO.....	48
ARTICOLO 72 - RISCOSSIONE COATTIVA	49
CAPO III - IMPOSTA SULLA PUBBLICITÀ - TARIFFE	49
ARTICOLO 73 - TARIFFE.....	49
ARTICOLO 74 - PUBBLICITÀ ORDINARIA	49
ARTICOLO 75 - PUBBLICITÀ CON VEICOLI	50
ARTICOLO 76 - PUBBLICITÀ CON VEICOLI DELL'IMPRESA.....	50
ARTICOLO 77 - PUBBLICITÀ CON PANNELLI LUMINOSI	51
ARTICOLO 78 - PUBBLICITÀ CON PROIEZIONI	51
ARTICOLO 79 - PUBBLICITÀ VARIA	51
ARTICOLO 80 - IMPOSTA SULLA PUBBLICITÀ - RIDUZIONI	51

ARTICOLO 81 - IMPOSTA SULLA PUBBLICITÀ - ESENZIONI.....	52
CAPO IV - IL SERVIZIO DELLE PUBBLICHE AFFISSIONI.....	53
ARTICOLO 82 - FINALITÀ.....	53
ARTICOLO 83 - AFFISSIONI - PRENOTAZIONI - REGISTRO CRONOLOGICO	53
ARTICOLO 84 - CRITERI E MODALITÀ PER L'ESPLETAMENTO DEL SERVIZIO	54
CAPO V - DIRITTO SULLE PUBBLICHE AFFISSIONI - TARIFFE	55
ARTICOLO 85 - TARIFFE - APPLICAZIONE E MISURA	55
ARTICOLO 86 - TARIFFE - RIDUZIONI.....	56
ARTICOLO 87 - DIRITTO - ESENZIONI.....	56
TITOLO IV - DISPOSIZIONI FINALI E TRANSITORIE.....	58
CAPO I - SANZIONI, INTERESSI E CONTENZIOSO.....	58
ARTICOLO 88 - SANZIONI TRIBUTARIE	58
ARTICOLO 89 - INTERESSI	58
ARTICOLO 90 - SANZIONI AMMINISTRATIVE.....	58
ARTICOLO 91 - GIURISDIZIONE TRIBUTARIA	60
CAPO II - DISPOSIZIONI FINALI E TRANSITORIE	60
ARTICOLO 92 - NORME DI RINVIO.....	60
ARTICOLO 93 - ENTRATA IN VIGORE	60

ALLEGATO A - PLANIMETRIA AMBITO “A” CENTRO STORICO

ALLEGATO B - PLANIMETRIA LOCALITÀ IN CATEGORIA SPECIALE

TITOLO I - DISPOSIZIONI GENERALI

CAPO I - DISCIPLINA DELLA PUBBLICITÀ ESTERNA

Articolo 1 - Oggetto del Regolamento

1. Il presente Regolamento comunale per la pubblicità e le installazioni pubblicitarie disciplina le caratteristiche e le modalità abilitative delle indicazioni di esercizio, degli impianti di pubblicità esterna e di quelli per le pubbliche affissioni, ai sensi dell'articolo 23 del Decreto Legislativo 30 Aprile 1992 n. 285 (Codice della Strada); disciplina altresì le modalità per l'applicazione dell'imposta comunale sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni, in conformità a quanto disposto dal capo I del Decreto Legislativo 15 Novembre 1993, n. 507 e successive modificazioni ed integrazioni.
2. Le norme ivi dettate fissano i principi, i criteri e i vincoli per la redazione del Piano Regolatore delle Installazioni Pubblicitarie (PRIP), che rappresenta lo strumento di dettaglio per l'installazione dei mezzi pubblicitari sull'intero territorio comunale.

Articolo 2 - Registro degli operatori di pubblicità esterna

1. E' istituito il Registro degli operatori della pubblicità esterna nel comune di Potenza.
2. Sono titolati ad iscriversi al Registro di cui al comma 1 le imprese, ivi comprese le Agenzia Pubblicitarie, il cui oggetto sociale comprende la vendita di spazi pubblicitari.
3. L'iscrizione al Registro è necessaria per il rilascio delle concessioni di spazi pubblicitari di qualsiasi genere e per richiedere titoli abilitativi inerenti a spazi pubblicitari conto terzi, siano essi impianti per affissioni dirette, impianti pubblicitari comuni, impianti pubblicitari di servizio, installazioni temporanee e automezzi dedicati alla pubblicità itinerante.
4. Gli interessati, ai fini dell'iscrizione al Registro, presentano istanza indirizzata all'Ufficio Pubblicità del Comune di Potenza, allegando la seguente documentazione:
 - ✓ Atto costitutivo;
 - ✓ Certificato CCIAA valido alla data di presentazione;
 - ✓ Elenco eventuali contratti di concessione stipulati con altri Enti, riguardanti impianti pubblicitari;
 - ✓ Elenco titoli abilitativi del comune di Potenza riguardanti impianti pubblicitari esterni;
 - ✓ Attestazione di un versamento di € 100,00.
5. (abrogato)
6. (abrogato)

Articolo 3 - Piano Regolatore delle Installazioni Pubblicitarie

1. Il Piano regolatore delle installazioni pubblicitarie, di seguito denominato PRIP, è approvato dal Consiglio Comunale.
2. Il PRIP suddivide l'intero territorio del comune di Potenza in zone omogenee, stabilendo per ognuna di esse le tipologie ed il dimensionamento dei mezzi pubblicitari ammessi.
3. Il PRIP individua le posizioni per il collocamento degli impianti destinati all'affissione di manifesti, sia quelli destinati al pubblico servizio che quelli da assegnare in concessione a soggetti privati.
4. Il PRIP disciplina le aree del territorio comunale ove sono consentite l'installazione in via continuativa, su spazi pubblici, di cartelli, impianti di pubblicità o propaganda, nonché le aree in cui è possibile effettuare pubblicità sugli impianti di servizio, nel rispetto delle disposizioni, delle prescrizioni e dei divieti stabiliti dal presente Regolamento.
5. Il PRIP non disciplina i mezzi pubblicitari definiti indicazioni di esercizio, collocati sulle sedi di esercizio o comunque nelle pertinenze delle attività cui si riferiscono. Non sono altresì considerati i cartelli e gli altri mezzi pubblicitari da esporre a tempo determinato e per brevi periodi nelle aree e con le modalità previste nei successivi articoli.
6. Le disposizioni contenute nel PRIP devono conformarsi a quanto previsto dai vigenti strumenti urbanistici, dalle disposizioni del Codice della Strada e del relativo Regolamento di esecuzione, nonché dalle norme contenute nel presente regolamento.
7. Il PRIP comprende:
 - ✓ gli elaborati grafici, che riportano le posizioni per l'installazione delle diverse tipologie dei mezzi pubblicitari su spazi ed aree pubbliche e degli impianti per l'affissione di manifesti;
 - ✓ le norme tecniche di attuazione;
 - ✓ le norme tecniche per l'installazione su spazi ed aree private di cartelli e di impianti di pubblicità o di propaganda, nel rispetto delle norme previste dal presente Regolamento;
 - ✓ la relazione illustrativa ed esplicativa del piano.
8. Il PRIP stabilisce inoltre le eventuali soglie di affollamento pubblicitario relative alle varie categorie di impianti e gli schemi dei capitolati di gara riguardanti l'affidamento in gestione di circuiti di impianti.
9. Per ogni tipologia di impianto il PRIP contiene una scheda sinottica, detta abaco dell'impianto. L'abaco riporta tutte le prescrizioni riferite alle caratteristiche intrinseche dell'impianto relative a forma, dimensione, materiali, colori, superfici e collocazione, tenuto conto della necessità di garantire la sicurezza stradale e il rispetto del contesto urbano di riferimento.
10. Il PRIP può essere motivatamente modificato, in considerazione di eventuali variazioni intervenute sul territorio comunale.

11. In deroga alle prescrizioni del PRIP, il Comune si riserva la facoltà di autorizzare il collocamento di talune tipologie di impianti pubblicitari di servizio, per motivi di pubblico interesse.

Articolo 4 - Classificazione delle tipologie pubblicitarie

1. Per impianto pubblicitario si intende qualunque manufatto destinato al supporto di messaggi pubblicitari o promozionali in genere.
2. Gli impianti pubblicitari vengono classificati per durata e tipologia.
3. La durata di esposizione distingue gli impianti in:
 - a) Permanenti – manufatti saldamente ancorati a terra o a strutture verticali, la cui installazione è prevista a tempo indeterminato;
 - b) Temporanei – manufatti la cui esposizione è prevista per un tempo determinato, comunque non superiore a 365 giorni.
4. Ai fini della classificazione degli impianti all'interno del PRIP, le tipologie pubblicitarie si distinguono in:
 - a) Indicazioni di esercizio: elementi pubblicitari posti sull'immobile ove ha sede l'attività commerciale o sull'eventuale piazzale di pertinenza, come meglio specificati al capo II;
 - b) Impianti per affissioni: plance in metallo sulle quali vengono incollati manifesti cartacei di varia misura, come meglio specificati al capo III;
 - c) Impianti pubblicitari comuni: qualunque manufatto posto su luogo pubblico o privato e visibile dalla pubblica via, come meglio specificati al capo IV;
 - d) Impianti pubblicitari di servizio: qualsiasi impianto pubblicitario che eroghi un servizio di pubblica utilità, come meglio specificati al capo V;
 - e) Installazioni temporanee: striscioni, gonfaloni, bandiere, totem e ogni elemento bidimensionale o tridimensionale, realizzato in materiale di qualsiasi natura, purché non deperibile e resistente agli agenti atmosferici, come meglio specificati al capo VI;
 - f) Pubblicità itinerante: pubblicità effettuata in movimento, con o senza l'ausilio di mezzi, con esposizioni di messaggi pubblicitari in forma visiva o fonica, come meglio specificata al capo VII.
5. Ai fini dell'applicazione dell'imposta, le tipologie pubblicitarie sono classificate come segue:
 - a) pubblicità ordinaria, effettuata mediante insegne di esercizio, plance, indicazioni direzionali, cartelli e impianti pubblicitari di servizio;
 - b) pubblicità effettuata con veicoli, disciplinata dagli articoli 57 e 59 del D.P.R. 16 Dicembre 1992 n. 495;
 - c) pubblicità effettuata con pannelli luminosi e proiezioni, caratterizzata dalla variabilità del messaggio o dalla visione in forma intermittente;
 - d) pubblicità varia, effettuata a mezzo di installazioni temporanee quali striscioni e stendardi, aeromobili, palloni frenati o esercitata in forma ambulante e in forma fonica.
6. In tutto il territorio comunale è vietata la pubblicità in qualsiasi forma, ivi comprese le pubbliche affissioni, di qualsiasi tipo di gioco d'azzardo, intendendosi per tale ogni gioco, lotteria, scommessa o concorso pronostico che

consiste nell'effettuare una puntata, scommessa o impiego di danaro o di altri beni al fine di ottenere una vincita al verificarsi di un evento futuro, sia in caso di gioco d'azzardo, sia tramite operatori fissi, sia tramite operatori on line, anche se in possesso di regolare concessione amministrativa rilasciata dall'Amministrazione autonoma dei monopoli di Stato (AAMS). Sono esclusi dal divieto: i concorsi a premi, indetti ai sensi di quanto disposto dal regolamento di cui al decreto del Presidente della Repubblica 26 ottobre 2001, n. 430; le lotterie, le tombole e le pesche o banchi di beneficenza, indetti da associazioni o fondazioni, disciplinati dagli articoli 14 e seguenti del codice civile, o dalle organizzazioni non lucrative di utilità sociale di cui all'articolo 10 del decreto legislativo 4 dicembre 1997, n. 460 e successive modificazioni; le lotterie nazionali.

Articolo 5 - Zonizzazione

1. Ai fini della disciplina urbanistico - ambientale dei mezzi pubblicitari e fatta salva la ulteriore suddivisione del territorio comunale in ambito omogenei operata dal PRIP, sono individuati i seguenti ambiti territoriali:
 - ✓ Ambito "A" (centro storico) secondo la delimitazione della strumentazione urbanistica comunale e dei relativi strumenti urbanistici attuativi, come da planimetria riportata nell'Allegato A del presente regolamento;
 - ✓ Ambito "B" (restante parte del territorio comunale).
2. Agli effetti dell'applicazione dell'imposta sulla pubblicità e dei diritti sulle pubbliche affissioni, limitatamente alle affissioni di carattere commerciale, le località del territorio comunale sono suddivise in una categoria speciale ed in una categoria ordinaria. Si considerano di categoria speciale, ai sensi dell'art. 4 del D.Lgs. 507/93, le località del territorio comunale situate all'interno di specifica area, così come delimitata nella planimetria riportata nell'Allegato B del presente regolamento. Le rimanenti località ubicate al di fuori di detta perimetrazione sono considerate di categoria ordinaria.

TITOLO II - IMPIANTI E MEZZI PUBBLICITARI

CAPO I - CARATTERISTICHE GENERALI

Articolo 6 - Caratteristiche tecniche e criteri strutturali

1. Gli impianti, nella struttura e nel loro insieme, devono rispondere alla capacità di resistenza ai sovraccarichi, agli urti ed in generale ai fenomeni dinamici in tutte le prevedibili condizioni di esercizio, senza deformazioni.
2. Tutte le strutture di sostegno e di fondazione devono essere calcolate per resistere alla spinta del vento ed al carico della neve; devono essere di materiale indeformabile e saldamente realizzate ed ancorate al terreno, sia nel loro complesso, sia nei singoli elementi.
3. Qualora le suddette strutture costituiscano manufatti la cui realizzazione e posa in opera sia regolamentata da specifiche norme (opere in ferro, in c.a. ecc.), l'osservanza di dette norme e l'adempimento degli obblighi da queste previsti deve essere documentato prima del ritiro dell'autorizzazione.
4. La struttura e gli elementi che costituiscono gli impianti devono rispondere alle caratteristiche di resistenza al fuoco, nel rispetto delle prescrizioni tecniche vigenti in materia.
5. I cartelli e gli altri mezzi pubblicitari devono essere realizzati in materiale avente le caratteristiche di consistenza, durevolezza, sicurezza e resistenza agli agenti atmosferici.
6. Tutti gli elementi che compongono l'impianto non devono presentare porosità o cavità superficiali, che non siano facilmente pulibili ed ispezionabili ed evitare il ristagno di acqua e l'accumulo di sporco.
7. L'ubicazione degli impianti non deve interferire con la visibilità dei segnali stradali, né ostacolare il transito veicolare e pedonale.
8. Gli impianti elettrici utilizzati devono essere concepiti e realizzati in modo tale da garantire il massimo grado di sicurezza per il rischio elettrico e per quello delle scariche accidentali, nonché rispondere alle norme CEI in materia ed essere conformi alle disposizioni espresse del D.M. 37/2008 e successive modifiche ed integrazioni, per la realizzazione degli impianti e l'impiego dei materiali secondo regola d'arte.
9. Il sistema di illuminazione può essere a luce diretta o indiretta e comunque provvisto di certificazione in conformità alle disposizioni vigenti.

Articolo 7 - Disciplina Generale di inserimento e deroghe

1. In tutto il territorio comunale, lungo le strade interne al centro abitato, nelle zone urbane e nelle frazioni rurali, l'installazione di impianti e mezzi pubblicitari è soggetta al rilascio di titolo abilitativo da parte dell'Amministrazione comunale, secondo quanto previsto dal presente Regolamento.

2. La collocazione degli impianti pubblicitari deve avvenire, fuori dal centro abitato, nel rispetto delle prescrizioni previste, in particolare, dall'articolo 23 del D. Lgs. n. 285/92 e dagli articoli 51 e 53 del DPR n. 495/92.
3. Sono fatte salve le particolari prescrizioni e disposizioni previste per la tutela delle zone di interesse storico, artistico, culturale ed ambientale.
4. All'interno del centro abitato, ai sensi del comma 6 dell'articolo 23 del D.Lgs. n. 285/92, sono stabilite le deroghe di seguito riportate alle distanze previste dall'articolo 51 del DPR 16 Dicembre 1992, n. 495, Regolamento di attuazione del nuovo Codice della Strada, relativamente agli impianti pubblicitari di cui ai capi III e IV del presente Regolamento. Nel caso di impianti di cui al Capo III del presente Regolamento, le distanze si computano con riferimento alla postazione, che può essere costituita da un'installazione singola o da una serie o sequenza di impianti della stessa tipologia, collocati nel numero massimo di 5 espositori, di 3 standardi, di 3 maxi standardi, di 2 mini poster e di 2 poster. Le postazioni degli impianti di cui al Capo III ed i singoli impianti di cui al Capo IV del presente regolamento dovranno essere collocati rispetto ai semafori, alle intersezioni, alla segnaletica stradale e all'imbocco di gallerie, ponti, rampe di accesso a strade nazionali alle seguenti distanze minime:
 - ✓ metri 40 se posti lungo le strade urbane di scorrimento;
 - ✓ metri 20 se posti lungo le altre strade comunali (di quartiere e locali);
 - ✓ metri 18 dalle altre postazioni per gli impianti del Capo III, dagli altri cartelli e mezzi pubblicitari, dai segnali di indicazione e dopo i segnali stradali di pericolo e di prescrizione.
5. Le distanze di cui al comma precedente si applicano nel senso delle singole direttrici di marcia, avendo pertanto riguardo esclusivamente agli impianti collocati sul lato destro della strada.
6. Per intersezione si intende il punto in cui due autoveicoli si intersecano provenendo da diverse direzioni, per continuare il loro senso di marcia. La distanza di un impianto pubblicitario da tale punto di intersezione si calcola rispetto alla proiezione del punto di intersezione sul lato della carreggiata ove si prevede di inserire il mezzo pubblicitario.
7. La collocazione dei mezzi pubblicitari deve avvenire in modo da non pregiudicare la sicurezza della circolazione veicolare e pedonale e consentire sempre una perfetta visibilità (nel senso di marcia) di semafori, incroci, segnali stradali di pericolo e di indicazione nonché degli attraversamenti pedonali.
8. I mezzi pubblicitari non devono ostacolare la percezione dell'ambiente circostante, edifici, strade, piazze, fontane, giardini né possono coprire la visuale, anche prospettica, di paline di fermata mezzi pubblici o altri dispositivi di interesse generale.
9. In caso di installazioni aggettanti su percorsi pedonali, le altezze minime del margine inferiore devono essere di mt. 2,50. In caso di installazioni aggettanti su percorsi veicolari, le altezze minime del margine inferiore devono essere di mt. 5,00.
10. Il colore rosso di indicazioni di esercizio e altri mezzi pubblicitari non deve costituire sfondo prospettico dei segnali di pericolo e di prescrizione, tanto da

limitarne la chiara percezione entro gli spazi di avvistamento prescritti dal Regolamento di attuazione del Codice della strada. L'uso del colore rosso deve essere limitato esclusivamente alla riproduzione di marchi aziendali regolarmente registrati o depositati, ma in ogni caso non può superare i 2/5 dell'intera superficie dell'indicazione di esercizio e 1/5 della superficie degli altri mezzi pubblicitari previsti dal Regolamento.

