

- Il “ *Regolamento Comunale per la disciplina della pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni e per l’applicazione dell’imposta di pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni*” è stato approvato con deliberazione di Consiglio Comunale n. 37 del 28/03/2002.
  
- Con deliberazione di Consiglio Comunale n. 136 del 21-22/11/2005 sono stati modificati i seguenti artt: 6, 8, 10, 14, 23, 26, 27, 31, 35.
  
- Con deliberazione di Consiglio Comunale n. 50 del 14/06/2010 sono stati cancellati il terzo periodo del comma 4 dell’art. 17 e l’ultimo periodo del N.B. dell’allegato A.



1

# COMUNE DI TARANTO

**REGOLAMENTO COMUNALE PER LA DISCIPLINA DELLA  
PUBBLICITA' E DELLE AFFISSIONI E PER L'APPLICAZIONE  
DELL'IMPOSTA SULLA PUBBLICITA' E DEL DIRITTO SULLE  
PUBBLICHE AFFISSIONI**

D.Lgs. 15 novembre 1993, n. 507

IL SEGRETARIO GENERALE  
(Dr. Giuseppe Luigi SPADA)



## INDICE

### CAPO I – DISPOSIZIONI GENERALI

|  |        |
|--|--------|
| ART. 1 – OGGETTO DEL REGOLAMENTO.....        | PAG. 5 |
| ART. 2 – CLASSIFICAZIONE DEL COMUNE .....    | PAG. 5 |
| ART. 3 – FORME DI GESIONE DEL SERVIZIO ..... | PAG. 5 |
| ART. 4 – FUNZIONARIO RESPONSABILE .....      | PAG. 6 |

### CAPO II – DISCIPLINA DELLA PUBBLICITA'

|   |        |
|---|--------|
| ART. 5 – DISCIPLINA GENERALE DEI MEZZI E DELLE FORME PUBBLICITARIE.....   | PAG. 8 |
| ART. 6 – DIVIETI DI INSTALLAZIONE ED EFFETUAZIONE DI PUBBLICITA'.....     | PAG. 8 |
| ART. 7 – CONDIZIONI E LIMITAZIONI PER LA PUBBLICITA' LUNGO LE STRADE..... | PAG. 9 |
| ART. 8 – TIPOLOGIA DEI MEZZI PUBBLICITARI.....                            | PAG.12 |
| ART. 9 – CARATTERISTICHE E MODALITA' DI INSTALLAZIONE .....               | PAG.13 |
| ART. 10 – AUTORIZZAZIONI .....  | PAG.13 |
| ART. 11 – OBBLIGHI DEL TITOLARE DELL'AUTORIZZAZIONE .....                 | PAG.15 |

### CAPO III – PIANO GFNERALE DEGLI IMPIANTI PUBBLICITARI

|  |        |
|--|--------|
| ART. 12 – CRITERI GENERALI .....                       | PAG.18 |
| ART. 13 – LA PUBBLICITA' ESTERNA .....                 | PAG.18 |
| ART. 14 – GLI IMPIANTI E LE PUBBLICHE AFFISSIONI ..... | PAG.19 |

### CAPO IV – IMPOSTA SULLA PUBBLICITA' E DIRITTI DI AFFISSIONE

|   |        |
|---|--------|
| ART. 15 – APPLICAZIONE DELL'IMPOSTA E DEL DIRITTO .....                     | PAG.22 |
| ART. 16 – TARIFFE .....   | PAG.22 |
| ART. 17 – CATEGORIE DELLE LOCALITA' .....                                   | PAG.22 |
| ART. 18 – MAGIORAZIONE DELI F TARIFFE PER FLUSSI TURISTICI .....            | PAG.23 |
| ART. 19 – DICHIARAZIONE .....   | PAG.23 |
| ART. 20 – RETTIFICA ED ACCERTAMENTO DI UFFICIO .....                        | PAG.24 |
| ART. 21 – PAGAMENTO DELL'IMPOSTA E DEL DIRITTO .....                        | PAG.24 |
| ART. 22 – RIMBORSI .....  | PAG.25 |
| ART. 23 – RISCOSSIONE COATTIVA .....  | PAG.25 |
| ART. 24 – RIDUZIONE DELL'IMPOSTA .....                                      | PAG.26 |
| ART. 25 – ESENZIONI DELL'IMPOSTA .....                                      | PAG.26 |
| ART. 26 – RIDUZIONI DEL DIRITTO .....                                       | PAG.28 |
| ART. 27 – ESENZIONI DEL DIRITTO .....                                       | PAG.29 |
| ART. 28 – PRENOTAZIONI E REGISTRO CRONOLOGICO DELLE AFFISSIONI .....        | PAG.30 |
| ART. 29 – CRITERI E MODALITA' DI ESPLETAMENTO DEL SERVIZIO AFFISSIONI ..... | PAG.30 |