11. Il posizionamento dei cartelli e degli altri impianti pubblicitari dovrà comunque sempre garantire un passaggio libero conforme alle normative sull'abbattimento delle barriere architettoniche negli spazi pubblici.
12. Ai fini del conteggio delle superfici degli impianti pubblicitari, in relazione ai limiti dimensionali imposti dal presente Regolamento, si fa riferimento alla minima figura geometrica piana nella quale è circoscritto il messaggio pubblicitario.
13. Non è consentita l'apposizione di manifesti per affissioni al di fuori dei supporti appositamente previsti per tale uso e non contemplati dal Piano.
14. È sempre vietato utilizzare alberi, pali della pubblica illuminazione e sostegni per la segnaletica stradale per l'apposizione di supporti pubblicitari.
15. Sugli impianti di cui ai capi III, IV, V e VI dovrà essere fissata, a cura e spese del titolare del titolo abilitativo, una targhetta identificativa su cui dovrà essere indicato:
 - a) la tipologia di impianto: Pubblica affissione, Affissione diretta, Impianto pubblicitario comune, Impianto pubblicitario di servizio, Installazione temporanea, Pubblicità itinerante;
 - b) gli estremi del titolare del titolo abilitativo: denominazione, indirizzo, recapito telefonico e di posta elettronica, eventuale sito internet;
 - c) gli estremi del titolo abilitativo: tipo, numero, data, scadenza;
 - d) numero di individuazione dell'impianto: n. 0 se trattasi di installazione singolare.
 - e) solo per le affissioni e in base all'utilizzo: Affissione istituzionale, Affissione in esenzione, Affissione funebre, Affissione commerciale.

Articolo 8 - Condizioni e limiti particolari

1. Gli impianti pubblicitari, escluse le indicazioni di esercizio e quelli con funzione di servizio, di cui al capo II e capo V del presente Regolamento, non possono essere posti su pali, eccetto nelle ipotesi in cui non sia possibile la posa in opera diretta su pareti, nel qual caso è possibile la posa su pali esclusivamente in adiacenza a muri in calcestruzzo, con divieto di superare gli stessi in altezza.
2. In deroga a quanto disposto dal precedente comma 1, le plance pubblicitarie di proprietà del Comune di Potenza destinate alle affissioni di carattere istituzionale o funebri o comunque prive di rilevanza commerciale possono essere poste su pali se nella zona non sono disponibili muri per il contenimento delle plance.
3. Nel caso di cui al precedente comma 2, la struttura su pali su cui si appoggia la plancia deve essere in ferro o metallo brunito, colore piombo e confacente nello stile all'ambiente circostante.

4. È vietato il collocamento di impianti pubblicitari senza il consenso della competente Soprintendenza in luoghi sottoposti a vincoli di tutela di bellezze naturali, paesaggistiche, ambientali e monumentali, su statue, monumenti, fontane monumentali, mura e porte della città e su ogni bene architettonico e ambientale tutelato ai sensi del vigente Codice dei beni culturali e del paesaggio, approvato con Decreto Legislativo 22 gennaio 2004, n. 42.
5. È vietata l'installazione di mezzi pubblicitari nella zona di rispetto cimiteriale e su tutti gli edifici di culto e di cura; in tali casi è ammessa solo l'apposizione di targhe o mezzi di informazione, purché di materiale, dimensione e stile compatibili con le caratteristiche architettoniche dell'ambiente.
6. E' consentita l'effettuazione di pubblicità temporanea su recinzioni e ponteggi posti in opera per ogni intervento di restauro o di ristrutturazione.
7. All'interno del centro storico e delle altre zone di pregio eventualmente individuate dal PRIP, l'installazione di insegne, cartelli ed altri mezzi pubblicitari deve risultare in armonia con i valori ambientali e architettonici del luogo. È in ogni caso esclusa nel centro storico la pubblicità effettuata con pannelli luminosi o con proiezioni, come disciplinata nei successivi articoli 77 e 78 del presente regolamento.
8. Gli impianti pubblicitari posti su pareti di edifici privati e pubblici devono armonizzarsi con il contesto architettonico dell'intera facciata dell'edificio su cui vengono collocati.
9. Non è consentita l'installazione di impianti di pubblicità all'interno di parchi pubblici, giardini e aree di verde attrezzato.
10. In conformità a quanto disposto dalla legge 18 Marzo 1959, n. 132, è comunque riservato allo Stato il diritto di esercitare la pubblicità sui beni demaniali e patrimoniali affidati alle Ferrovie dello Stato, nonché sui veicoli di proprietà privata circolanti sulle linee ferroviarie.
11. In nessun caso, salvo specifico assenso del Comune, è possibile installare su impianti pubblicitari o insegne di esercizio attrezzature, antenne e simili per la trasmissione e la distribuzione di segnali o dati; in caso di inosservanza l'Ufficio competente provvede alla revoca del titolo abilitativo.
12. Per gli impianti abusivi, non muniti dell'autorizzazione, fermo restando l'iter procedurale finalizzato alla rimozione dell'impianto, l'Ufficio Pubblicità provvede affinché si proceda all'immediato oscuramento dei messaggi pubblicitari.
13. I cartelli e gli altri mezzi pubblicitari installati fuori dal centro abitato possono avere la dimensione massima di mq. 6, ad eccezione delle insegne di esercizio collocate parallelamente al senso di marcia dei veicoli o in aderenza ai fabbricati, che possono avere la superficie massima di mq. 20. Nel caso in cui la superficie di ciascuna facciata dell'edificio superi la dimensione di mq. 100, può essere stabilita una percentuale d'incremento della superficie dell'insegna nella misura del 10% della superficie della facciata eccedente i 100 mq., ma fino ad un massimo di ulteriori mq. 50.

CAPO II - INDICAZIONI DI ESERCIZIO

Articolo 9 - Norme comuni

1. Si definisce indicazione di esercizio il manufatto in qualsiasi materiale, luminoso o non luminoso, posto esclusivamente in adiacenza alla parete o sulla copertura dell'immobile che ospita l'attività pubblicizzata o nel piazzale di pertinenza dello stesso, riportante scritte, marchi e/o loghi inerenti l'attività esercitata.
2. La richiesta del titolo abilitativo è a cura dell'esercente l'attività da pubblicizzare.
3. Le indicazioni di esercizio poste sul fronte dell'edificio in corrispondenza dell'ingresso e/o delle vetrine dell'esercizio non sono soggette a preventivo nullaosta condominiale.
4. Caratteristica peculiare dell'indicazione di esercizio è la fissità del messaggio pubblicitario esposto, che potrà essere costituito da uno o più marchi e loghi, oltre a scritte attinenti all'attività esercitata. È vietato il cambio sistematico e ricorrente del messaggio pubblicitario esposto, se non per impianti posti all'interno delle attività e comunque non visibili dall'esterno.
5. La superficie tassata per la pubblicità è individuata dalla minima figura piana che racchiude i marchi, i loghi, le immagini e le scritte, con esclusione del fondo, se questo ha una superficie pari ad almeno il 75% dell'intera superficie dell'indicazione di esercizio.
6. E' possibile l'utilizzo di piccoli impianti a messaggio variabile, anche luminosi, finalizzati alla pubblicizzazione di promozioni, nella misura di un impianto per attività commerciale ed una superficie espositiva massima di mq. 0,50.
7. Qualora l'esercente disponga di ulteriori locali e/o spazi, localizzati altrove rispetto alla sede dell'attività da pubblicizzare, è consentita l'esposizione di messaggi pubblicitari anche presso gli stessi, nel rispetto delle tipologie e dei limiti previsti in questo Capo nonché delle disposizioni in materia di Imposta sulla Pubblicità.

Articolo 10 - Insegne frontali

1. E' considerata insegna frontale l'impianto pubblicitario posto sulla parete dell'edificio che ospita l'attività commerciale.
2. Le insegne non devono alterare il disegno architettonico e la sagoma originaria degli edifici, né sovrapporsi ad elementi decorativi.
3. Le insegne da installare su porte e vetrine devono essere contenute entro le proiezioni dell'apertura. Nel caso di esercizi commerciali con più aperture sulla stessa facciata, l'insegna potrà anche essere unica e contenuta entro le proiezioni della prima e dell'ultima apertura.
4. Sui sopraluce delle vetrine è possibile collocare insegne di esercizio e/o altri mezzi pubblicitari realizzati mediante cassonetti luminosi o altre tipologie, secondo criteri ordinati e coerenti con i caratteri architettonici presenti.
5. È esclusa l'installazione di insegne su portoni comuni e ringhiere metalliche. Nel caso di aperture ad arco, le insegne devono seguirne la forma.

6. Nelle zone di territorio comunale ricadenti nell'Ambito A, come definito al precedente articolo 5, sono ammesse insegne di esercizio a lettere singole o al neon filiforme, con sporgenza massima di cm. 15 dalla facciata, in legno, pietra, metallo (bronzo, ottone, rame, ferro e metallo brunito) o altro materiale di pregio, con esclusione di cassonetti. In tali zone sono inoltre consentite insegne a pannello non luminoso dipinte su idoneo supporto, purché non contrastanti con l'ambiente circostante.
7. Eventuali deroghe alle prescrizioni del comma precedente possono essere consentite solo per attività di servizio pubblico (farmacie, ambulatori, telefoni, monopoli di stato) o nel caso di edifici moderni posti a margine del perimetro dell'Ambito A.
8. Nelle zone di territorio comunale ricadenti nell'ambito B, come definito al precedente articolo 5, le insegne frontali possono essere realizzate in qualsiasi materiale. E' consentito l'utilizzo di cassonetti sopra le aperture ovvero tra le aperture della stessa attività. L'altezza massima dei cassonetti non potrà superare 1/3 dell'altezza dell'apertura sottostante. L'oggetto non potrà essere superiore ad 1/5 dell'altezza del cassonetto.
9. Nel caso di cassonetti sagomati in forme diverse da quelle di un parallelepipedo regolare, i limiti dimensionali riguardo all'altezza e all'oggetto degli stessi si calcolano quale media delle altezze o degli oggetti del cassonetto, escludendo da tale computo, relativamente al solo calcolo dell'oggetto, la profondità della parte strutturale o fissa dell'impianto.
10. Nel rispetto della composizione della facciata, tenuto conto delle masse, dei materiali e dei colori del paramento, possono essere ammesse soluzioni di disegno libero, purché tutta la facciata o parte di essa distinta dal resto siano considerate nella progettazione dell'insegna e a condizione che, per dimensione e tipologia dei manufatti, il messaggio pubblicitario risulti non superiore al 50% della superficie decorata. Per le attività esistenti in edifici a destinazione prevalentemente commerciale, direzionale o produttiva, la superficie complessiva delle insegne di esercizio frontali può raggiungere i 20 mq per ogni facciata dell'edificio; qualora la superficie di ciascuna facciata sia superiore a 100 mq, è possibile incrementare in modo proporzionale la dimensione di ciascuna insegna frontale del 10%, calcolata ogni 100 mq. di superficie eccedente i primi 100 mq. La superficie così determinata deve essere ripartita tra tutte le attività esistenti nell'edificio.
11. Gli interventi di cui al comma precedente sono assoggettati a preventivo parere dell'Ufficio competente in materia edilizia. In ambito A sono ammissibili solo soluzioni di elevata qualità, riferibili a restauro, recupero o ripristino di insegne preesistenti. In ambito B possono essere ammesse soluzioni pubblicitarie da realizzarsi con contenuti e tecniche confacenti al contesto edilizio.

Articolo 11 - Insegne a bandiera o verticali

1. E' considerata insegna a bandiera o verticale l'impianto pubblicitario fissato alla parete dell'edificio che ospita l'attività commerciale ed avente le superfici pubblicitarie non parallele ad esso.

2. La superficie massima ammissibile è pari a 1/4 delle aperture dell'esercizio presenti sul medesimo prospetto dell'edificio, con un limite massimo di mq. 1,50. Tale limite massimo non si applica sugli edifici con destinazione interamente commerciale.
3. Le insegne a bandiera o verticali devono essere poste ad almeno mt. 2,50 dal piano di calpestio. Le insegne possono anche essere aggettanti su suoli destinati alla circolazione veicolare, a condizione che nel punto più basso siano ad una distanza non inferiore a mt. 5,00 dal suolo.
4. Se aggettanti su suolo pubblico o di uso pubblico, tali insegne sono soggette anche al pagamento del COSAP.
5. In ambito A sono vietate insegne luminose a bandiera o verticali ad eccezione della croce verde, utilizzabile esclusivamente dalle farmacie, della croce rossa, utilizzabile esclusivamente per strutture sanitarie pubbliche o luoghi di pronto soccorso, e dell'insegna dei monopoli di Stato.
6. In tutto il territorio comunale, le croce delle insegne delle parafarmacie dovrà essere di colore blu.

Articolo 12 - Insegne su pali

1. E' considerata insegna di esercizio su pali l'impianto pubblicitario posto su pali sul suolo privato di pertinenza dell'edificio che ospita l'attività commerciale da pubblicizzare.
2. In ambito A sono escluse le insegne su pali. In ambito B la struttura a pali deve essere metallica e ancorata al suolo a perfetta regola d'arte. L'insegna può essere costituita da qualsiasi materiale rigido, purché fissata alla sua struttura.
3. All'interno delle aree di distribuzione carburanti sono ammesse esclusivamente insegne relative all'attività ivi esercitata.
4. L'insegna su pali può essere luminosa e la relativa superficie massima ammissibile è di mq. 2, se l'insegna è posta su un palo o mq. 6 se posta su più pali.
5. Le insegne su pali devono essere poste ad almeno mt. 2,50 dal piano di calpestio. Se parallele al senso di marcia dei veicoli sulla strada prospiciente, devono essere poste a non meno di mt. 1,00 dal limite della carreggiata; se perpendicolari al senso di marcia dei veicoli, la distanza dal limite della carreggiata stradale deve essere di almeno mt. 2,00. Le insegne possono anche essere aggettanti su suoli destinati alla circolazione veicolare, a condizione che nel punto più basso siano ad una distanza non inferiore a mt. 5,00 dal suolo.
6. Se aggettanti su suolo pubblico o di uso pubblico, le insegne su pali sono soggette al pagamento anche del COSAP.
7. Sono ammesse le insegne da collocare sul tetto o sulla copertura dell'edificio che ospita l'attività commerciale nelle sole zone a prevalente destinazione commerciale, artigianale, industriale e similari. Tali insegne possono avere la dimensione massima di mq. 20 per facciata.

Articolo 13 - Totem

1. Si definisce totem l'insegna collocata direttamente sul suolo, che dal punto di innesco sul piano di calpestio sviluppa una superficie utilizzabile anche su più facce per l'esposizione di messaggi pubblicitari.
2. I totem devono risultare rifiniti in modo accurato su tutti i fronti, non sono vincolati da limiti dimensionali e possono essere luminosi. Nella progettazione bisogna tener conto del contesto in cui sono collocati, dello spazio utile disponibile e delle visuali.
3. Il totem può essere finalizzato alla diffusione di più messaggi pubblicitari riferiti ad attività ovvero a prodotti e deve essere installato a terra nella sede dell'esercizio imprenditoriale di riferimento. Può essere anche al servizio di più imprese, concentrate all'interno di una stessa area privata edificata o di una struttura edilizia polifunzionale.
4. In caso di installazione di totem plurimo, ovvero riportante più messaggi pubblicitari, la richiesta per l'installazione può essere inoltrata da uno dei titolari dell'attività di esercizio da pubblicizzare, in nome e per conto degli altri interessati, previo rilascio di apposita delega da parte di questi ultimi.
5. In caso di installazione del totem su suolo non di proprietà del richiedente, alla richiesta deve essere allegato il nulla-osta del proprietario del suolo.

Articolo 14 - Targhe murarie

1. Si definisce targa il manufatto in metallo, legno, vetro o materiale plastico posto di fianco all'ingresso del locale e/o dell'androne condominiale dove ha sede l'attività in essa richiamata. Le dimensioni massime ammesse sono di cm. 35 di altezza e di cm. 60 di larghezza, con aggetto massimo di cm. 3. E' possibile l'installazione in serie verticale di targhe, purché dello stesso materiale e dimensioni.
2. In Ambito A, le targhe professionali o commerciali devono essere in metallo pregiato e poste ad una altezza minima dal suolo di cm. 120, con eventuale illuminazione a luce indiretta.
3. In Ambito B è ammesso l'uso di qualsiasi materiale e l'eventuale illuminazione con luce indiretta.

Articolo 15 - Bacheche

1. Si definisce bacheca ogni struttura espositiva di messaggi o prodotti di qualsiasi genere visibile dalla strada prospiciente. Può essere chiusa con apposito vetro o cristallo.
2. In Ambito A è consentito l'impianto di bacheche solo all'interno di porte, androni, aperture e finestre, con il mantenimento di eventuali portali e inferriate preesistenti. Le bacheche devono essere realizzate con rifiniture e materiali omogenei o comunque assimilabili a quelli antichi o circostanti, con assoluto divieto di materiali plastici e alluminio anodizzato. Sono altresì consentiti su pareti esterne, non caratterizzate dalla presenza di pietra a faccia vista, espositori

in ferro battuto, da destinare ad informazioni di tipo commerciale e sociale, nonché bacheche relative ad attività fotografiche, nel numero massimo di una per ogni esercizio fotografico, con dimensione massima di cm. 70 x 100 x 10.

3. In Ambito B, oltre agli impianti di cui al comma precedente, sono ammesse bacheche anche esterne agli esercizi, purché ubicate sulle pareti di pertinenza dell'esercizio stesso e correttamente inserite all'interno dello contesto architettonico. Sono altresì ammesse bacheche destinate all'informazione culturale o con scopi sociali.

Articolo 16 - Vetrefanie

1. Si definisce vetrefania la scritta in caratteri alfanumerici effettuata con pellicole autoadesive e semitrasparenti di simboli e di marchi, oppure di messaggi pubblicitari relativi all'attività o alle cose prodotte dagli esercizi, applicate nella parte interna delle vetrine delle attività imprenditoriali.
2. È assimilata alla vetrefania anche l'insegna di esercizio, in qualsiasi materiale, posta sulla vetrina dell'attività imprenditoriale, all'interno o all'esterno, a mezzo di materiale collante.
3. Il limite massimo della superficie consentita per l'applicazione di vetrefanie è di 1/2 della superficie totale delle vetrate dell'attività imprenditoriale sullo stesso prospetto dell'edificio.
4. Ai fini del calcolo delle superfici per il pagamento dell'imposta comunale sulla pubblicità, le scritte isolate si conteggiano riguardo alla minima figura piana in cui i marchi o le scritte sono circoscritti. La superficie delle immagini, anche se di carattere scenografico e non direttamente riconducibili all'attività esercitata, si calcolano per intero.

Articolo 17 - Tende solari

1. Si definisce tenda solare ogni copertura di tipo retrattile o ripiegabile atta a creare una zona d'ombra sull'area di transito prossima all'esercizio di riferimento, riportante eventuali messaggi pubblicitari.
2. Sono ammesse tende solari caratterizzate da colori sobri e intonati all'ambiente, limitate ai vani di apertura dell'esercizio e realizzate in materiale di tela o tela plastificata.
3. La sporgenza deve essere contenuta all'interno di marciapiedi o slarghi pedonali. Il bordo inferiore dovrà essere posto ad altezza minima di cm. 220 dal piano pedonale.
4. Ai fini del calcolo di quanto dovuto a titolo di imposta comunale sulla pubblicità, le superfici si conteggiano riguardo alla minima figura piana in cui i marchi o le scritte sono circoscritti.
5. Se aggettanti su suolo pubblico o di uso pubblico, le tende solari sono soggette al pagamento del COSAP.

Articolo 18 - Strutture mobili

1. Si definisce cavalletto la struttura mobile da esposizione, sia essa in legno o in metallo, posta nelle immediate vicinanze dell'esercizio di riferimento.
2. In Ambito A è consentita l'installazione di cavalletti mobili espositivi, del tipo utilizzato da pittori e simili, in legno o metallo pregiato, posti all'interno di androni e portoni o all'inizio di percorsi laterali alla viabilità principale, in maniera comunque da non ostacolare il pubblico transito.
3. In Ambito B è consentita l'installazione di cavalletti mobili del tipo descritto al comma precedente, realizzati in qualsiasi materiale e posti in maniera da non ostacolare il pubblico transito.
4. Ombrelloni e coperture stagionali in prossimità di esercizi pubblici, se riportanti marchi o messaggi pubblicitari, rientrano nella casistica degli impianti pubblicitari. Ai fini del calcolo di quanto dovuto a titolo di imposta comunale sulla pubblicità, le superfici si conteggiano riguardo alla minima figura piana in cui i marchi o le scritte sono circoscritti.
5. Le coperture stagionali o temporanee mediante ombrelloni e simili devono avere colori tenui, struttura sobria e non ingombrante e devono presentare un gradevole inserimento nel contesto e non ostacolare il pubblico transito.
6. Se aggettanti su suolo pubblico o di uso pubblico, le strutture mobili sono soggette al pagamento del COSAP.

CAPO III - IMPIANTI PER AFFISSIONI

Articolo 19 - Impianti per affissioni

1. Gli impianti per le affissioni sono costituiti da una plancia destinata all'incollaggio di materiale cartaceo, in lamiera zincata, monofacciale o bifacciale e dotata di una cornice metallica o in vetroresina. È esclusa la collocazione dei manufatti su fronti privati.
2. La plancia pubblicitaria contiene manifesti recanti informazioni di carattere pubblicitario, sia di tipo commerciale che privo di rilevanza economica o di pubblica utilità. In relazione alle dimensioni, la plancia pubblicitaria può definirsi espositore (base mt. 0,70 x altezza mt. 1,00), standardo (mt. 1,40 x mt. 1,00 o mt. 1,00 x mt. 1,40), maxi standardo (mt. 1,40 x mt. 2,00 o mt. 2,00 x mt. 1,40), mini poster (m. 4,00 x mt. 2,00) e poster (mt. 6,00 x 3,00).
3. Le plance devono essere collocate su muri in calcestruzzo, in mancanza è possibile utilizzare strutture su pali, purché adiacenti a pareti, armature, steccati, ponteggi, schermature di carattere provvisorio prospicienti il suolo pubblico e altri spazi idonei in base alle prescrizioni, ai divieti e alle limitazioni stabilite dal presente Regolamento.
4. Solo per le affissioni prive di rilevanza economica, qualora non fosse possibile allocarle diversamente, possono essere utilizzate plance su pali nell'ambito di percorsi pedonali, purché non di ostacolo alla percezione dell'ambiente circostante, degli edifici, delle strade, delle piazze, di fontane e giardini, né poste

a copertura della visuale, anche prospettica, di segnali stradali, paline di fermata di mezzi pubblici o altri dispositivi di interesse generale.

5. Le plance per affissioni non possono essere illuminate né direttamente né indirettamente.
6. Si definiscono pubbliche affissioni quelle effettuate dal Comune o tramite un concessionario e affissioni dirette quelle effettuate da altri soggetti.

Articolo 20 - Limiti alle superfici degli impianti affissionistici

1. La superficie degli impianti da adibire alle affissioni è stabilita in un massimo di mq. 7.500 complessivi.
2. La superficie degli impianti da adibire alle pubbliche affissioni è stabilita in un massimo di mq. 4.500 complessivi, pari al 60% della superficie totale degli impianti per affissioni.
3. La superficie minima degli impianti da adibire alle pubbliche affissioni prive di rilevanza economica è stabilita in mq. 1.500, pari al 20% del totale della superficie affissionistica.
4. La superficie massima degli impianti da adibire alle affissioni dirette è stabilita in mq. 3.000, pari al 40% del totale della superficie affissionistica. Ciascun operatore può gestire una superficie massima di mq. 300 e può, a seguito dell'espletamento delle procedure ad evidenza pubblica di cui al comma 3 del successivo articolo 25, risultare affidatario di massimo un lotto d'impianti.

Articolo 21 - Pubbliche affissioni

1. Per impianti di pubbliche affissioni si intendono tutti gli impianti di proprietà del Comune, collocati esclusivamente su aree pubbliche, sui quali il Comune esercita il diritto di affissione.
2. Nel caso di affidamento in concessione, il concessionario ha l'obbligo di mantenere e se necessario sostituire a proprie spese gli impianti di proprietà del Comune affidatigli ed è responsabile in via esclusiva di ogni eventuale danno provocato a terzi.
3. Il concessionario per le pubbliche affissioni non è soggetto al pagamento del canone concessorio di cui all'articolo 54. Non è soggetto altresì al pagamento dei diritti di progettazione e verifica di cui all'articolo 57.

Articolo 22 - Pubbliche affissioni prive di rilevanza economica

1. Rientrano nella fattispecie delle pubbliche affissioni prive di rilevanza economica le affissioni di natura istituzionale, culturale, sportiva, sociale o comunque prive di natura commerciale effettuate su richiesta dell'Amministrazione Comunale, di altri soggetti pubblici o su istanza di privati. L'affissione avviene ad opera del Comune o del concessionario del servizio di pubblica affissione.

2. Le affissioni prive di rilevanza economica sono effettuate esclusivamente nel formato cm. 70 x cm. 100 sugli espositori, in ragione di un manifesto per espositore, o sugli standardi e maxi standardi, in ragione di due o quattro manifesti per standardo.
3. Il PRIP individua le postazioni degli espositori, degli standardi e dei maxi standardi da destinare alle affissioni prive di rilevanza economica.

Articolo 23 - Pubbliche affissioni di manifesti funebri

1. L'affissione è consentita esclusivamente negli appositi impianti predisposti dal Comune di Potenza. Su tali impianti sono affissi annunci, ringraziamenti ed anniversari relativi ad eventi luttuosi ad opera del Servizio Affissioni o direttamente dalle aziende del settore sugli spazi assegnati.
2. Tutti i manifesti di carattere funebre hanno dimensioni standard di cm. 50 x cm. 35.
3. L'affissione dei manifesti funebri è consentita esclusivamente negli spazi predisposti su standardi di dimensioni cm. 100 x cm. 140, in ragione di otto annunci per standardo.
4. Il PRIP individua postazioni da destinare alle affissioni di cui al presente articolo per almeno venticinque standardi monofacciali, per una superficie complessiva non inferiore a mq. 35.
5. Le aziende di onoranze funebri possono gestire direttamente fino ad un massimo di due spazi per ogni standardo, dietro pagamento dell'imposta comunale sulla pubblicità per l'intero anno.
6. In ogni standardo è lasciato libero almeno uno spazio per le affissioni effettuate dal Servizio Affissioni su richiesta di aziende di onoranze funebri che non hanno altri spazi assegnati. In questo caso sarà versato al Comune o al suo concessionario il diritto per la pubblica affissione.

Articolo 24 - Pubbliche affissioni commerciali

1. Rientrano nella fattispecie le affissioni di natura commerciale o comunque aventi rilevanza economica, effettuate dal servizio affissioni su istanza di soggetti privati. L'affissione avviene per opera del Comune o del concessionario del servizio di pubblica affissione.
2. Le pubbliche affissioni commerciali sono effettuate su impianti tipo espositore, standardo, maxi standardo, mini poster, poster, nei formati mt. 0,70 x mt. 1,00, mt. 1,40 x mt. 1,00, mt. 1,00 x mt. 1,40, mt. 1,40 x mt. 2,00, mt. 2,00 x mt. 1,40, mt. 4,00 x mt. 2,00, mt. 6,00 x 3,00, mt. 8,00 x mt. 4,00.

Articolo 25 - Affissioni dirette

1. Rientrano nella fattispecie le affissioni di natura commerciale o comunque aventi rilevanza economica, effettuate direttamente da soggetti privati, comunque diversi dall'eventuale concessionario del servizio delle pubbliche affissioni.

2. Le affissioni dirette sono effettuate su impianti tipo espositore, standardo, maxi standardo, mini poster, poster, nei formati mt. 0,70 x mt. 1,00, mt. 1,40 x mt. 1,00, mt. 1,00 x mt. 1,40, mt. 1,40 x mt. 2,00, mt. 2,00 x mt. 1,40, mt. 4,00 x mt. 2,00, mt. 6,00 x 3,00, mt. 8,00 x mt. 4,00.
3. Il PRIP individua i lotti di impianti da affidare in concessione a seguito di procedure ad evidenza pubblica, mettendo a gara lotti eterogenei per formato e per tipologia (espositore, standardo, maxi standardo, mini poster, poster). Il relativo titolo abilitativo è di carattere concessorio.

CAPO IV - IMPIANTI PUBBLICITARI COMUNI

Articolo 26 - Disciplina generale

1. Rientrano nella tipologia degli impianti pubblicitari comuni tutti i manufatti, non ricompresi tra gli impianti per affissioni, utili alla vendita a terzi di spazi pubblicitari senza altro utilizzo di interesse generale.
2. Tali impianti possono inoltre essere a messaggio variabile ed avere illuminazione mediante luce propria o indiretta.
3. Gli impianti pubblicitari comuni possono essere collocati lungo le strade e su luogo pubblico o aperto al pubblico ovvero su preesistenze edilizie o suoli privati.
4. Gli impianti, sia murali che isolati, possono essere dotati di luci interne o di elementi illuminanti, purché il sistema di illuminazione risulti integrato e coerente alla linea dell'impianto. Gli impianti murali dotati di luci interne non devono superare un ingombro massimo di centimetri 20, elevabile a centimetri 30 ove l'impianto sia collocato ad una altezza non inferiore a metri 3,00 dal suolo.
5. La superficie massima consentita per questo tipo di impianti, sull'intero territorio comunale, è pari a mq. 1400.
6. Le autorizzazioni per questa tipologia di impianti hanno durata triennale, rinnovabile a seguito di specifica istanza presentata ai sensi del successivo articolo 58, comma 2. Possono richiederle le imprese iscritte al Registro di cui all'articolo 2 del presente Regolamento, nel limite massimo di mq 200 per ciascuna impresa.
7. Le autorizzazioni sono rilasciate dall'Ufficio Pubblicità seguendo l'ordine cronologico di presentazione della relativa istanza. In caso di istanza incompleta ovvero non conforme alle prescrizioni di cui al successivo articolo 56 del presente Regolamento, ai fini del rispetto del criterio cronologico si considera quale termine di presentazione della domanda quello di integrazione o regolarizzazione della documentazione prescritta.
8. L'Ufficio Pubblicità iscrive le autorizzazioni rilasciate ai sensi del precedente comma 7 in apposito registro visualizzabile da chiunque ne faccia richiesta.

Articolo 27 - Cartellonistica

1. Si definisce cartello ogni manufatto monofacciale, bifacciale o plurifacciale ammorsato ad una preesistenza edilizia o avente come supporto un'ideale struttura di sostegno, finalizzato alla diffusione di messaggi pubblicitari, sia direttamente che tramite sovrapposizione di tele, pannelli in metallo, legno, materiale plastico, adesivi e altro materiale idoneo.
2. Il cartello ha una superficie pubblicitaria massima di mq. 3.00 per ogni facciata e può essere posto in serie, nel qual caso la distanza tra un cartello e l'altro deve essere non inferiore a mt. 10,00.

Articolo 28 - Megaposter

1. Si definisce megaposter decorativo ogni sistema pubblicitario monofacciale o plurifacciale di dimensioni superiori a quelle del poster per affissioni e realizzato mediante soluzioni grafiche ottenute utilizzando tessuti speciali dipinti a mano, impressionati fotograficamente o pannelli di qualsiasi materiale.
2. E' possibile installare megaposter solo su preesistenze edilizie; in caso di mascheramento di cantieri edilizi e di ponteggi per la ristrutturazione di fabbricati urbani, la loro installazione non può essere superiore alla durata dei relativi lavori.
3. Sono assimilabili ai megaposter le soluzioni di disegno libero su muri o facciate di edifici, purché tutta la facciata o parte di essa distinta dal resto sia considerata nella progettazione ai fini della definizione delle dimensioni e delle tipologie dei manufatti. Tale tipo di intervento soggiace alle prescrizioni di cui all'articolo 52 del presente Regolamento.

Articolo 29 - Impianti a messaggio variabile

1. Si definisce impianto a messaggio variabile ogni struttura non illuminata, luminosa o proiettiva il cui messaggio pubblicitario sia erogato in forma intermittente o lampeggiante.
2. Rientrano in tale tipologia anche gli impianti che proiettano immagini su pareti prospicienti o fasci di luce finalizzati a identificare, localizzare o pubblicizzare determinati esercizi o attività.
3. L'impianto a messaggio variabile contenente anche informazioni di pubblica utilità è assimilato agli impianti pubblicitari di servizio di cui al successivo capo V.
4. Le dimensioni delle immagini proiettate da un impianto luminoso su pareti prospicienti non possono superare i mt. 6,00 x mt. 3,00 e il relativo fascio luminoso non deve interferire con il transito veicolare e pedonale.
5. Nel caso di fasci di luce notturni proiettati verso l'alto, l'Ufficio competente è tenuto ad accertare l'insussistenza di motivi ostativi attinenti alla sicurezza, al decoro urbano e all'impatto ambientale.

CAPO V - IMPIANTI PUBBLICITARI DI SERVIZIO

Articolo 30 - Definizione

1. Si definiscono impianti pubblicitari di servizio tutti i manufatti che garantiscono, insieme al messaggio pubblicitario, l'erogazione di un servizio di utilità pubblica, ovvero informazioni di tipo istituzionale, sociale e culturale, quali a titolo esemplificativo segnali di fermate dell'autobus, pensiline di attesa di mezzi di trasporto pubblico, transenne parapedoni, cestini, panchine, piante topografiche, pannelli elettronici a messaggio variabile e simili.
2. Tali impianti non sono assoggettati a preventive limitazioni quantitative, cosicché la relativa superficie non rileva ai fini del computo dei limiti previsti per le ulteriori tipologie d'impianti, e devono caratterizzarsi per la loro struttura sobria, solida ed essenziale ed essere tali da non comportare alcuna interferenza con la segnaletica stradale.
3. La distanza degli impianti pubblicitari di servizio dal ciglio stradale deve essere tale da permettere l'agevole uso dei marciapiedi e non procurare intralcio al traffico veicolare e pedonale.
4. Gli impianti pubblicitari di servizio possono essere luminosi, sia per luce propria sia per luce indiretta; la loro installazione è consentita anche in Ambito A, purché armonizzati con l'ambiente circostante.
5. Le installazioni singolari soggiacciono al regime autorizzatorio, quelle plurime, denominate circuiti, prevedono un titolo abilitativo di carattere concessorio.
6. Il PRIP definisce la tipologia e le localizzazioni dei circuiti di impianti sul territorio comunale.
7. La gestione dei circuiti di impianti di cui ai seguenti articoli sarà affidata mediante procedure ad evidenza pubblica. Ogni gestore non potrà amministrare più di una tipologia di impianto e dovrà farsi carico della posa degli impianti, con le modalità stabilite in apposite convenzioni sottoscritte con il Comune.

Articolo 31 - Indicazioni direzionali

1. Si definiscono indicazioni direzionali gli impianti metallici o luminosi di dimensioni fino a cm. 25 x cm. 125 collocate, esclusivamente in ambito B, su apposite piantane o mini totem. Le preinsegne, di cui all'articolo 47 del D.P.R. 495/92, non possono essere luminose per luce propria né indiretta.
2. Le strutture di supporto delle indicazioni direzionali devono essere poste ad almeno mt. 10 dalle intersezioni, ovvero, se in serie, distanziate di mt. 5,00 una dall'altra, fino ad un massimo di tre strutture.
3. In caso di piantane metalliche, l'indicazione direzionale deve essere posta ad almeno mt. 2,50 dal suolo. Non è consentito l'aggetto sulla sede stradale. Ogni struttura potrà contenere massimo sei indicazioni. Per i minitotem tale limite è elevato a dieci.
4. Le iscrizioni devono riportare con caratteri omogenei il nominativo dell'attività o il tipo servizio esercitato, l'eventuale marchio o logo e la freccia direzionale.

5. Le indicazioni direzionali devono rispettare le seguenti prescrizioni cromatiche:
 - ✓ fondo bianco e lettere nere per indicazioni direzionali di pubblica utilità (quartieri, uffici, etc.);
 - ✓ fondo marrone e lettere bianche per le indicazioni direzionali relative a monumenti e luoghi di rilevanza turistica;
 - ✓ fondo blu e lettere bianche per indicazioni direzionali di località;
 - ✓ fondo verde e lettere bianche per indicazioni direzionali di autostrade.
 - ✓ fondo nero e lettere gialle per le indicazioni direzionali commerciali.
6. Le piantane o i mini totem riportanti più indicazioni direzionali devono rispettare il seguente ordine di collocazione dal basso verso l'alto:
 - ✓ pubblica utilità;
 - ✓ turistiche;
 - ✓ località;
 - ✓ strade nazionali e autostrade;
 - ✓ commerciali.