### CAPO V – SANZIONI, INTERESSI E CONTENZIOSO

|  |        |
|--|--------|
| ART. 30 – SANZIONI TRIBUTARIE .....  | PAG.34 |
| ART. 31 – INTERESSI .....  | PAG.34 |
| ART. 32 – SANZIONI AMMINISTRATIVE .....  | PAG.34 |
| ART. 33 – GIURISDIZIONE TRIBUTARIA E CONTENZIOSO .....                               | PAG.35 |
| ART. 34 – PIANO DI REPRESSIONE, RECUPERO E RIQUALIFICAZIONE DI<br>ARREDO URBANO..... | PAG.36 |

**IL SEGRETARIO GENERALE**  
*(Dr. Giuseppe Luigi SPADA)*

ART. 35 – MISURE DI DEFINIZIONE BONARIA IN TEMA DI CONTENZIOSO IN MATERIA  
DI IMPOSTA SULLA PUBBLICITA' .....PAG.37

**CAPO VI – DISPOSIZIONI FINALI**

ART. 36 – ENTRATA IN VIGORE ..... PAG.39

IL SEGRETARIO GENERALE  
(Dr. Giuseppe Luigi SPADA)



**CAPO I**  
**DISPOSIZIONI GENERALI**

**IL SEGRETARIO GENERALE**  
*(Dr. Giuseppe Luigi SPADA)*



**ART. 1****OGGETTO DEL REGOLAMENTO**

1. Il Comune di Taranto conferma l'applicazione dell'imposta comunale sulla pubblicità, nonché la gestione del servizio delle pubbliche affissioni, secondo le disposizioni previste dal capo I del D.Lgs. 15 novembre 1993 n. 507 e successive modificazioni introdotte dalla Legge n.446 del 15/12/1997 e dalla Legge n.448 del 28/12/2001.

2. Avvalendosi della potestà regolamentare prevista dall'art. 52 del D.Lgs. 15 dicembre 1997, n. 446 in materia di entrate tributarie, il presente regolamento disciplina l'effettuazione nel territorio del Comune di Taranto della pubblicità esterna e delle pubbliche affissioni.

3. Il presente regolamento stabilisce inoltre le modalità di applicazione dell'imposta comunale sulla pubblicità e del diritto comunale sulle pubbliche affissioni, con la sola esclusione di quanto attiene alla individuazione e definizione delle fattispecie imponibili, dei soggetti passivi e delle aliquote massime.

4. Per quanto non regolamentato si applicano le disposizioni previste dal capo I del D.Lgs. 15 novembre 1993, n. 507 e, più in generale, le norme di legge vigenti in materia di pubblicità e affissioni.

**ART. 2****CLASSIFICAZIONE DEL COMUNE**

1. In base alla popolazione residente al 31 dicembre dell'anno 2000, penultimo anno precedente a quello 2002 in corso al momento di adozione del presente regolamento, il Comune è classificato, in conformità all'art.2 del D.Lgs 15 novembre 1993, n. 507, nella classe II, avendo una popolazione di 207.199 abitanti.

2. Verificandosi variazioni della consistenza della popolazione determinate con riferimento a quanto stabilito nel precedente comma, il Comune comportino la modifica della classe di appartenenza del Comune, la Giunta comunale ne prende atto con deliberazione da adottarsi entro il 31 dicembre e contestualmente dispone l'adeguamento delle tariffe per l'anno successivo.

IL SEGRETARIO GENERALE  
(Dott. Giuseppe Luigi SPADA)

**ART. 3****FORME DI GESTIONE DEL SERVIZIO**

1. Il servizio per l'accertamento e la riscossione dell' imposta comunale sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni può essere gestito direttamente dal Comune, oppure può essere affidato in concessione a terzi.

2. L'accertamento dell'entrata può essere fatto dal Comune anche nelle forme associate previste negli artt. 24, 25, 26 e 28 della Legge 8 giugno 1990, n. 142.

3. Qualora sia deliberato di affidare a terzi la liquidazione, l'accertamento e la riscossione dell'entrata, le relative attività potranno essere affidate:

- a) mediante convenzione, alle aziende speciali di cui all' art. 22, comma 3, lettera c) della Legge 8 giugno 1990, n. 142 e, nel rispetto delle procedure vigenti in materia di affidamento della gestione dei servizi pubblici locali, alle società per azioni o a responsabilità limitata a prevalente capitale pubblico locale previste dall'art.22, comma 3, lettera e) della citata Legge n 142 del 1990, i cui soci privati sono prescelti tra i soggetti iscritti all'albo di cui all'art. 53 del D. Lgs. 15 dicembre 1997, n. 446;
- b) nel rispetto delle procedure vigenti in materia di affidamento della gestione dei servizi pubblici locali, alle società miste, per la gestione presso altri comuni, ai concessionari di cui al D.P.R. 28 gennaio 1988, n. 43, ai soggetti iscritti all'albo di cui al citato art. 53 del D.Lgs. 15 dicembre 1997, n. 446.  
L'affidamento di cui sopra non deve comportare oneri aggiuntivi a carico del contribuente.

2. Il Concessionario subentra al Comune in tutti i diritti ed obblighi inerenti la gestione del servizio ed è tenuto a provvedere a tutte le spese occorrenti, ivi comprese quelle per il personale impiegato. In ogni caso, è fatto divieto al Concessionario di emettere atti o effettuare riscossioni successivamente alla scadenza della concessione.

#### ART. 4

##### FUNZIONARIO RESPONSABILE

1. Il Comune designa un funzionario responsabile della gestione diretta del servizio, al quale sono attribuite le funzioni ed i poteri per l'esercizio di ogni attività organizzativa e gestionale dell'Imposta sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni. Il predetto funzionario sottoscrive anche le richieste, gli avvisi, i provvedimenti relativi e dispone i rimborsi.

2. Il Comune provvede a comunicare al Ministero delle Finanze - Direzione Centrale per la Fiscalità Locale - entro sessanta giorni dal provvedimento di designazione o sostituzione, il nominativo del funzionario responsabile.

3. Nel caso di gestione in concessione tutte le attribuzioni di cui al comma 1 spettano al Concessionario.

IL SEGRETARIO GENERALE  
(Dr. Giuseppe Luigi SPADA)

**CAPO II**  
**DISCIPLINA DELLA PUBBLICITA'**

IL SEGRETARIO GENERAL  
Dr. Giuseppe Luigi SPADA





## ART. 5

### DISCIPLINA GENERALE DEI MEZZI E DELLE FORME PUBBLICITARIE

1. Nell'installazione degli impianti e degli altri mezzi pubblicitari e nell'effettuazione delle altre forme di pubblicità e propaganda devono essere osservate le norme stabilite dal presente regolamento e le prescrizioni previste nelle autorizzazioni concesse dalle autorità competenti.

2. In conformità a quanto dispone la Legge 18 marzo 1959, n. 132, è riservato allo Stato il diritto di esercitare la pubblicità sui beni demaniali e patrimoniali affidati alle Ferrovie dello Stato, anche quando la pubblicità stessa sia visibile o percepibile da aree e strade comunali, provinciali o statali, nonché sui veicoli di proprietà privata circolanti sulle linee ferroviarie fermo restando il consenso del Comune alla effettuazione della stessa.