Articolo 32 - Indicazioni viarie

1. Si definiscono indicazioni viarie gli impianti metallici o luminosi di dimensioni fino a cm. 20 x cm. 80 collocati su apposite piantane o mini totem.
2. In ambito A, la struttura delle indicazioni viarie deve essere uniforme ed armonizzata con il carattere architettonico dell'ambiente circostante. In ambito B sono consentite indicazioni viarie caratterizzate da un design moderno.
3. Le strutture di supporto delle indicazioni viarie devono essere poste al punto di intersezione di due vie. Non sono ammesse strutture in serie.
4. In caso di piantane metalliche, l'indicazione viaria deve essere posta ad almeno mt. 2,10 dal suolo. Non è consentito l'aggetto sulla sede stradale ed ogni struttura potrà contenere al massimo tre indicazioni. Per i minitotem tale limite è elevato a otto.
5. Le iscrizioni dovranno riportare con caratteri omogenei il nominativo dell'attività o il tipo di servizio esercitato, l'eventuale marchio o logo e la freccia direzionale.
6. Le indicazioni viarie devono rispettare le seguenti prescrizioni cromatiche:
 - ✓ fondo bianco e lettere blu per indicazioni viarie di pubblica utilità;
 - ✓ fondo arancio e lettere azzurre per le indicazioni viarie commerciali.
7. Nel caso di strutture di supporto contenenti indicazioni viarie commerciali ed istituzionali, queste ultime devono essere collocate in alto rispetto a quelle commerciali da collocarsi ad una distanza di almeno 20 cm.

Articolo 33 - Transenne parapedoni

1. Le transenne parapedoni fisse devono essere costituite da una struttura tubolare metallica continua, di colore brunito o testa di moro. La cornice di sostegno dello spazio pubblicitario deve essere del medesimo colore del tubolare.

2. In ambito A, la struttura delle transenne parapedoni deve essere uniforme ed armonizzata con il carattere architettonico dell'ambiente circostante. In ambito B sono consentite transenne parapedoni caratterizzate da un design moderno.
3. Lo spazio pubblicitario abbinato alle transenne non può superare, per ogni elemento, la seguente superficie:
 - ✓ mq. 1 in ambito A;
 - ✓ mq. 3 nelle restanti aree.In ogni caso, a seguito dell'inserimento delle transenne parapedoni lo spazio netto sul marciapiede deve essere almeno di metri 1. La pubblicità sulle predette transenne può essere apposta ad almeno 5 metri dall'area d'intersezione.

Articolo 34 - Arredo urbano

1. Possono essere utilizzate quali vettori di pubblicità esterna, facendo salva la migliore funzionalità primaria dei manufatti, i seguenti elementi di arredo urbano:
 - ✓ panchine;
 - ✓ cestini;
 - ✓ isole ecologiche;
 - ✓ aree giochi e svago;
 - ✓ distributori self;
 - ✓ totem informativi;
 - ✓ piante topografiche.
2. In ambito A, la struttura degli elementi di arredo urbano deve essere uniforme ed armonizzata con il carattere architettonico dell'ambiente circostante. In ambito B sono consentiti elementi di arredo urbano caratterizzati da un design moderno. All'interno di ogni parco urbano la tipologia degli impianti di arredo con sfruttamento pubblicitario dovrà esprimere carattere di uniformità nel design.

Articolo 35 - Isole verdi

1. (Abrogato)
2. (Abrogato)
3. (Abrogato)
4. (Abrogato)

Articolo 36 - Impianti di servizio legati alla mobilità urbana

1. Gli impianti di servizio legati alla mobilità urbana, quali paline di fermate e pensiline di attesa autobus, possono contenere uno spazio pubblicitario.
2. Le paline di fermata e le pensiline di attesa autobus devono essere poste in modo da non ostacolare il transito pedonale. Lo spazio netto sul marciapiede per la circolazione dei pedoni, dopo l'inserimento di detti impianti, deve essere di

almeno cm. 100. L'eventuale pannello pubblicitario sulle paline deve essere posto a non meno di mt. 2,20 dal piano di calpestio.

3. Le paline di fermata autobus possono essere bifacciali con superficie pubblicitaria massima per ogni facciata di cm. 70 x cm. 100. Sulle pensiline è possibile l'inserimento di messaggi pubblicitari su tutte le facciate senza limiti dimensionali.
4. La gestione dei messaggi pubblicitari sulle paline e pensiline di attesa bus è affidata a seguito di esperimento di procedura ad evidenza pubblica, ovvero assegnata secondo le modalità stabilite dal successivo articolo 41.

Articolo 37 - Sistemi di illuminazione complementare

1. Ai bordi delle strade senza marciapiedi e nella struttura di apposite ringhiere possono essere inserite fasce luminose con inserimento di messaggi pubblicitari.
2. La luminosità delle fasce deve essere del tipo "soffuso" e fungere da sistema di illuminazione complementare. La superficie delle fasce deve essere inalterabile al calore della luce e in ogni caso non può essere adibita a corrimano.
3. Le fasce luminose possono avere un'altezza massima di cm. 20 e devono essere poste ad almeno cm. 80 dal suolo.

Articolo 38 - Impianti a messaggio variabile

1. Si definisce impianto a messaggio variabile ogni struttura non illuminata, luminosa o proiettiva, il cui messaggio pubblicitario sia erogato in forma intermittente o lampeggiante, accoppiato a informazioni di natura istituzionale o di pubblica utilità.
2. La superficie massima ammissibile per ogni impianto a messaggio variabile è pari a mq. 18,00.

Articolo 39 - Strutture comunicative urbane

1. Al fine di valorizzare la qualità urbana attraverso l'inserimento di elementi di design, sono individuati distinti ambiti territoriali, denominati Strutture comunicative urbane.
2. Il PRIP individua le Strutture comunicative urbane, indicando i criteri generali e le disposizioni particolari richiesti ai fini dell'affidamento, a mezzo di procedure ad evidenza pubblica, degli impianti ivi previsti.
3. Negli ambiti territoriali individuati come Strutture comunicative urbane è vietata qualsiasi altra forma di pubblicità esterna, fatta eccezione per le indicazioni direzionali e le indicazioni viarie.

Articolo 40 - Convenzione

1. Le aziende titolate a gestire i vari impianti pubblicitari di servizio di cui al presente capo V devono stipulare una convenzione disciplinante gli obblighi e le

condizioni inerenti alla posa dei manufatti e all'attivazione di servizi di pubblico interesse.

Articolo 41 - Impianti in gestione per la mobilità urbana

1. La gestione della pubblicità all'interno delle scale mobili, sugli autobus urbani, sulle paline e sulle pensiline ubicate in corrispondenza delle fermate dei bus urbani può essere affidata all'azienda che gestisce il servizio di trasporto pubblico urbano.
2. Il gestore del servizio di trasporto pubblico, cui sia stata affidata la gestione della pubblicità ai sensi del precedente comma, potrà provvedervi anche per il tramite di operatori pubblicitari, ma dovrà in ogni caso attenersi alle prescrizioni del presente Regolamento.
3. Il gestore del servizio di trasporto pubblico, anche nell'ipotesi in cui si avvalga di operatori pubblicitari, prima dell'utilizzo a fini pubblicitari degli spazi individuati al precedente comma 1, è tenuto a predisporre ed a presentare all'Amministrazione Comunale una proposta progettuale contenente l'indicazione puntuale degli spazi da utilizzare all'interno delle scale mobili e del numero di autobus, paline e pensiline da utilizzare a fini pubblicitari, con evidenziazione, per ciascuna tipologia d'impianto, delle superfici complessivamente previste. La proposta deve contemplare anche l'utilizzo degli spazi pubblicitari a favore del Comune per comunicazioni di tipo istituzionale ovvero per pubblicità con finalità non commerciali.
4. La proposta formulata dal gestore del servizio di trasporto pubblico, ai sensi del precedente comma 3, è soggetta all'approvazione dell'Ufficio Pubblicità, cui compete anche il controllo sulla regolare gestione dei servizi pubblicitari affidati.

CAPO VI - INSTALLAZIONI TEMPORANEE

Articolo 42 - Installazioni temporanee

1. Si definiscono installazioni temporanee gli striscioni, i pannelli, i gonfaloni, le locandine, le bandiere e ogni elemento bidimensionale anche luminoso, monofacciale o bifacciale, realizzato in materiale di qualsiasi natura, non deperibile e resistente agli agenti atmosferici.
2. Il bordo inferiore di striscioni, pannelli, gonfaloni o bandiere posizionati al di sopra della carreggiata stradale deve essere a quota non inferiore a mt. 5,10; qualora posizionati al di sopra dei percorsi pedonali, la quota non può essere inferiore a mt. 2,50.
3. Su steccati, cantieri o recinzioni provvisorie (reti metalliche), possono essere collocati in modo ordinato pannelli temporanei, in proporzione al manufatto di sostegno, senza superarlo in altezza. La collocazione non deve lasciare spazi di discontinuità casuali o irregolari; le altezze e le quantità sono determinate dalle dimensioni del manufatto di supporto preesistente e dalla situazione ambientale.

4. E' ammessa la pubblicità a carattere generale su ponteggi con teli di grandi dimensioni, purché sia contenuta in una misura massima dell'ottanta per cento della superficie totale del ponteggio e posta ad una altezza minima dal piano di calpestio di mt. 2,50. Per gli edifici antichi in ambito A, la pubblicità deve essere inserita in una copertura che riproduca il disegno architettonico (non è ammessa la riproduzione fotografica). Il bozzetto del progetto deve essere preventivamente validato dal Ufficio competente per la Qualità Urbana.
5. Il titolo abilitativo previsto è il nullaosta se riferito a interventi per comunicazione pubblicitaria di carattere sociale, politico, religioso, culturale o comunque senza rilevanza economica. Per comunicazione pubblicitaria **a carattere commerciale**, in conto proprio o per conto terzi, il titolo abilitativo previsto è l'autorizzazione.
6. Possono richiedere autorizzazioni per la posa di impianti temporanei per pubblicità conto terzi esclusivamente i soggetti iscritti al Registro di cui all'articolo 2.

Articolo 43 - Segni orizzontali reclamistici

1. Si definisce segno orizzontale reclamistico la riproduzione mediante pellicole adesive su superficie stradale di scritte in caratteri alfanumerici, di simboli e marchi, finalizzati alla diffusione di messaggi pubblicitari o propagandistici.
2. 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 destinate allo svolgimento di manifestazioni di vario genere.
3. I segni orizzontali reclamistici, ove consentiti, devono essere realizzati con materiali rimovibili, ma ben ancorati alla superficie stradale, in maniera da non limitare l'aderenza al suolo dei veicoli transitanti e da non procurare inciampi ai pedoni.

Articolo 44 - Limiti temporali

1. Le installazioni temporanee sono ammesse per un massimo di 90 giorni non rinnovabili entro l'anno solare. Unicamente per la promozione pubblicitaria di manifestazioni culturali, sociali, politiche o religiose, è consentito il rinnovo nello stesso anno solare. All'interno delle stazioni di servizio carburanti la durata massima ammessa per questo tipo di impianti è l'intero anno solare.
2. L'autorizzazione per la pubblicità su recinzioni provvisorie di cantiere, su ponteggi e su altre opere di cantiere visibili dalla pubblica via, può avere una durata superiore ai 60 giorni e comunque non oltre la scadenza dell'anno solare in corso al momento del rilascio del titolo. Tale autorizzazione è rinnovabile per un ulteriore anno solare e decade, in ogni caso, alla chiusura dei lavori oggetto del cantiere.
3. I segni orizzontali reclamistici sono ammessi limitatamente al periodo di svolgimento delle manifestazioni a cui si riferiscono ed alle ventiquattro ore precedenti e successive.

CAPO VII - PUBBLICITA' ITINERANTE

Articolo 45 - Definizione

1. Si definisce pubblicità itinerante quella effettuata in movimento, con o senza l'ausilio di mezzi meccanici, con esposizione di messaggi pubblicitari su supporto mobile, con consegna di materiale pubblicitario o tramite espressione fonica.
2. Rientra in questa fattispecie anche la pubblicità effettuata mediante aeromobili e palloni frenati, quella effettuata mediante transito di mezzi aerei o mediante mongolfiere, sia mobili che ancorate al suolo. Dimensioni e tipologie degli elementi riportanti i messaggi pubblicitari, nonché la loro durata, sono valutati prima del rilascio di titolo abilitativo, tenendo conto delle esigenze di decoro urbano e della sicurezza.

Articolo 46 - Pubblicità sui veicoli in conto proprio

1. Si definisce pubblicità sui veicoli in conto proprio la pubblicità realizzata su automezzi privati. Tale tipo di pubblicità non può essere luminosa.
2. È sempre possibile, sui veicoli privati riconducibili ad una attività economica, l'apposizione di pubblicità non effettuata per conto terzi, consistente nella riproduzione del marchio o della ragione sociale della ditta cui appartiene il veicolo.
3. La superficie massima consentita per l'esposizione pubblicitaria sui veicoli è pari a 2 mq. in caso di autovetture e 8 mq. in caso di furgoni, autocarri e bus.
4. È consentita la pubblicità per conto proprio su autocarri appositamente predisposti ed opportunamente omologati, definiti "Vele", recanti messaggi pubblicitari non luminosi né variabili di dimensioni non superiori a mt. 6,00 x mt. 3,00. Il provvedimento di autorizzazione indica le zone in cui il mezzo può circolare e quelle in cui può sostare senza arrecare pregiudizio alla circolazione e alla pubblica incolumità. La sosta dell'automezzo su suolo pubblico o su area privata visibile da strade o aree di uso pubblico non può superare i 60 minuti consecutivi.
5. La pubblicità sui veicoli in conto proprio, se supera la superficie di 1 mq., è soggetta al rilascio di preventivo nullaosta, che ha validità triennale rinnovabile. Per la pubblicità su veicoli in conto proprio che occupi una superficie inferiore ad 1 mq. è necessaria la comunicazione di cui all'art. 50, comma 1, lett. j), avente efficacia triennale, anch'essa rinnovabile.

Articolo 47 - Pubblicità sui veicoli per conto terzi

1. La pubblicità sui veicoli per conto terzi senza preventive limitazioni quantitative è consentita sui mezzi adibiti al trasporto urbano, a condizione che non sia realizzata mediante messaggi luminosi e variabili e sia contenuta negli spazi posteriori e laterali del veicolo, entro forme geometriche regolari.

2. La gestione dei messaggi pubblicitari sui mezzi adibiti al trasporto urbano è soggetta a concessione, a seguito di procedura ad evidenza pubblica, ovvero assegnata secondo le modalità dettate dall'articolo 41.
3. La pubblicità per conto terzi su autocarri appositamente predisposti, definiti "Vele", recanti messaggi pubblicitari non luminosi né variabili di dimensioni non superiori a mt. 6,00 x mt. 3,00, è soggetta ad autorizzazione rilasciata su richiesta del proprietario del mezzo pubblicitario, il quale ha l'obbligo di presentare la dichiarazione e corrispondere la relativa Imposta sulla Pubblicità per ogni esposizione effettuata, temporanea o permanente. Il provvedimento di autorizzazione indica le zone in cui il mezzo può circolare e quelle in cui può sostare senza arrecare pregiudizio alla circolazione e alla pubblica incolumità. La sosta dell'automezzo su suolo pubblico o su area privata visibile da strade o aree di uso pubblico non può superare i 60 minuti consecutivi, salvo che l'operatore non provveda all'oscuramento del messaggio pubblicitario per tutto il tempo eccedente i 60 minuti.
4. Su suoli privati visibili dalla strada pubblica è possibile stazionare con "Vele" o semplici rimorchi, in occasione di eventi di carattere sociale, culturale, politico, religioso o commerciale, con esposizione di pannelli monofacciali o bifacciali anche luminosi a carattere variabile e dimensioni massime di mt. 6,00 x mt. 3,00.
5. Sono titolati a richiedere l'autorizzazione per gli impianti di cui ai due commi precedenti gli operatori iscritti al Registro di cui all'articolo 2. Il richiedente deve essere proprietario del mezzo, opportunamente omologato dagli Uffici della Motorizzazione Civile e riportante sul libretto di circolazione la dicitura "Noleggio con o senza conducente per conto terzi". L'autorizzazione ha validità di tre anni dal rilascio ed è rinnovabile.

Articolo 48 - Pubblicità fonica

1. Si definisce pubblicità fonica quella diffusa da autoveicoli, motoveicoli, rimorchi e ciclomotori. Possono essere diffusi unicamente messaggi di pubblico interesse disposti dall'autorità di pubblica sicurezza o dal Sindaco, ovvero messaggi di natura istituzionale, sociale, culturale, religioso o di tipo politico in caso di campagne elettorali.
2. Le organizzazioni di carattere sociale, culturale, religioso o politico che vogliono effettuare pubblicità fonica a sostegno di particolari iniziative devono comunicarlo al Comando di Polizia Locale almeno quarantotto ore prima, specificando l'intero testo del messaggio da comunicare, le vie interessate e gli orari di trasmissione.
3. La pubblicità fonica relativa ad un'iniziativa si esaurisce nell'arco di quarantotto ore, ad eccezione della pubblicità fonica relativa a manifestazioni circensi, che può essere effettuata da quarantotto ore prima del primo spettacolo fino al giorno in cui è prevista l'ultima esibizione.
4. All'interno del centro abitato la pubblicità fonica deve essere svolta nel rispetto dei periodi e delle fasce orarie di seguito specificate:

- Periodo dal 1° maggio al 30 settembre dalle ore 10,00 alle ore 12,00
dalle ore 17,00 alle ore 19,30
- Periodo dal 1° ottobre al 30 aprile dalle ore 10,00 alle ore 12,00
dalle ore 16,00 alle ore 18,30

Articolo 49 - Pubblicità ambulante

1. Si definisce pubblicità ambulante quella diffusa a mezzo di volantini, brochure e simili, pubblicizzanti iniziative di carattere sociale, politico, religioso, culturale o commerciale.
2. E' vietata la posa su suolo pubblico o sulle auto del materiale pubblicitario elencato al precedente comma 1, che potrà essere collocato esclusivamente nelle cassette postali o negli appositi contenitori posti all'interno o all'esterno di condomini.
3. Le organizzazioni di carattere sociale, culturale, religioso o politico che vogliono diffondere volantini a sostegno di particolari iniziative devono comunicarlo al Comando di Polizia Locale almeno quarantotto ore prima, allegando una copia del volantino e precisando gli orari in cui verrà effettuata la distribuzione del materiale.
4. Ogni campagna di volantinaggio non può durare più di cinque giorni.
5. Sono titolati alla diffusione di volantini di carattere commerciale, secondo le modalità stabilite dal presente Regolamento, solo gli operatori iscritti nel Registro degli operatori di pubblicità esterna di cui all'articolo 2.
6. La distribuzione in forma ambulante di materiale pubblicitario di carattere commerciale è subordinata alla presentazione, presso il competente Ufficio Pubblicità ed Affissioni del Comune, di una comunicazione preventiva di inizio attività, cui dovrà essere allegata una copia del volantino o della brochure da diffondere, nonché attestazione del pagamento della relativa Imposta sulla Pubblicità.

CAPO VIII - TITOLI ABILITATIVI

Articolo 50 - Attività pubblicitaria libera

1. Non sono soggette al rilascio di titolo abilitativo le seguenti forme pubblicitarie:
 - a) Pubblicità realizzata all'interno dei locali adibiti alla vendita di beni o alla prestazione di servizi, nonché i mezzi pubblicitari, ad eccezione delle insegne di esercizio a carattere permanente, esposti nelle vetrine e sulle porte di ingresso dei locali medesimi, purché siano attinenti all'attività in essi esercitata e non superino, nel loro insieme, la superficie complessiva di mezzo metro quadrato per ciascuna vetrina o ingresso.
 - b) Avvisi al pubblico esposti nelle vetrine o sulle porte di ingresso dei locali, o in mancanza nelle immediate adiacenze del punto di vendita, relativi all'attività svolta, nonché quelli riguardanti la localizzazione e

- l'utilizzazione dei servizi di pubblica utilità, che non superino la superficie di mezzo metro quadrato.
- c) Indicazioni di esercizio poste negli androni dei portoni o su pianerottoli interni di edifici che ospitano attività economiche. Qualora la superficie pubblicizzata sia superiore a mq 5, il soggetto interessato è comunque tenuto agli adempimenti inerenti all'imposta sulla pubblicità riguardanti la presentazione della dichiarazione ed il versamento del tributo.
 - d) Indicazioni di esercizio poste all'interno di centri commerciali o mercati coperti che non interessino i muri perimetrali di detti edifici e che non risultano visibili, in tutto o in parte, dalla strada pubblica. Qualora la superficie pubblicizzata sia superiore a mq 5, il soggetto interessato è comunque tenuto agli adempimenti inerenti all'imposta sulla pubblicità riguardanti la presentazione della dichiarazione ed il versamento del tributo.
 - e) Avvisi al pubblico riguardanti la locazione o la compravendita degli immobili su cui sono affissi, di superficie non superiore ad un quarto di metro quadrato.
 - f) Esposizione provvisoria di locandine ed altri manufatti di propaganda sulle vetrine di attività economiche.
 - g) Manifesti di carattere funebre posti di fianco l'ingresso di edifici significativi riguardo alla vita dell'estinto o di suoi familiari (residenza, luogo di lavoro, luoghi associazionistici, parrocchie ecc.).
 - h) Listini prezzi e menù, la cui esposizione sia obbligatoria secondo la normativa vigente, qualora non superino il mezzo metro quadrato.
 - i) Manifesti ed avvisi di natura politica o culturale, di superficie non superiore a un metro quadrato, posti su automezzi.
 - j) Esposizione pubblicitaria in conto proprio su veicoli che non superi la superficie di mq. 1. E' comunque dovuta una comunicazione all'Ufficio pubblicità, che dovrà riscontrarla e darne informazione agli organi di controllo.
 - k) Distribuzione di volantini di carattere sociale, culturale, religioso e politico.
 - l) Pubblicità fonica effettuata da associazioni di carattere sociale, culturale, religioso, politico o relativa a spettacoli circensi.
 - m) Stendardi, manifesti, locandine richiesti dagli Uffici Comunali da collocare in Centro Storico per la promozione di attività e per eventi che rivestono carattere di pubblico interesse, con la presenza o meno di sponsor commerciali. In presenza di sponsor, il soggetto interessato è comunque tenuto agli adempimenti inerenti all'imposta sulla pubblicità riguardanti la presentazione della dichiarazione ed il versamento del tributo.
 - n) Pubblicità, non visibile dall'esterno, effettuata all'interno di stadi, impianti sportivi e ricreativi in genere, cinema, stazioni dei servizi di trasporto pubblico di ogni genere e centri commerciali. Qualora la pubblicità non rientri nelle fattispecie di esenzione previste dall'articolo 17, comma 1, lett. e) - f), del D.Lgs. 507/93 e dall'articolo 1, comma 128, della Legge 266/2005, il soggetto interessato è comunque tenuto agli adempimenti inerenti all'imposta sulla pubblicità riguardanti la presentazione della dichiarazione ed il versamento del tributo.
 - o) Esposizione temporanea della pubblicità relativa a vendite promozionali o straordinarie che non superi complessivamente la superficie di tre metri quadrati per ciascuna vetrina o ingresso. Qualora la pubblicità non rientri

nelle fattispecie di esenzione previste dall'articolo 17, comma 1 lett a) - b), del D.Lgs. 507/93, il soggetto interessato è comunque tenuto agli adempimenti inerenti all'imposta sulla pubblicità riguardanti la presentazione della dichiarazione, che deve essere corredata dal bozzetto del messaggio pubblicitario con relative misure, ed il versamento del tributo.

2. (Abrogato).

Articolo 51 - Nullaosta

1. Sono soggetti al rilascio di nullaosta da parte del dirigente competente in materia di Pubblicità le seguenti forme pubblicitarie:
 - a) impianti pubblicitari, comunque diversi da quelli elencati nel successivo articolo 53, quali targhe murarie, vetrofanie, cavalletti, ecc.;
 - b) installazioni temporanee di carattere sociale, politico religioso o culturale;
 - c) iscrizioni pubblicitarie in conto proprio superiori a 1 mq. su veicoli
2. Il nullaosta è rilasciato in carta legale ed è subordinato alla verifica del rispetto delle norme del presente Regolamento e, **ove previsto**, del pagamento dei diritti di cui al successivo articolo 57.

Articolo 52 - Autorizzazione

1. Sono soggetti al rilascio di autorizzazione le seguenti forme pubblicitarie:
 - a) Le insegne frontali (articolo 10).
 - b) Le insegne a bandiera o verticali (articolo 11).
 - c) Le insegne su pali; (articolo 12).
 - d) I totem (articolo 13).
 - e) Le bacheche (articolo 15).
 - f) Le tende solari con scritte pubblicitarie (articolo 17).
 - g) Le strutture mobili di cui all'articolo 18, comma 4.
 - h) I cartelli, i megaposter e gli impianti a messaggio variabile posti su preesistenze edilizie o suoli privati (capo IV).
 - i) Le installazioni singolari rientranti nella casistica degli impianti pubblicitari di servizio di cui al capo V.
 - j) Le installazioni temporanee commerciali, in conto proprio o in conto terzi di cui all'articolo 42.
 - k) La pubblicità su veicoli per conto terzi di cui ai commi 3 e 4 dell'articolo 47.
2. Il soggetto richiedente deve versare per il rilascio dell'Autorizzazione e per ogni suo rinnovo i diritti di cui al successivo articolo 57.
3. L'autorizzazione è rilasciata su carta legale.
4. E' consentita la sostituzione del messaggio pubblicitario delle indicazioni di esercizio già abilitate con nullaosta o autorizzazione, purché non in contrasto con le norme regolamentari vigenti, dandone comunicazione in carta libera all'Ufficio Pubblicità, che provvederà a risconrarla e darne informazione agli organi di controllo. Alla comunicazione dovrà essere allegata una copia del precedente provvedimento, una foto dello stato di fatto ed un fotomontaggio raffigurante la nuova situazione.

5. Per sostituzione del messaggio pubblicitario si intende la modifica della dicitura e del disegno dell'indicazione di esercizio, senza intervento sulla struttura della stessa o modifica della superficie e/o delle sagome dei profili e purché la sostituzione non riguardi edifici soggetti a tutela.
6. (Abrogato)

Articolo 53 - Procedimento in sanatoria per indicazioni di esercizio

1. Le indicazioni di esercizio, che siano state oggetto di provvedimento del Comune di autorizzazione, concessione, nulla osta all'installazione, purché conformi alle prescrizioni di cui al presente Regolamento, possono essere sanate mediante richiesta di nullaosta o autorizzazione in sanatoria, a seconda che l'indicazione ricada rispettivamente nelle ipotesi di cui ai precedenti articoli 51 e 52, da inoltrare all'Ufficio pubblicità. L'intervenuta scadenza del provvedimento originario non esclude la possibilità dell'ammissione a sanatoria; sono ammesse a sanatoria anche le indicazioni di esercizio che siano state oggetto di dichiarazione a fini dell'Imposta sulla Pubblicità.
2. Il titolo in sanatoria rilasciato per gli impianti non temporanei ha durata triennale, rinnovabile. Per le pubblicità temporanee e le installazioni stagionali, la scadenza è fissata dal titolo rilasciato in sanatoria nel rispetto dei termini stabiliti dal presente Regolamento.
3. Il soggetto richiedente il rilascio del titolo in sanatoria, oltre ai diritti di cui al successivo articolo 57, deve provvedere al versamento di una somma a titolo di oblazione pari ad € 100,00 in caso di installazioni temporanee ed € 200,00 in caso di impianti di carattere stabile. Le attestazioni dei versamenti devono essere allegare alla richiesta.
4. E' dovuta altresì l'imposta comunale sulla pubblicità non versata per i periodi d'imposta precedenti alla richiesta di rilascio del titolo in sanatoria, a decorrere dall'attivazione dell'unità locale servita dall'impianto pubblicitario oggetto di sanatoria. I relativi importi sono oggetto di specifici avvisi di accertamento, con contestuale applicazione delle sanzioni e degli interessi previsti dalle disposizioni vigenti.
5. Il 20% degli introiti delle oblazioni di cui al precedente comma 3, sono destinati al potenziamento dei controlli per contrastare il fenomeno dell'abusivismo.

Articolo 54 - Concessione

1. Sono soggetti al rilascio di concessione le seguenti forme pubblicitarie:
 - ✓ Le affissioni dirette;
 - ✓ Gli impianti pubblicitari di servizio.
2. Gli impianti di affissioni dirette e i circuiti di impianti pubblicitari di servizio sono affidati in concessione, anche per lotti, a seguito di esperimento di specifiche procedure ad evidenza pubblica.
3. Il Concessionario individuato ai sensi del precedente comma 2 dovrà provvedere al primo versamento del canone concessorio dovuto all'Ente entro 30 giorni

dalla data della concessione, ancorché rilasciata in via provvisoria, calcolando il rateo del canone annuo proporzionatamente ai residui mesi dell'anno solare. Per gli anni successivi, il canone annuo dovrà essere interamente corrisposto entro il 31 gennaio di ciascun anno. Per l'ultimo anno di durata della concessione, entro il 31 gennaio dovrà essere versato il rateo del canone annuo rapportato ai restanti mesi di durata della concessione fino alla sua scadenza naturale.

4. (Abrogato)
5. Entro 15 giorni dalla scadenza della concessione, tutti i relativi impianti, se installati dal concessionario uscente, sono rimossi a cura e spese di quest'ultimo, con obbligo per il medesimo di ripristino dello stato dei luoghi preesistente al rilascio della concessione. Trascorso tale termine senza che ne sia intervenuta la rimozione, gli impianti sono acquisiti a titolo gratuito al patrimonio del Comune.
6. Il mancato pagamento entro i termini del canone concessorio ovvero la violazione degli obblighi previsti dal capitolato d'onere costituiscono causa di decadenza della concessione.
7. Costituisce altresì causa di decadenza dalla concessione l'installazione di postazioni abusive di impianti pubblicitari.

Articolo 55 - Soggetti titolati alla richiesta di titoli abilitativi

1. Per le indicazioni di esercizio, sono titolati a richiedere i relativi titoli abilitativi, sia di carattere permanente che provvisorio, gli esercenti l'attività economica o i rappresentanti legali di associazioni alle quali le indicazioni di esercizio fanno riferimento.
2. Per tutti gli altri impianti diversi da quelli di cui al precedente comma 1, ovvero per l'esercizio di comunicazioni pubblicitarie diverse dalle indicazioni di esercizio, sono titolati a richiedere i relativi titoli abilitativi gli operatori iscritti alla Camera di Commercio il cui oggetto sociale contempra la vendita a terzi di spazi pubblicitari.
3. Il titolo abilitativo è nominativo. Il subingresso nella titolarità avviene previa presentazione di specifica domanda. La cessione anche di un solo cartello pubblicitario equivale alla cessione del ramo d'azienda. La domanda di subingresso deve contenere la dichiarazione che il mezzo pubblicitario è conforme a quello autorizzato e alle norme contenute nel vigente Regolamento della Pubblicità.
4. Ogni variazione relativa al soggetto intestatario del titolo abilitativo (residenza, sede legale, domicilio fiscale, variazione della ragione giuridica, denominazione, ecc.) dovrà essere obbligatoriamente comunicata all'Ufficio Pubblicità del Comune entro 90 giorni dall'intervenuta variazione, a pena di decadenza del titolo abilitativo.

Articolo 56 - Documentazione

1. Per l'esposizione di indicazioni di esercizio ed altri mezzi pubblicitari collocati lungo le strade o da queste visibili, nonché per la pubblicità itinerante, la

domanda di titolo abilitativo deve essere presentata all'Ufficio Pubblicità dai soggetti direttamente interessati o da operatori pubblicitari regolarmente iscritti alla C.C.I.A.A. e al Registro di cui all'articolo 2 del presente Regolamento.

2. La domanda di titolo abilitativo deve essere presentata anche per i cartelli, le indicazioni di esercizio e gli altri mezzi pubblicitari che godono dell'esenzione dall'imposta, ovvero la cui esposizione sia obbligatoria per legge o regolamento.
3. La richiesta del titolo abilitativo deve essere effettuata utilizzando la specifica modulistica resa disponibile dal Comune di Potenza, anche attraverso il proprio sito Web istituzionale.
4. Alla domanda, in carta legale, deve essere allegata la seguente documentazione:
 - a) Autodichiarazione inerente il possesso di tutte le autorizzazioni amministrative necessarie allo svolgimento dell'attività e, per le indicazioni di esercizio, la destinazione d'uso del locale che ospita l'attività esercitata.
 - b) Nullaosta del proprietario della preesistenza edilizia o del suolo ove è prevista l'installazione dell'impianto. In caso di edifici condominiali, il nullaosta non è dovuto se l'impianto è posto su parete esterna che abbia come proiezione interna l'unità locale a servizio della quale viene posto l'impianto pubblicitario.
 - c) Per gli impianti permanenti, con esclusione delle indicazioni di esercizio, polizza assicurativa, per un importo di € 20,00 per ogni mq. di superficie degli elementi autorizzati, emessa per la copertura di danni a terzi derivanti dall'installazione degli impianti e a garanzia delle spese per l'eventuale rimozione coattiva degli stessi.
 - d) N. 1 marca da bollo (per i nulla osta le autorizzazioni e le concessioni)
 - e) attestazione del versamento dei diritti di progettazione e verifica di cui all'articolo 57 comma 2, laddove previsti.
5. Alla domanda deve essere altresì allegata, in triplice copia, la seguente documentazione tecnica, firmata da un professionista abilitato o, nel caso di indicazioni di esercizio, anche da un installatore:
 - a) Relazione tecnica descrittiva riguardo la tipologia del supporto pubblicitario, le sue dimensioni e le modalità di ancoraggio al suolo o ad una preesistenza edilizia, l'orientamento rispetto alla strada (parallela od ortogonale e se in aderenza al fabbricato), l'ubicazione (suolo pubblico o privato o area privata gravata da servitù di pubblico passaggio, area pertinenziale, edificio o area soggetti a vincoli), il periodo di esposizione, il rispetto delle distanze minime prescritte dal presente Regolamento.
 - b) Dichiarazione con cui si attesti che per il manufatto da collocare sono stati effettuati i relativi calcoli tecnici e che verrà realizzato e posto in opera tenendo conto della natura del terreno e della spinta del vento, in modo da assicurarne la stabilità.
 - c) Elaborati grafici in scala con relativa individuazione planimetrica:
 - ✓ La planimetria deve contenere l'esatto punto di installazione dell'impianto, la distanza del lato aggettante del mezzo pubblicitario dalla carreggiata, l'esistenza di segnali stradali di indicazione, di pericolo e di prescrizione, di impianti semaforici, di intersezioni, di imbocchi di gallerie, nonché l'indicazione della proprietà dell'area (se

pubblica o privata), con delimitazione della sede dell'attività e della relativa area pertinenziale.

- ✓ Il prospetto della preesistenza edilizia su cui collocare l'impianto deve contenere tutti gli elementi, compresi quelli decorativi, che formano la composizione della facciata, almeno fino al livello superiore a quello in cui è prevista la posa dell'impianto pubblicitario, la distanza da terra del bordo inferiore del mezzo pubblicitario, la profondità (spessore, lato) del mezzo pubblicitario e la sua eventuale proiezione (in centimetri) su suolo pubblico.
 - ✓ Particolari costruttivi dell'impianto e bozzetto a colori con indicazione di scritte, disegni e marchi da esporre nel caso di indicazioni di esercizio.
- d) Ove previsto, deposito dei calcoli ai sensi degli articoli 65, 93 e 94 del DPR 380/2001.
 - e) Schema dell'impianto elettrico, laddove è prevista l'illuminazione diretta o indiretta dell'impianto.
 - f) Documentazione fotografica dello stato di fatto, comprendente due o più foto a colori, che illustrino dettagliatamente il punto d'installazione, la facciata dell'edificio e l'ambiente circostante.
 - g) Almeno un fotomontaggio raffigurante l'impianto nel contesto viario ed uno raffigurante l'impianto in primo piano.
6. L'ufficio può richiedere motivatamente all'interessato ulteriore documentazione necessaria alla valutazione dell'istanza.
 7. Nel caso di cui al precedente comma 6, ovvero nel caso di documentazione incompleta, l'ufficio assegna all'interessato congruo termine per l'integrazione della documentazione. Trascorso inutilmente il termine assegnato, la domanda viene archiviata.
 8. Per la modifica strutturale, tipologica, dimensionale o per lo spostamento dei mezzi pubblicitari, deve essere presentata apposita istanza, corredata dalla prescritta documentazione, con esclusione di quella già acquisita agli atti in occasione della precedente domanda di titolo abilitativo.
 9. Le domande di rinnovo delle autorizzazione riferite alle indicazioni di esercizio possono far riferimento alla documentazione tecnica già presentata in sede di rilascio dell'autorizzazione originaria.
 10. Abrogato

Articolo 57 - Diritti di progettazione e verifica

1. Per il rilascio dei titoli abilitativi, nonché per le richieste di rinnovo delle autorizzazioni e per le comunicazioni obbligatorie prescritte dal presente Regolamento, sono dovuti i diritti di progettazione e verifica nella misura prevista alla data della presentazione al protocollo del Comune dell'istanza o dell'atto.
2. Gli importi dovuti per diritti di progettazione e verifica sono stabiliti come segue:

Documento	Causale	Importo
Comunicazione	Sostituzione del messaggio di indicazione di esercizio	--
Comunicazione	Cessione di ramo d'azienda	--
Comunicazione	Pubblicità su veicoli in conto proprio inferiore a mq. 1,00	--
Comunicazione	Volantinaggio di carattere commerciale	--
Nullaosta	Targhe murarie, Vetrofanie, Cavalletti e simili	€ 20,00
Nullaosta	Installazioni temporanee, segni orizzontali reclamistici	€ 10,00
Nullaosta	Pubblicità su veicoli in conto proprio superiore a mq. 1,00	€ 20,00
Autorizzazione	Indicazione di esercizio fino a mq. 5 (rinnovo – importo ridotto del 50%)	€ 80,00
Autorizzazione	Indicazione di esercizio oltre mq. 5 (rinnovo – importo ridotto del 50%)	€ 160,00
Autorizzazione	Cartellonistica (non luminosa – luminosa ovvero a messaggio variabile - luminosa a messaggio variabile)	€ 100,00
Autorizzazione	Installazioni temporanee	€ 20,00
Autorizzazione	Pubblicità su veicoli per conto terzi	€ 100,00
Autorizzazione/ Concessione	Tipologie pubblicitarie non riconducibili alle precedenti	€ 100,00

3. (Abrogato)
4. La Giunta comunale, entro il 31 Ottobre delibera eventuali aggiornamenti della tabella di cui al comma precedente, a valere per l'anno successivo.
5. Il 20% dei proventi dei diritti di progettazione e verifica è destinato al potenziamento delle attività dell'Ufficio Pubblicità, nello specifico ambito della verifica preliminare e del rilascio di titoli abilitativi, nonché alla manutenzione o al miglioramento degli impianti di proprietà del Comune.
6. Il versamento dei diritti di cui al presente articolo possono essere richiesti in rimborso se il versamento è stato effettuato più volte o in misura maggiore dell'importo dovuto, ovvero qualora la pratica sia di competenza di altro ufficio. I diritti non saranno comunque rimborsati se, a seguito di presentazione della pratica al protocollo, l'ufficio abbia avviato la relativa attività istruttoria.