3. Gli impianti ed i mezzi pubblicitari non autorizzati preventivamente od installati violando le disposizioni di cui al 1° comma devono essere rimossi in conformità a quanto previsto dall'art. 32 del presente regolamento.

4. Le altre forme pubblicitarie non autorizzate preventivamente od effettuate in violazione delle norme di cui al 1° comma devono cessare immediatamente dopo la diffida, verbale o scritta, degli agenti comunali.

5. Si applicano per le violazioni suddette le sanzioni amministrative previste dall'art. 24 del D.Lgs. 15 novembre 1997, n.507, indicate nell'art. 32 del presente regolamento a secondo della loro natura.

## ART. 6 \*

### DIVIETI DI INSTALLAZIONE ED EFFETTUAZIONE DI PUBBLICITA'

1. Nell'ambito ed in prossimità dei luoghi sottoposti a vincoli di tutela delle bellezze naturali, paesaggistiche ed ambientali non può essere autorizzato il collocamento di cartelli ed altri mezzi pubblicitari se non con il previo consenso di cui all'art. 14 della Legge 29 giugno 1939, n. 1497.

2. Sugli edifici e nei luoghi di interesse storico ed artistico, su statue, monumenti, fontane monumentali, mura e porte della città e sugli altri beni di cui all'art. 22 della Legge 1 giugno 1939, n. 1089, sul muro di cinta e nella zona di rispetto di cimiteri e chiese è vietato collocare cartelli ed altri mezzi di pubblicità. Può essere autorizzata l'apposizione sugli edifici suddetti e sugli spazi adiacenti di targhe ed altri mezzi di indicazione, di materiale e di stile compatibile con le caratteristiche architettoniche degli stessi e dell'ambiente nel quale sono inseriti.

3. Nelle località di cui al 1° comma e sul percorso di immediato accesso agli edifici di cui al 2° comma può essere autorizzata l'installazione, con idonee modalità di inserimento ambientale, dei segnali di localizzazione, turistici ed informazione di cui agli artt. 131, 134, 135 e 136 del Regolamento emanato con il D.P.R. 16 dicembre 1992, n. 496.

4. Lungo le strade, in vista di esse e sui veicoli si applicano i divieti previsti dall'art. 23 del Codice della Strada emanato con il D.Lgs. 30 aprile 1992, n. 285 modificato dall'art. 13 del D.Lgs. 10 settembre 1993, n. 360, secondo le norme di attuazione stabilite dal paragrafo 3, capo I, titolo II, del Regolamento emanato con il D.Lgs. 16 dicembre 1992, n. 495 e successive modificazioni.

IL SEGRETARIO GENERALE  
(Dr. Giuseppe Luigi Spada)

5. All'interno *dei Centri Storici* del capoluogo e delle frazioni che hanno particolare pregio non è autorizzata la installazione di insegne, cartelli ed altri mezzi pubblicitari che, su parere della Commissione Edilizia comunale, risultino in contrasto con i valori ambientali e tradizionali che caratterizzano e zone predette e gli edifici nelle stesse compresi. Per l'applicazione della presente norma si fa riferimento alle delimitazioni dei Centri Storici previste dai Piani Regolatori generali o dai programmi di fabbricazione. In mancanza di tali delimitazioni e ricorrendo le condizioni per la tutela dei valori di cui al presente comma, il Consiglio Comunale può approvare, per i funi suddetti, la relativa perimetrazione.

6. Al fine di preservare la pulizia e il decoro estetico della città, è tassativamente vietato il lancio di manifestini pubblicitari a terra in qualunque punto della città, Analogamente è vietata l'apposizione di manifestini pubblicitari sui tergicristalli degli autoveicoli.

E' fatto altresì divieto di esporre sulle vetrine, porte di ingresso e all'interno degli esercizi, locandine pubblicitarie per conto terzi, con rilevanza economica, non inerenti all'attività esercitata nei locali, prive del timbro di scadenza dell'Ufficio Affissioni e Pubblicità del Comune di Taranto.