Articolo 58 - Validità dei titoli abilitativi

1. Il nullaosta di impianti non temporanei non ha scadenza. Per le pubblicità temporanee la scadenza è fissata dal nullaosta, nei limiti consentiti dal Regolamento.
2. L'autorizzazione di impianti non temporanei ha validità triennale dalla data del rilascio ed è rinnovabile. La richiesta di rinnovo deve essere presentata almeno 60 giorni prima della scadenza e deve essere corredata dalla documentazione di cui all'articolo 56, ove necessaria ai fini del rinnovo, e dall'autodichiarazione attestante la conformità del mezzo pubblicitario a quanto già autorizzato.

L'autorizzazione dà diritto all'immediata installazione dell'impianto, che deve essere effettuata, a pena di decadenza, non oltre 60 giorni dal rilascio.

3. Per le pubblicità temporanee e le installazioni stagionali la scadenza è fissata dall'autorizzazione, nei limiti consentiti dal Regolamento.
4. L'autorizzazione per pubblicità sui veicoli per conto terzi, di cui ai commi 3 e 4 dell'articolo 47, ha durata triennale ed è rinnovabile.
5. La concessione ha durata fino a sette anni. È escluso l'istituto della proroga.
6. Qualsiasi titolo abilitativo in tema di esposizione pubblicitaria fa sempre salvi i diritti dei terzi.

Articolo 59 - Obblighi del titolare del titolo abilitativo

1. E' fatto obbligo al titolare del titolo abilitativo di:
 - a) Verificare il buono stato di conservazione degli impianti pubblicitari e delle loro strutture di sostegno;
 - b) Effettuare tutti gli interventi necessari al mantenimento degli impianti, alla loro pulizia, nonché al decoro e alla riqualificazione degli ambiti che li ospitano;
 - c) Adempiere, nei tempi richiesti, a tutte le prescrizioni impartite dall'Amministrazione comunale al momento del rilascio del titolo abilitativo o successivamente per intervenute e motivate esigenze.
 - d) Mantenere ben leggibile e aggiornata la targhetta identificativa di cui al comma 15 dell'articolo 7.
 - e) Procedere alla rimozione degli impianti, nel caso di decadenza o revoca del titolo abilitativo, di insussistenza delle condizioni di sicurezza, ovvero per cause di forza maggiore comunicate dall'Amministrazione comunale.
2. (Abrogato)
3. È fatto obbligo al titolare dell'autorizzazione per la posa di segni orizzontali reclamistici, nonché di striscioni, locandine, stendardi e luminarie, di provvedere alla rimozione degli stessi alla scadenza del titolo abilitativo, ripristinando lo stato dei luoghi.

Articolo 60 - Decadenza e revoca del titolo abilitativo

1. Costituiscono cause di decadenza del titolo abilitativo:
 - a) La cessazione o il trasferimento dell'attività pubblicizzata, da comunicarsi all'Ufficio Pubblicità entro 90 giorni dall'evento;
 - b) L'annullamento o la revoca, l'inesistenza o l'irregolarità dell'autorizzazione all'esercizio dell'attività;
 - c) La non rispondenza del messaggio pubblicitario autorizzato alle attività effettivamente esercitate;
 - d) La violazione degli obblighi prescritti in capo al titolare del titolo abilitativo di cui al precedente articolo 59;
 - e) La mancata posa in opera del mezzo pubblicitario entro 60 giorni dal rilascio dell'autorizzazione;

- f) (Abrogato)
2. Costituiscono cause di revoca del titolo abilitativo:
 - a) La realizzazione di opere o impianti di interesse pubblico;
 - b) La posa di impianti di segnaletica stradale;
 - c) La previsione all'interno del PRIP di un uso diverso dell'ambito in cui è presente il mezzo pubblicitario precedentemente abilitato, quando l'esecuzione degli interventi sia incompatibile con il mantenimento del mezzo pubblicitario;
 - d) Motivate e sopravvenute ragioni di interesse pubblico, di tutela della circolazione e sicurezza stradale, dei valori storici-architettonici dell'ambiente urbano e di quelli paesaggistici del territorio comunale, previa comunicazione di avvio del procedimento ai sensi della Legge n. 241/90.
 3. In caso di decadenza o revoca, il titolare del titolo abilitativo deve procedere alla rimozione a propria cura e spese del mezzo pubblicitario e dei segnali (articoli 134 e 136 del D.P.R. n. 495/92), entro 30 giorni dalla ricezione della comunicazione da parte dell'Amministrazione comunale, nonché provvedere sempre a propria cura e spese a rimettere in pristino lo stato dei luoghi. Resta esclusa ogni pretesa di rivalsa nei confronti del Comune, fatto salvo, in caso di revoca, il riconoscimento delle sole spese sostenute per la rimozione dell'impianto.
 4. Qualora il titolare decaduto non adempia all'obbligo di cui al precedente comma 3, l'Amministrazione comunale provvederà alla rimozione del mezzo e dei segnali con diritto di rivalsa nei confronti del titolare inadempiente.
 5. È negato il rilascio o il rinnovo di nuovi titoli abilitativi nel caso in cui il richiedente abbia pendenze con il Comune di Potenza a qualunque titolo in materia pubblicitaria (imposta sulla pubblicità, diritti di progettazione e verifica, imposta di bollo, canone di occupazione di suolo pubblico, canone di concessione, se dovuti, sanzioni in materia di codice della strada connesse all'impiantistica pubblicitaria).
 6. In sede di verifica delle pendenze di cui al comma precedente, non ostano al rilascio o al rinnovo del titolo esclusivamente le sanzioni in materia di codice della strada connesse all'impiantistica pubblicitaria pendenti alla data del 21.4.2015.

Articolo 61 - Regolarizzazioni dei mezzi pubblicitari

1. L'Ufficio Pubblicità provvede al censimento degli impianti pubblicitari esistenti sul territorio comunale e alla verifica della conformità degli stessi alle prescrizioni del presente Regolamento.
2. Tutti gli impianti conformi al presente Regolamento si intendono confermati secondo le prescrizioni e i limiti fissati nel relativo titolo abilitativo. Sono da ritenersi comunque conformi gli impianti le cui misure rientrino nel limite di tolleranza del 5% rispetto alle dimensioni prescritte.
3. Le insegne di esercizio, che risultino non conformi alle prescrizioni del presente Regolamento e prive del relativo titolo abilitativo, sono adeguate nel termine perentorio di novanta giorni decorrenti dalla notifica di apposita comunicazione

dell'Ufficio Pubblicità. In mancanza, si procede alla rimozione in danno del titolare dell'esercizio.

4. Tutti gli ulteriori impianti pubblicitari, diversi dalle insegne di esercizio, non conformi alle prescrizioni del presente Regolamento ovvero privi del relativo titolo abilitativo devono essere rimossi nel termine perentorio di novanta giorni, decorrente dall'entrata in vigore del presente Regolamento. In mancanza, si procede alla rimozione in danno del proprietario dell'impianto.

Articolo 62 - Norme transitorie

1. Le convenzioni stipulate tra l'Amministrazione comunale e le ditte installatrici di impianti pubblicitari di servizio di cui al precedente Capo V del Titolo II, in corso di validità alla data di entrata in vigore del presente Regolamento, esplicano i loro effetti fino alla data della loro naturale scadenza. Entro 30 giorni dalla scadenza della convenzione, le ditte comunicano all'Ufficio Pubblicità se intendono cedere al Comune a titolo gratuito gli impianti installati ovvero se intendono smobilizzarli a proprie spese. In caso di mancata comunicazione nel termine prescritto, gli impianti saranno acquisiti gratuitamente al patrimonio del Comune, fatta salva l'ipotesi in cui siano ritenuti dallo stesso Comune fatiscenti e/o pericolosi per la pubblica incolumità, nel qual caso saranno smobilizzati a cura del Comune ma con oneri a carico della ditta.
2. Le autorizzazioni relative agli impianti esistenti sul territorio di cui ai precedenti capi III e IV del Titolo II, in corso di validità alla data di entrata in vigore del presente Regolamento, esplicano i loro effetti fino alla data della loro naturale scadenza. Qualora, invece, le predette autorizzazioni risultassero scadute, i titolari hanno facoltà di richiedere entro 180 giorni dalla data di entrata in vigore del presente Regolamento, a pena di irricevibilità dell'istanza, la conferma della validità del titolo abilitativo per un periodo di dodici mesi decorrenti dalla data della richiesta, con espressa decadenza anticipata contestualmente alla data di approvazione del PRIP per gli impianti di cui al Capo IV e, per gli impianti di cui al Capo III, a seguito di completamento delle procedure ad evidenza pubblica. L'accoglimento dell'istanza è subordinato alla contestuale presentazione di apposita dichiarazione sostitutiva, resa ai sensi del DPR 445/2000, con la quale gli interessati attestano che gli impianti sono stati autorizzati, indicando ogni informazione relativa al titolo originario, e sono conformi alle norme di legge (Decreto Legislativo 30 aprile 1992, n.285 e relativo Regolamento attuativo - Codice dei Beni Culturali e del Paesaggio) e del presente regolamento, allegando adeguata documentazione fotografica e planimetrica su base catastale, illustrativa dello stato di fatto alla data dell'istanza e della collocazione degli impianti; per quelli installati in posizioni non conformi alle citate disposizioni, è possibile richiederne, anche in deroga a quanto stabilito dal precedente articolo 61, lo spostamento entro il raggio di 200 metri dal punto in cui risultano collocati.
3. Fino alla data di approvazione del PRIP non è possibile rilasciare nuovi titoli abilitativi ad esclusione di quelli relativi ad indicazioni di esercizio, installazioni temporanee e pubblicità itinerante; anche prima della redazione del PRIP, possono essere rilasciati i titoli abilitativi relativi agli impianti pubblicitari di servizio affidati in concessione a mezzo procedura di gara ad evidenza pubblica.

Nelle more del procedimento di gara, dalla predisposizione degli atti fino all'affidamento definitivo, la gestione viene assicurata dall'Ente attraverso l'organizzazione del relativo servizio con obbligo, da parte dell'utenza, di corrispondere un canone concessorio comprensivo di tutti i tributi, oneri e spese comunque denominati, determinato con delibera di Giunta Comunale.

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

CAPO I - DISCIPLINA GENERALE

Articolo 63 - Applicazione dell'imposta e del diritto

1. Secondo le disposizioni contenute nel Capo I del Decreto Legislativo 15 novembre 1993, n. 507, la pubblicità esterna e le pubbliche affissioni, in qualsiasi modo siano state eseguite nell'ambito del territorio comunale, sono soggette rispettivamente ad una imposta o al pagamento di un diritto a favore del Comune.

Articolo 64 - Classificazione del Comune

1. Ai sensi dell'art. 2 del citato DLgs 507/93, il Comune di Potenza è classificato nella classe III, in quanto capoluogo di provincia con una popolazione, al 31 dicembre 2011, di 68.227 abitanti.
2. In applicazione del comma 1 del su citato art. 2, entro il termine per l'approvazione delle tariffe relative all'Imposta sulla pubblicità e al Diritto sulle pubbliche affissioni, la Giunta Comunale prende atto, con proprio atto deliberativo, di eventuali variazioni intervenute nella consistenza della popolazione residente al 31 dicembre del penultimo anno precedente a quello in corso, quale risulta dai dati pubblicati annualmente dall'Istituto Nazionale di statistica, che comportino la modifica della classe di appartenenza del Comune.

Articolo 65 - La deliberazione delle tariffe

1. Agli effetti dell'applicazione dell'imposta sulla pubblicità e dei diritti sulle pubbliche affissioni, limitatamente alle affissioni di carattere commerciale, le località del territorio comunale sono suddivise in una categoria normale ed in una categoria speciale. Si considerano di Categoria Speciale, ai sensi dell'articolo 4 del D.Lgs. 507/93, le località del territorio comunale indicate nell'elenco allegato al presente Regolamento. Le rimanenti località sono considerate di categoria normale. La superficie del territorio in Categoria Speciale non può essere più del 35% del centro abitato e gli impianti per pubbliche affissioni in Categoria Speciale non possono essere più del 50% del totale.
2. Le tariffe ordinarie dell'Imposta sulla pubblicità e dei Diritti sulle pubbliche affissioni sono maggiorate del centocinquanta per cento con riferimento alle località rientranti nella Categoria Speciale.
3. La maggiorazione di cui al precedente comma 2 non trova applicazione durante l'esecuzione di lavori pubblici che impediscano o limitino la circolazione dei veicoli e/o il transito pedonale e che abbiano durata superiore a sei mesi,

limitatamente alla parte di località interessata dai lavori. La non applicazione della maggiorazione è disposta in via temporanea con provvedimento del Dirigente competente in materia di Imposta sulla pubblicità e Diritti sulle pubbliche affissioni a seguito del provvedimento formale di chiusura o di limitazione della circolazione in dette località. Ultimati i lavori pubblici e rimosso il vincolo al transito, con formale provvedimento del medesimo Dirigente, viene disposta la riapplicazione della maggiorazione prevista per le località della categoria speciale.

4. Le tariffe dell'imposta sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni sono deliberate, ai sensi dell'articolo 3, comma 5, del D.Lgs. 507/93, entro il 31 marzo di ogni anno e si applicano a decorrere dal 1° gennaio del medesimo anno; qualora entro il termine predetto non venga adottata alcuna deliberazione, si intendono confermate le tariffe dell'anno precedente.
5. Con la deliberazione di approvazione delle tariffe di cui al comma precedente, la maggiorazione da applicare alle tariffe della categoria speciale può essere stabilita in misura diversa da quella quantificata al precedente comma 2 e, comunque, entro il limite massimo del 150% della tariffa prevista per la categoria ordinaria; qualora non siano deliberate variazioni, continua ad applicarsi la maggiorazione già in vigore per l'anno precedente.

CAPO II - IMPOSTA SULLA PUBBLICITA' – DISCIPLINA

Articolo 66 - Presupposto dell'imposta

1. È soggetta all'Imposta comunale sulla pubblicità la diffusione di ogni messaggio pubblicitario, effettuata con qualsiasi forma di comunicazione visiva od acustica – diversa da quelle assoggettate al diritto sulle pubbliche affissioni – in luoghi pubblici o aperti al pubblico o che sia da tali luoghi percepibile.
2. Si considerano luoghi aperti al pubblico quelli a cui si può accedere senza necessità di particolari autorizzazioni.
3. Si considerano rilevanti ai fini dell'imposizione:
 - a) i messaggi diffusi nell'esercizio di un'attività economica allo scopo di promuovere la domanda e la diffusione di beni e servizi di qualsiasi natura;
 - b) i messaggi finalizzati a migliorare l'immagine del soggetto pubblicizzato.

Articolo 67 - Insegne di esercizio - Esclusione dall'imposta

1. Si definisce insegna di esercizio la scritta in caratteri alfanumerici, realizzata o supportata con materiali di qualsiasi natura, completata eventualmente da un simbolo o da un marchio, che sia posta nella sede o nelle pertinenze accessorie alla stessa e che abbia la funzione di indicare al pubblico e di contraddistinguere il luogo di svolgimento delle attività economiche, intendendosi le stesse, ai fini della esclusione del tributo, quelle commerciali e di produzione di beni o servizi.
2. L'esenzione dall'Imposta sulla pubblicità è riconosciuta alle insegne di esercizio con superficie complessiva non superiore a mq 5, che si limitino ad indicare l'attività generica esercitata, la titolarità, il marchio o simbolo dell'esercizio;

l'insegna può essere posta anche all'interno dello stesso esercizio, ovvero sulle vetrine e negli ingressi, sulle pareti soprastanti e laterali, anche se bifacciale o a più facce.

3. Le insegne poste su spazi ed aree pubbliche, o di terzi, in prossimità, o a distanza della sede dell'esercizio e comunque ubicate al di fuori della stessa, o delle eventuali pertinenze accessorie, sono soggette ad Imposta sulla pubblicità.
4. L'imposta è dovuta sulle insegne di esercizio che superano, singolarmente o complessivamente, la superficie di 5 metri quadrati. Detta superficie è da calcolare, secondo i criteri di cui all'articolo 7 del D.Lgs. 507/93, per ogni sede nel caso di pluralità di sedi esistenti nel territorio comunale.

Articolo 68 - Soggetto passivo

1. Il soggetto passivo tenuto al pagamento dell'imposta comunale sulla pubblicità, in via principale, è colui che dispone, a qualsiasi titolo, del mezzo attraverso il quale il messaggio pubblicitario è diffuso. E' obbligato solidalmente al pagamento dell'imposta colui che produce o vende i beni o fornisce i servizi oggetto della pubblicità.
2. Il pagamento dell'imposta non fa venir meno l'obbligo a carico del titolare del mezzo pubblicitario di richiedere il titolo abilitativo, comunque denominato, pena la rimozione del mezzo stesso.
3. Il titolare del mezzo pubblicitario è tenuto altresì, prima di iniziare la pubblicità ovvero in caso di variazione della stessa, a presentare al Comune apposita dichiarazione, ai sensi dell'articolo 8 del D.Lgs. 507/93.
4. Al titolare del mezzo pubblicitario è notificato l'eventuale avviso di accertamento e di rettifica e nei suoi confronti sono effettuate le azioni per la riscossione coattiva di imposta, accessori e spese.
5. Nel caso in cui non sia possibile individuare il titolare del mezzo pubblicitario, installato senza titolo abilitativo, ovvero nel caso in cui il procedimento di riscossione nei suoi confronti abbia esito negativo, il Comune notifica avviso di accertamento, di rettifica o invito al pagamento al soggetto indicato al comma 1 del presente articolo, sperando nei suoi confronti le azioni per il recupero del credito d'imposta, accessori e spese.

Articolo 69 - Modalità di applicazione dell'imposta

1. L'imposta sulla pubblicità è determinata in base alla superficie della minima figura geometrica nella quale è circoscritto il mezzo pubblicitario, indipendentemente dal numero dei messaggi nello stesso contenuti.
2. L'imposta per i mezzi polifacciali è calcolata in base alla superficie complessiva adibita alla pubblicità.
3. Le iscrizioni pubblicitarie, espresse anche in forma simbolica, non collocate su struttura propria, sono assoggettate all'imposta per la superficie corrispondente all'ideale figura piana minima in cui sono comprese.

4. L'imposta per i mezzi pubblicitari aventi dimensioni tridimensionali è calcolata in base alla superficie laterale complessiva del minimo solido geometrico nel quale può essere circoscritto il mezzo stesso.
5. Le superfici inferiori ad un metro quadrato si arrotondano per eccesso al metro quadrato e le frazioni di esso, oltre il primo, a mezzo metro quadrato.
6. Per superfici inferiori a 300 centimetri quadrati l'imposta non si applica.
7. Agli effetti del calcolo della superficie imponibile, i festoni, le bandiere, i mezzi di identico contenuto pubblicitario e quelli riferibili al medesimo soggetto passivo, purché collocati in connessione fra loro, sono considerati come unico mezzo pubblicitario.
8. La pubblicità ordinaria effettuata mediante locandine da collocare a cura dell'utenza all'esterno o all'interno di locali pubblici o aperti al pubblico è autorizzata dal Comune, previo pagamento dell'imposta. Il committente è tenuto a presentare la dichiarazione ai sensi dell'articolo 8 del D.Lgs. 507/93, con allegato elenco dei locali nei quali detti mezzi pubblicitari vengono collocati.
9. Per la pubblicità effettuata mediante distribuzione di manifestini o di altro materiale pubblicitario, ovvero mediante persone circolanti con cartelli o altri mezzi pubblicitari è dovuta l'imposta per ciascuna persona impiegata, per ogni giorno o frazione di giorno, indipendentemente dalla misura dei mezzi pubblicitari o dalla quantità di materiale distribuito.
10. L'imposta sulla pubblicità relativa alle affissioni dirette sugli impianti alle stesse destinati è commisurata alla superficie complessiva di ciascun impianto, calcolata con l'arrotondamento di cui al comma 5, applicato per ogni impianto.
11. Le maggiorazioni d'imposta a qualunque titolo sono sempre applicate alla tariffa base e sono cumulabili. Le riduzioni d'imposta non sono cumulabili.

Articolo 70 - Pagamento dell'imposta e del diritto

1. Il pagamento dell'Imposta sulla pubblicità e del Diritto sulle pubbliche affissioni aventi carattere commerciale deve essere effettuato prima di iniziare la pubblicità, mediante versamento su specifico conto corrente postale intestato al Comune. L'Autorizzazione e l'attestazione dell'avvenuto pagamento dell'imposta sulla pubblicità sono allegate alla dichiarazione di cui all'articolo 8 del D.Lgs. 507/93.
2. L'interessato deve conservare l'autorizzazione e la ricevuta comprovante i pagamenti eseguiti, da esibire su richiesta del personale di vigilanza e controllo del Comune o del Concessionario. Se l'autorizzazione ed il pagamento si riferiscono a pubblicità effettuata con veicoli o in forma ambulante, tale documentazione deve essere tenuta a bordo del veicolo o in possesso della persona ambulante. In caso di più veicoli o persona, ciascuno deve esser munito di fotocopia dei documenti autorizzativi.
3. Per la pubblicità relativa a periodi inferiori all'anno solare, l'imposta deve essere corrisposta in un'unica soluzione; per la pubblicità annuale, l'imposta, se d'importo superiore a 1.549,37 Euro, può essere corrisposta in rate trimestrali anticipate da effettuarsi entro il 31 gennaio, 30 aprile, 31 luglio e 31 ottobre.

Qualora la pubblicità annuale abbia inizio dopo una delle scadenze trimestrali sopra evidenziate e si opti per il pagamento rateale, prima di dare avvio alla pubblicità dovrà essere versato anticipatamente l'importo dell'imposta corrispondente alle rate già scadute.

4. Anche il pagamento del diritto relativo alle pubbliche affissioni non aventi carattere commerciale deve essere effettuato a mezzo di conto corrente postale intestato al Comune, al momento della richiesta del servizio d'affissione. L'attestazione del pagamento del diritto a mezzo del conto corrente postale è allegata alla comunicazione per l'affissione dei manifesti. Per il pagamento diretto l'Ufficio ovvero il Concessionario rilascia apposita ricevuta da bollettario o da sistema automatizzato.
5. Non si fa luogo al pagamento se l'imposta o il diritto da versare, per ciascun messaggio pubblicitario, è inferiore a 3 euro.
6. Il contribuente può richiedere il rimborso delle somme versate e non dovute entro il termine di cinque anni dal giorno del pagamento, ovvero da quello in cui è stato definitivamente accertato il diritto alla restituzione.
7. Il Comune provvede al rimborso, ovvero ne dispone il diniego, entro centottanta giorni dalla data di presentazione dell'istanza. In caso di richiesta di chiarimenti/integrazioni da parte dell'Ufficio, il termine per la conclusione del procedimento rimane sospeso fino alla data in cui risulta pervenuto il riscontro da parte del contribuente.
8. Non sono effettuati rimborsi per un ammontare d'imposta inferiore a 3 euro per anno d'imposta.

Articolo 71 - Rettifica ed accertamento d'ufficio

1. Il Comune procede alla rettifica delle dichiarazioni incomplete o infedeli o dei parziali o ritardati versamenti, nonché all'accertamento d'ufficio delle omesse dichiarazioni o degli omessi versamenti, notificando al contribuente un apposito avviso motivato con l'indicazione dell'imposta o maggiore imposta dovuta, della sanzione e degli interessi.
2. L'avviso di accertamento in rettifica o d'ufficio deve essere notificato al contribuente, anche a mezzo posta raccomandata con avviso di ricevimento, a pena di decadenza, entro il 31 dicembre del 5° anno successivo a quello in cui la dichiarazione o il versamento sono stati o avrebbero dovuto essere effettuati.
3. Nell'avviso devono essere indicati il soggetto passivo, le caratteristiche e l'ubicazione del mezzo, l'ammontare dell'imposta o della maggiore imposta accertata, delle sanzioni dovute e dei relativi interessi ed il termine di sessanta giorni entro cui effettuare il pagamento.
4. Nell'avviso devono essere inoltre precisate:
 - l'Ufficio emittente, il suo indirizzo ed orario di servizio ed il numero telefonico;
 - il responsabile del procedimento, se diverso dal funzionario di cui al successivo comma 5;

- il termine entro il quale si può ricorrere alla Commissione Tributaria competente e la forma da osservare, in conformità agli articoli 18,19,20 e 21 del D.Lgs. 31 dicembre 1992, n. 546;
5. Gli avvisi di accertamento sono sottoscritti dal funzionario responsabile della gestione dell'imposta. Nel caso di gestione del servizio in concessione, gli avvisi sono sottoscritti da un rappresentante del concessionario.

Articolo 72 - Riscossione coattiva

1. Le somme liquidate dal Comune per imposta, sanzioni ed interessi, se non versate nel termine di 60 giorni dalla notifica dell'avviso di accertamento, sono riscosse coattivamente sulla base dell'ingiunzione prevista dal R.D. 14 aprile 1910 n. 639, che costituisce titolo esecutivo, nonché secondo le disposizioni del titolo II del D.P.R. 29 settembre 1973, n. 602, e delle ulteriori norme vigenti in materia, in quanto compatibili, comunque nel rispetto dei limiti di importo e delle condizioni stabilite per gli agenti della riscossione in caso di iscrizione ipotecaria e di espropriazione forzata immobiliare
2. L'ordinanza ingiunzione di cui al comma precedente deve essere notificata al contribuente, a pena di decadenza, entro il 31 dicembre del terzo anno successivo a quello in cui l'accertamento è divenuto definitivo.
3. Non si procede all'accertamento e alla riscossione coattiva qualora l'ammontare dovuto, comprensivo di sanzioni ed interessi, non superi l'importo di euro 12, con riferimento ad ogni periodo d'imposta. Tale limite non trova applicazione qualora il credito derivi da ripetuta violazione degli obblighi di versamento.

CAPO III - IMPOSTA SULLA PUBBLICITÀ - TARIFFE

Articolo 73 - Tariffe

1. Le tariffe dell'Imposta sulla pubblicità sono deliberate dal Comune nelle misure stabilite dagli articoli 12, 13, 14 e 15 del D.Lgs. 507/93 e secondo quanto previsto dal presente capo.

Articolo 74 - Pubblicità ordinaria

1. L'imposta per la pubblicità ordinaria, effettuata con i mezzi di cui all'art. 4 del presente Regolamento, si applica, secondo la tariffa stabilita dall'art. 12 del D.Lgs. 507/93, per anno solare e per metro quadrato di superficie determinato con le modalità di cui al precedente articolo 69.
2. Per la pubblicità che ha durata non superiore a tre mesi si applica per ogni mese o frazione una tariffa pari ad un decimo di quella annua. Per la pubblicità che ha durata superiore a tre mesi si applica la tariffa annua.
3. Per la pubblicità effettuata mediante affissioni dirette, anche per conto altrui, di manifesti e simili sulle apposite strutture riservate all'esposizione di tali mezzi, si applica l'imposta in base alla superficie complessiva degli impianti, determinata in conformità al precedente articolo 69.

4. Per la pubblicità di cui ai commi precedenti che abbia superficie compresa fra metri quadrati 5,5 e 8,5, la tariffa dell'imposta è maggiorata del 50%; per quella con superficie superiore a metri quadrati 8,5 la tariffa dell'imposta è maggiorata del 100%.
5. Qualora la pubblicità di cui al presente articolo sia effettuata in forma luminosa, con luce diretta o indiretta, la tariffa dell'imposta è maggiorata del 100%.
6. Le maggiorazioni d'imposta si applicano con le modalità previste dall'articolo 69, comma 11 del presente regolamento.

Articolo 75 - Pubblicità con veicoli

1. L'imposta per la pubblicità con veicoli, effettuata con i mezzi compresi nelle tipologie previste dagli articoli 46 e 47 del presente regolamento, si applica secondo la tariffa stabilita dall'articolo 13, comma 1, del D.Lgs. 507/93, per anno solare e per metro quadrato di superficie determinata con le modalità di cui al precedente articolo 69.
2. Per la pubblicità effettuata all'esterno dei veicoli sono dovute le maggiorazioni stabilite dal comma 4 del precedente articolo 74, quando le dimensioni della stessa sono comprese nelle superfici da tale norma previste.
3. Qualora la pubblicità sia effettuata in forma luminosa con luce diretta o indiretta la relativa tariffa è maggiorata del 100%.
4. Per i veicoli adibiti ad uso pubblico l'imposta è dovuta al Comune che ha rilasciato la licenza di esercizio.
5. Per i veicoli adibiti a servizio di linea interurbana l'imposta è dovuta per metà a ciascuno dei comuni in cui ha inizio e fine la corsa.
6. Per i veicoli adibiti ad uso privato l'imposta è dovuta al Comune in cui il proprietario del veicolo ha la residenza anagrafica o la sede.

Articolo 76 - Pubblicità con veicoli dell'impresa

1. L'imposta per la pubblicità con veicoli dell'impresa effettuata per proprio conto, o adibiti ai trasporti per conto della stessa è dovuta, per anno solare, secondo la tariffa prevista dall'articolo 13, comma 3, del D.Lgs. 507/93, al Comune ove ha sede l'impresa o qualsiasi sua dipendenza, ovvero al Comune dove sono domiciliati i suoi agenti mandatarî che alla data del 1° gennaio di ciascun anno, o a quello successiva di immatricolazione, hanno in dotazione i veicoli suddetti.
2. Per i veicoli di cui al precedente comma, circolanti con rimorchio sul quale viene effettuata la pubblicità, la tariffa dell'imposta è raddoppiata.
3. Non è dovuta l'imposta in caso di mera indicazione sui veicoli di cui ai precedenti commi del marchio, della ragione sociale e dell'indirizzo dell'impresa, purché tali indicazioni siano apposte per non più di due volte e ciascuna iscrizione non superi la superficie di 0,5 mq.
4. L'imposta non è dovuta altresì per l'indicazione, sui veicoli utilizzati per il trasporto, della ditta e dell'indirizzo dell'impresa che effettua l'attività di

trasporto, anche per conto terzi, limitatamente alla sola superficie utile occupata da tali indicazioni.

5. L'attestazione dell'avvenuto pagamento dell'imposta deve essere conservata in dotazione al veicolo ed esibita a richiesta degli agenti autorizzati.

Articolo 77 - Pubblicità con pannelli luminosi

1. L'imposta per la pubblicità effettuata per conto altrui con pannelli luminosi ed altri mezzi compresi nelle tipologie previste dall'articolo 14, comma 1, del D.Lgs. 507/93, si applica, indipendentemente dal numero dei messaggi, secondo la tariffa stabilita dal medesimo comma 1 dell'articolo 14, per anno solare e per metro quadrato di superficie determinata con le modalità di cui al precedente articolo 69.
2. Per la pubblicità che ha durata non superiore a tre mesi si applica per ogni mese o frazione una tariffa pari ad un decimo di quella annua. Per la pubblicità che ha durata superiore a tre mesi si applica la tariffa annua.
3. L'imposta per la pubblicità di cui ai precedenti commi, effettuata per conto proprio dall'impresa, si applica in misura pari alla metà delle rispettive tariffe.

Articolo 78 - Pubblicità con proiezioni

1. L'imposta per la pubblicità effettuata in luoghi pubblici o aperti al pubblico con proiezioni ed altri mezzi compresi nelle tipologie previste dall'articolo 14, comma 4, del D.Lgs. 507/93, si applica per ogni giorno, indipendentemente dal numero dei messaggi e dalla superficie adibita alla proiezione, secondo la tariffa stabilita dal medesimo comma 4 dell'articolo 14.
2. Quando la pubblicità suddetta ha durata superiore a 30 giorni si applica, dopo tale periodo, una tariffa giornaliera pari alla metà di quella di cui al precedente comma.

Articolo 79 - Pubblicità varia

1. La tariffa dell'imposta per la pubblicità varia si applica secondo le disposizioni contenute nell'articolo 15 del D.Lgs. 507/93.

Articolo 80 - Imposta sulla pubblicità - Riduzioni

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

2. Alla pubblicità realizzata con mezzi che comprendono, oltre ai messaggi relativi ai soggetti ed alle manifestazioni di cui al precedente comma 1, anche l'indicazione di persone, ditte e società che hanno contribuito all'organizzazione delle manifestazioni stesse, si applica la riduzione prevista dal presente articolo. Nei casi in cui tali indicazioni siano associate a messaggi diffusi nell'esercizio di un'attività economica allo scopo di promuovere la domanda di beni o servizi, ovvero finalizzati a migliorare l'immagine del soggetto pubblicizzato si applica la tariffa dell'imposta senza alcuna riduzione.
3. I requisiti soggettivi previsti dalla lettera a) del comma 1 sono autocertificati nella dichiarazione di cui all'art. 8 del D.Lgs. 507/93, mediante sottoscrizione del rappresentante legale dell'ente interessato, con allegata copia di valido documento di riconoscimento. Il soggetto passivo dell'imposta sulla pubblicità può essere invitato dall'Ufficio a presentare, entro un termine congruo, la documentazione ritenuta necessaria a comprovare il possesso dei requisiti autocertificati. L'autocertificazione e la documentazione sono acquisite per la prima dichiarazione e non devono essere ripetute dallo stesso soggetto in occasione di successive esposizione di mezzi pubblicitari, nel qual caso è sufficiente confermare nella suddetta dichiarazione il permanere dei requisiti richiesti per l'accesso al beneficio.
4. I requisiti oggettivi di cui alle lettere b) e c) del primo comma sono, per quanto possibile, verificati direttamente dall'ufficio competente attraverso l'esame dei mezzi pubblicitari o dei loro fac-simile. Quando ciò non sia possibile o qualora sussistano incertezze in merito alle finalità del messaggio pubblicitario, il soggetto interessato autocertifica, nella dichiarazione e con le modalità di cui al precedente comma, la corrispondenza delle finalità delle manifestazioni, festeggiamenti e spettacoli a quelle previste dalle norme che danno diritto alla riduzione dell'imposta.

Articolo 81 - Imposta sulla pubblicità - Esenzioni

1. Sono esenti dall'imposta sulla pubblicità tutte le fattispecie espressamente contemplate dall'art. 17 del D.Lgs. 507/93.
2. Ai fini dell'applicazione delle esenzioni di cui al comma precedente, l'attività esercitata è quella risultante dalle autorizzazioni comunali, di pubblica sicurezza, di altre autorità, o accertata dal Registro delle imprese presso la Camera di Commercio.
3. I soggetti interessati all'esenzione di cui alla lettera b) del comma 1 dell'articolo 17 del D.Lgs. 507/93 devono presentare al Comune, prima della diffusione del messaggio pubblicitario, idonea documentazione o autocertificazione relativa al possesso dei requisiti richiesti per il beneficio. In mancanza si applicherà l'imposta sulla pubblicità nella misura prevista per la specifica fattispecie pubblicitaria.
4. L'esenzione dall'imposta prevista dalla lettera g) del comma 1 dello stesso articolo 17 del D.Lgs. 507/93 compete agli enti pubblici territoriali per la pubblicità effettuata nell'ambito della loro circoscrizione.