7. La pubblicità fonica, fissa o mobile, in modo da essere percepibile da qualsiasi "luogo pubblico" può essere eseguita esclusivamente dalle ore 9 alle ore 13 e dalle ore 16,30 alle ore 19,30 di ogni giorno settimanale. E' vietata in prossimità di case di cura e di riposo e in prossimità di scuole pubbliche e di edifici di culto durante le ore di lezione o di cerimonie. In ogni caso l'intensità della voce e dei suoni emessi dal mezzo diffusivo non dovrà superare la misura di 65 decibel.

*7.bis Sul territorio comunale è vietata la pubblicità effettuata mediante la sosta di autoveicoli e rimorchi per uso speciale pubblicitario, come definiti dagli art. 54, comma 1, lett. g) e art. 56, comma 2, lett. d) del D.Lgs. 285/92, nonché dagli art. 203, comma 2, lett. q) e art. 204, comma 2, lett. s) del D.P.R. 495/92.*

8. Per gli impianti, per i mezzi pubblicitari ed in genere per le forme di pubblicità vietate dal presente articolo, si applicano, a carico dei soggetti responsabili, i provvedimenti e le sanzioni di cui ai commi 3, 4 e 5 del precedente art. 5.

**\*Così come modificato con delibera di C.C. n. 136 del 21/11/2005**

## ART.7

### **CONDIZIONI E LIMITAZIONI PER LA PUBBLICITA' LUNGO LE STRADE Deroghe alle distanze indicate dall'art. 51, 4° comma del D.P.R. 495/92 per il posizionamento dei mezzi pubblicitari.**

1. L'installazione di mezzi pubblicitari consentita lungo le strade od in vista di esse, fuori dai centri abitati, dall'art. 23 del D.Lgs. 30 aprile 1992, n. 285, modificato dall'art. 13 del D.Lgs. 10 settembre 1993, n. 360 è soggetta alle condizioni, limitazioni e prescrizioni previste da detta norma e dalle modalità di attuazione della stessa stabilite dal par. 3°, capo I, titolo II, del Regolamento emanato con il D.P.R. 16 dicembre 1992, n. 495 e successive modificazioni.

2. All'interno dei centri abitati del capoluogo e delle frazioni, delimitati dal Piano Topografico dell'ultimo censimento:

- a - si osservano le disposizioni di cui al 5° comma dell'art. 6 per le superfici classificate "Centro Storico";
- b- l'installazione di mezzi pubblicitari è disciplinata dal 4° comma del successivo art. 13 ed è autorizzata con le modalità stabilite dal successivo art. 10 del presente regolamento.
- c- le caratteristiche tecniche dei mezzi pubblicitari luminosi devono essere conformi a quelle stabilite dall'art. 50 del D.P.R. 16 dicembre 1992, n. 495.

3. Fermi restando i divieti stabiliti dall'art. 51, 3° comma, del D.P.R. 16 dicembre 1992, n. 495 - regolamento di esecuzione e di attuazione del nuovo Codice della Strada - così come modificato dal D.P.R. 16 settembre 1996, n. 610, il Comune dispone le seguenti deroghe relative a distanze, intendendosi per

- a =** gli impianti non in aderenza a fabbricato, recinzione, ecc. ;
- b=** gli impianti in aderenza a fabbricato, recinzione, ecc. (per aderenza si intende nei 30 cm. dal fabbricato o recinzione),
- c =** gli striscioni.

#### Distanza minima da intersezione (metri)

| SEMAFORIZZATA                               |                     | NON SEMAFORIZZATA       |  |
|---|---------------------|-------------------------|--|
| Prima dopo dell'intersezione l'intersezione | dopo l'intersezione | prima dell'intersezione |  |
| <b>a</b> 15 anziché 30 o 50<br>10           | 10 anziché 25       | 15                      |  |
| <b>b</b> 0                                  | 0                   | 0                       |  |
| <b>c</b> 15                                 | 0                   | 0                       |  |

La deroga non si applica alle strade ad alto scorrimento, dove sono previsti metri 50 prima e metri 25 dopo l'intersezione

IL SEGRETARIO GENERALE  
(Dr. Giuseppe Luigi SPADA)