CAPO IV - IL SERVIZIO DELLE PUBBLICHE AFFISSIONI

Articolo 82 - Finalità

1. Il Comune, o il concessionario del servizio, assicura l'affissione negli appositi impianti di cui al precedente articolo 21, di manifesti finalizzati a erogare comunicazioni con finalità istituzionali, sociali o comunque prive di rilevanza economica, nonché di messaggi diffusi nell'esercizio di attività commerciali.
2. I manifesti aventi finalità istituzionali, sociali o comunque privi di finalità economiche sono quelli pubblicati di norma dal Comune, nonché quelli per i quali l'affissione è richiesta dai soggetti e per le finalità di cui agli articoli 20 e 21 del D.Lgs. 507/93.
3. La collocazione degli impianti destinati alle affissioni di cui al precedente comma 2 deve essere realizzata negli spazi di cui all'articolo 22 del presente regolamento, in posizioni idonee ad assicurare ai cittadini la conoscenza di tutte le informazioni relative all'attività pubblicizzata.
4. I manifesti che diffondono messaggi relativi all'esercizio di un'attività economica sono quelli che hanno per scopo di promuovere la domanda di beni o servizi o che risultano finalizzati a migliorare l'immagine del soggetto pubblicizzato.
5. I manifesti di natura commerciale la cui affissione viene richiesta direttamente al Comune sono dallo stesso collocati negli spazi di cui all'articolo 24 del presente regolamento.
6. I manifesti di natura commerciale da affiggere negli spazi di cui all'articolo 25 del presente regolamento, attribuiti a soggetti privati per l'effettuazione di affissioni dirette, sono classificati ai fini tributari come pubblicità ordinaria in conformità a quanto dispone l'articolo 12, comma 3, del D.Lgs. 507/93.
7. Verificandosi perduranti eccedenze di manifesti da affiggere in una particolare tipologia di impianti e, contemporaneamente, rilevandosi ricorrente disponibilità di spazi non utilizzati nelle altre tipologie di impianti, il Dirigente comunale competente per il servizio delle pubbliche affissioni può disporre una temporanea deroga, per non più di 3 mesi, dei limiti stabiliti per le relative fattispecie di impianti. Qualora perdurino le eccedenze e le disponibilità che hanno motivato la deroga, il su citato Dirigente propone alla Giunta Comunale la definitiva modifica della ripartizione degli spazi, ferma restando la superficie complessiva prevista per le affissioni dirette.

Articolo 83 - Affissioni - Prenotazioni - Registro cronologico

1. L'affissione s'intende prenotata dal momento in cui perviene all'ufficio affissioni del Comune ovvero, nel caso di gestione in concessione, all'ufficio affissioni istituito dal concessionario, la commissione accompagnata dall'attestazione dell'avvenuto pagamento del diritto.
2. Le commissioni sono iscritte nell'apposito registro ove sono contenute tutte le notizie alle stesse relative, tenuto in ordine cronologico di prenotazione e

costantemente aggiornato dal funzionario responsabile del servizio o da suo delegato.

3. Il registro cronologico è tenuto presso l'Ufficio affissioni e deve essere esibito a chiunque ne faccia richiesta.
4. Il committente può richiedere espressamente che l'affissione sia eseguita in determinati spazi da lui prescelti, corrispondendo una maggiorazione del 100% del diritto.

Articolo 84 - Criteri e modalità per l'espletamento del servizio

1. I manifesti devono essere fatti pervenire all'ufficio preposto, nell'orario di apertura, a cura del committente, almeno due giorni prima di quello dal quale l'affissione deve avere inizio.
2. I manifesti devono essere accompagnati da una distinta nella quale è indicato l'oggetto del messaggio pubblicitario, la quantità e il formato; nel caso di manifesti costituiti da più fogli è necessario allegare inoltre lo schema di composizione con riferimenti numerici progressivi ai singoli fogli di uno di essi, evidenziato con apposito richiamo.
3. Oltre alle copie da affiggere dovrà essere inviata all'ufficio affissioni una copia in più da conservare presso l'ufficio affissioni.
4. Le affissioni devono essere effettuate secondo l'ordine di precedenza relativo al ricevimento della commissione, risultante dal registro cronologico di cui al precedente articolo 83.
5. La durata dell'affissione decorre dal giorno in cui essa è stata effettuata al completo. Nello stesso giorno, su richiesta del committente, l'ufficio affissioni mette a sua disposizione l'elenco delle posizioni utilizzate con l'indicazione dei quantitativi affissi.
6. Su ogni manifesto affisso viene impresso il timbro dell'Ufficio, con la data di scadenza prestabilita.
7. Il ritardo nell'effettuazione delle affissioni causato da avverse condizioni atmosferiche si considera causa di forza maggiore. In ogni caso, quando il ritardo risulti superiore a dieci giorni dalla data richiesta, l'Ufficio provvede a darne tempestiva comunicazione scritta al committente.
8. La mancanza di spazi disponibili deve essere comunicata al committente per iscritto entro 10 giorni dalla richiesta di affissione, con l'indicazione del periodo nel quale l'affissione potrà essere effettuata.
9. Nei casi di cui ai precedenti commi 7 e 8, il committente può annullare la commissione con nota da inviarsi all'ufficio affissioni entro 10 giorni dal ricevimento delle comunicazioni sopra previste. L'annullamento della commissione non comporta oneri a carico del committente, al quale è rimborsata integralmente la somma versata entro novanta giorni dal ricevimento da parte dell'ufficio della comunicazione di annullamento. I manifesti restano a disposizione del committente presso l'ufficio affissioni per 30 giorni e possono essere allo stesso restituiti o inviati ad altra destinazione dallo stesso indicata,

con il recupero delle sole spese postali direttamente trattenute sull'importo da rimborsare.

10. Nel caso in cui la disponibilità degli impianti consenta di provvedere all'affissione di un numero di manifesti inferiore a quello richiesto o per una durata minore, l'ufficio affissioni provvede ad avvertire il committente per iscritto. Se entro cinque giorni da tale comunicazione la commissione non viene annullata, l'ufficio procede all'affissione nei termini e per le quantità rese note all'utente e dispone entro 30 giorni il rimborso al committente dei diritti eccedenti quelli dovuti. I manifesti non affissi restano a disposizione dell'utente per 30 giorni, scaduti i quali saranno inviati al macero, salvo che ne venga richiesta la restituzione o l'invio ad altra destinazione, con il recupero delle sole spese, il cui importo viene detratto direttamente dall'importo da rimborsare.
11. In tutti i casi in cui compete al committente il rimborso totale o parziale del diritto sulle affissioni, lo stesso, con apposita comunicazione per iscritto, può autorizzare l'Ufficio ad effettuare il conguaglio fra l'importo dovuto per affissioni successivamente richieste e quello di cui spetta il rimborso.
12. Il Comune ha l'obbligo di sostituire gratuitamente i manifesti strappati o comunque deteriorati e qualora non disponga di altri esemplari dei manifesti da sostituire, deve darne immediata comunicazione al richiedente riservandogli, nel frattempo, la disponibilità dei relativi spazi.
13. I manifesti pervenuti per l'affissione senza la relativa commissione formale e l'attestazione dell'avvenuto pagamento del diritto, se non ritirati dal committente entro 30 giorni da quando sono pervenuti, saranno inviati al macero senza ulteriore avviso.
14. Per le affissioni commerciali richieste nello stesso giorno in cui è stato consegnato il materiale da affiggere o entro i due giorni successivi e per le affissioni da effettuare nelle ore notturne, dalle ore 20 alle ore 7, o nei giorni festivi è dovuta la maggiorazione del 10% del diritto, con un minimo di € 25,82 per ciascuna commissione.
15. Nell'ufficio affissioni devono essere esposti, per la pubblica consultazione, le tariffe del servizio, l'elenco degli spazi destinati alle pubbliche affissioni, con l'indicazione delle categorie alle quali detti spazi appartengono, ed il registro cronologico delle commissioni.
16. Le disposizioni previste per l'imposta sulla pubblicità dal D.Lgs. 507/93 e dal presente regolamento si applicano, per quanto compatibili, anche al diritto sulle pubbliche affissioni.

CAPO V - DIRITTO SULLE PUBBLICHE AFFISSIONI - TARIFFE

Articolo 85 - Tariffe - Applicazione e misura

1. Il diritto sulle pubbliche affissioni è dovuto al Comune in solido da chi richiede il servizio e da colui nell'interesse del quale esso viene effettuato.
2. Il diritto è comprensivo dell'imposta sulla pubblicità relativa ai manifesti ed agli altri mezzi affissi e per i quali il diritto viene corrisposto.

3. Il diritto sulle pubbliche affissioni è dovuto, per ciascun foglio di dimensioni fino a cm. 70 x 100, nella misura stabilita dall'art. 19 comma 2 del D.Lgs. 507/93, distintamente per i primi 10 giorni e per ogni periodo successivo di 5 giorni o frazione.
4. Per le commissioni inferiori a 50 fogli il diritto di cui al precedente comma è maggiorato del 50 per cento.
5. Per i manifesti costituiti da 8 fino a 12 fogli il diritto è maggiorato del 50%; per quelli costituiti da più di 12 fogli è maggiorato del 100%.
6. Le maggiorazioni del diritto, a qualunque titolo previsto, sono cumulabili tra loro e si applicano sulla tariffa base.
7. Le eventuali aggiunte ai manifesti già affissi sono soggette al pagamento del diritto corrispondente alla tariffa prevista per i primi 10 giorni.
8. Qualora il committente richieda espressamente che l'affissione avvenga in determinati spazi da lui prescelti, è dovuta la maggiorazione del 100%.
9. Per le affissioni richieste per il giorno in cui è stato consegnato il materiale da affiggere o entro i due giorni successivi, se trattasi di affissioni di contenuto commerciale, ovvero per le ore notturne dalle 20 alle 7 o nei giorni festivi, è dovuta la maggiorazione del 10% del diritto, con un minimo di € 25,82 per ciascuna commissione.
10. La maggiorazione di cui al precedente comma 9 è dovuta anche per le affissioni di manifesti mortuari, salvo che all'affissione non provvedano direttamente le imprese interessate.

Articolo 86 - Tariffe - Riduzioni

1. Le tariffe del diritto per il servizio delle pubbliche affissioni sono ridotte alla metà nei casi espressamente previsti dall'art. 20 del D.Lgs. 507/93.
2. Ai fini dell'applicazione della riduzione alla metà della tariffa, i requisiti soggettivi e oggettivi previsti devono essere attestati con le modalità di cui al precedente art. 80, rispettivamente commi 3 e 4.
3. Le riduzioni non sono cumulabili e non si applicano alla misura minima del diritto stabilita in € 25,82 per ogni commissione dall'articolo 22, comma 9 del D.Lgs 507/93.

Articolo 87 - Diritto - Esenzioni

1. Sono esenti dal pagamento del Diritto sulle pubbliche affissioni tutte le fattispecie espressamente contemplate dall'art. 21 del D.Lgs. 507/93.
2. Per i manifesti esenti ai sensi della lettera a) del comma 1 dell'art. 21 del D.Lgs. 507/93 si fa riferimento alle attività e funzioni che il Comune esercita secondo le leggi statali e regionali, le norme statutarie, le disposizioni regolamentari e quelle che hanno per finalità la cura degli interessi e la promozione dello sviluppo della comunità.

3. Per i manifesti esenti ai sensi della lettera f) del medesimo articolo 21, comma 1, del D.Lgs. 507/93, il soggetto che richiede l'affissione gratuita è tenuto a precisare nella richiesta la disposizione di legge per effetto della quale l'affissione sia obbligatoria.

TITOLO IV - DISPOSIZIONI FINALI E TRANSITORIE

CAPO I - SANZIONI, INTERESSI E CONTENZIOSO

Articolo 88 - Sanzioni tributarie

1. Per le violazioni delle norme relative all'imposta sulla pubblicità e al diritto sulle pubbliche affissioni trovano applicazione le sanzioni previste dall'art. 23 del D.Lgs. 507/93, nonché le disposizioni contenute nei Decreti Legislativi n. 471,472 e 473 del 18/12/97 e successive modificazioni ed integrazioni.

Articolo 89 - Interessi

1. Sulle somme dovute e non versate nei termini ordinari prescritti per l'imposta sulla pubblicità e per il diritto sulle pubbliche affissioni, si applicano gli interessi nella misura pari al tasso di interesse legale corrente, calcolati con maturazione giorno per giorno, con decorrenza dal giorno in cui sono divenuti esigibili.
2. Sui rimborsi dovuti ai contribuenti gli interessi sono calcolati nella misura indicata nel comma precedente, a decorrere dalla data dell'eseguito versamento.

Articolo 90 - Sanzioni amministrative

1. Il Comune è tenuto a vigilare, a mezzo del Corpo di Polizia Municipale e del Servizio Pubblicità ed Affissioni, sulla corretta osservanza delle disposizioni legislative e regolamentari riguardanti l'effettuazione della pubblicità e delle affissioni dirette alla stessa assimilate, richiamate o stabilite dal Regolamento. Ove i servizi di gestione, accertamento e riscossione dell'Imposta sulla pubblicità e del Diritto sulle pubbliche affissioni fossero svolti in regime di concessione, le attività di controllo sopra richiamate sono svolte dal Concessionario dietro indirizzo e coordinamento dell'Ufficio Pubblicità.
2. Le violazioni delle disposizioni legislative e regolamentari riguardanti l'effettuazione della pubblicità sono sanzionate ai sensi dell'art. 23 del decreto legislativo 30 aprile 1992, n. 285 (Codice della Strada) .
3. Per l'inosservanza alle norme del presente regolamento, non già previste dal decreto legislativo 30 aprile 1992, n. 285 e successive modificazioni ed integrazioni, si applica la sanzione da euro 150,00 ad euro 900,00 sulla base dei principi generali previsti nelle norme del capo I, sezione I, della legge 24 novembre 1981, n. 689.
4. 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 pubblicitario.
5. Il verbale di accertamento della violazione contiene anche l'intimazione al trasgressore e/o obbligato in solido a rimuovere l'impianto pubblicitario abusivo

entro il termine di 5 giorni per la pubblicità temporanea e di 20 giorni per gli altri mezzi, decorrenti dalla data di contestazione o notifica del verbale stesso.

Ai sensi dell'art. 14 della legge 24 novembre 1981, n. 689, il verbale deve essere notificato al trasgressore e obbligato in solido entro 90 giorni dall'accertamento e riportare gli estremi della violazione.

6. I supporti (tralicci di sostegno, pali, cassoni illuminati, telai, quadri per affissioni, ecc.) degli impianti pubblicitari abusivi devono essere rimossi unitamente alla pubblicità.
7. Il Comune procede d'ufficio alla rimozione dell'impianto abusivo qualora non vi provveda direttamente il trasgressore.
8. Nella ipotesi in cui il mezzo pubblicitario abusivo rechi grave pregiudizio o rappresenti imminente pericolo di danno a persone o cose ovvero sia di ostacolo alla regolare circolazione di veicoli e pedoni, il Comune può disporre la rimozione d'ufficio, senza necessità di preventiva notifica al trasgressore della contestazione della violazione commessa.
9. Il mezzo pubblicitario rimosso d'ufficio è depositato in appositi locali dell'Amministrazione Comunale. Le spese per tale rimozione per il deposito sono addebitate al responsabile della violazione. Le spese di deposito sono determinate secondo le tariffe vigenti per le civiche Depositarie.
10. In caso di pubblicità abusiva il Comune, indipendentemente dalla procedura di rimozione e dall'applicazione della sanzione amministrativa può effettuare l'immediata copertura della pubblicità abusiva, in modo che sia privata di efficacia pubblicitaria, ovvero la defissione dei manifesti abusivi, procedendo successivamente alla notifica di avviso per il recupero delle somme dovute dal responsabile della violazione.
Le spese di copertura e defissione sono determinate nella misura dei costi sostenuti dal Comune.
11. La defissione o il danneggiamento dei manifesti di copertura della pubblicità abusiva comporta l'applicazione della sanzione amministrativa di cui all'articolo 664 del Codice Penale.
12. I mezzi pubblicitari esposti abusivamente, rimossi d'ufficio e depositati in appositi locali, possono essere confiscati – ai sensi dell'articolo 20 della Legge 24 novembre 1981, n. 689 – quali cose costituenti il prodotto di attività illecita e, con il medesimo provvedimento di confisca, sono sequestrati – ai sensi dell'articolo 24 del Decreto Legislativo 15 novembre 1993, n. 507 – a garanzia del pagamento dell'imposta sulla pubblicità, della tassa per l'occupazione di fatto del suolo pubblico, delle soprattasse, di ogni altra eventuale somma dovuta, delle spese di rimozione e di custodia, degli interessi e delle somme accessorie.
13. Entro e non oltre il termine di sessanta giorni dalla notifica del provvedimento sanzionatorio e cautelare, il responsabile dell'esposizione abusiva può ottenere la restituzione del mezzo pubblicitario, a condizione che o estingua l'intero debito di cui al precedente comma 12 o versi preventivamente la cauzione stabilita nel provvedimento stesso.

Trascorso inutilmente il suddetto termine, il Comune, a scelta insindacabile, può distruggere od alienare il mezzo pubblicitario; le spese sostenute per la distruzione sono a totale carico del responsabile dell'esposizione abusiva.

In caso di vendita, il ricavato è destinato all'estinzione del debito, con precedenza per quello meno garantito.

L'eventuale attivo, risultante dal pagamento di tutte le passività, è messo a disposizione del responsabile dell'esposizione abusiva.

Qualora il ricavato sia insufficiente, al debito residuo insoddisfatto si applica il procedimento della riscossione coattiva in atto presso i competenti uffici comunali.

14. Ove il responsabile della esposizione abusiva non adempia al pagamento delle spese di distruzione del mezzo pubblicitario nei termini indicati nella richiesta stessa, al debito relativo si applica la medesima procedura della riscossione coattiva.
15. In caso di occupazione non autorizzata di spazi ed aree pubbliche con manufatti pubblicitari, il Comune, indipendentemente dal procedimento sanzionatorio, procede alla rimozione e demolizione d'ufficio del mezzo stesso con le modalità di cui al precedente comma 13.
Le relative spese sono addebitate al responsabile della violazione.

Articolo 91 - Giurisdizione tributaria

1. La giurisdizione dell'imposta sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni è attribuita alle Commissioni Tributarie provinciale e regionale ed è disciplinata dalle disposizioni sul processo tributario sancite dal D.Lgs. 31 dicembre 1992, n. 546.

CAPO II - DISPOSIZIONI FINALI E TRANSITORIE

Articolo 92 - Norme di rinvio

1. Per tutto quanto non espressamente contemplato nel presente regolamento, si applicano le disposizioni del Decreto Legislativo 15 novembre 1993 n. 507, e successive modificazioni ed integrazioni, nonché le altre norme di legge e regolamentari applicabili in materia.

Articolo 93 - Entrata in vigore

1. Con l'entrata in vigore del presente Regolamento, si intendono sostituite tutte le norme in materia precedentemente approvate dal Comune.