**Distanza minima da segnali di pericolo, prescrizione, Indicazione e tra mezzi pubblicitari(metri).**

|   | prima dell'intersezione | dopo l'intersezione |
|---|-------------------------|---------------------|
| a | 12,5 anzichè 25         | 10 anzichè 25       |
| b | 0                       | 0                   |
| c | 0                       | 0                   |

La deroga non si applica alle strade ad alto scorrimento dove sono previsti metri 50 prima e metri 25 dopo il segnale

**Distanza minima da imbocchi di gallerie e sottopassi (metri)**

- a 15
- b 0
- c 15

4. Si dispongono le seguenti ulteriori deroghe:

- La dimensione dei cartelli posti perpendicolarmente al senso di marcia non deve superare la superficie di mq. 6 a faccia;
- Le insegne di esercizio poste parallelamente al senso di marcia non devono superare mq. 40; qualora le superfici di ciascuna facciata dell'edificio dove ha sede l'attività sia superiore a 100 mq., è possibile incrementare la superficie dell'insegna di esercizio nella misura del 10% della superficie di facciata eccedente i 100 mq..
- i cartelli e posters posti parallelamente al senso di marcia possono avere un formato di mt.6 X 3 o multipli ed essere contornati da una cornice di altezza massima di cm.15.

5. I mezzi pubblicitari, inoltre, devono essere installati, di norma, nel rispetto delle seguenti distanze minime:

- mt. 0,50 dal ciglio del marciapiede, ad eccezione degli impianti per affissione di proprietà del Comune di Taranto, degli impianti di arredo urbano anche pubblicizzati, sia fissi che temporanei; mt. 4,50 dal suolo per i mezzi posti perpendicolarmente al senso di marcia; per i mezzi inferiori al 1/2 mq. è ammessa un'altezza di mt. 2,20 dal suolo;
- entro mt. 0,30 dal muro o recinzione per i mezzi posti parallelamente al senso di marcia;
- ai pedoni deve essere riservato uno spazio, di norma, non inferiore ai 2/3 della larghezza del marciapiede
- mq. 1,40 dal limite della carreggiata o dal limite interno della banchina in assenza del marciapiede.

IL SEGRETARIO GENERALE  
 (Dr. Giuseppe Luigi Spada)

**ART. 8 \*****TIPOLOGIA DEI MEZZI PUBBLICITARI**

1 Le tipologie pubblicitarie oggetto del presente regolamento sono classificate, secondo il DLgs. 15 novembre 1993, n. 507. in:

- a) pubblicità ordinaria;
- b) pubblicità effettuata con veicoli;
- c) pubblicità effettuata con pannelli luminosi o proiezioni;
- d) pubblicità varia.
- e) *pubblicità mediante affissioni dirette.*

2. La pubblicità ordinaria è effettuata mediante insegne, cartelli, locandine, targhe, standardi e con qualsiasi altro mezzo non previsto dai successivi commi. Per le definizioni relative alle insegne, targhe, cartelli, locandine, standardi ed altri mezzi pubblicitari si fa riferimento a quelle effettuate dai commi 1,3,5,6,1 e 8 dall'art. 47 del regolamento emanato con D.P.R. 16 dicembre 1992, n.495, intendendosi compresi negli "altri mezzi pubblicitari" i "segni orizzontali reclamistici" ed esclusi gli "striscioni che attraversano strade o piazze", disciplinati dalle norme del presente regolamento relative alla "pubblicità varia".

3. La pubblicità effettuata con veicoli è distinta come appresso:

- a) pubblicità visiva effettuata per conto proprio o altrui all'interno ed all'esterno di veicoli in genere, di vetture autofilotranviarie, battelli, barche e simili, di uso pubblico o privato;
- b) pubblicità effettuata per conto proprio su veicoli di proprietà dell'impresa o adibiti ai trasporti per suo conto, compresi i veicoli circolanti con rimorchio.

Per l'effettuazione di pubblicità con veicoli si osservano le disposizioni di cui agli artt. 57 e 59 del regolamento emanato con D.P.R. 16 dicembre 1992, n. 495.

4. La pubblicità con pannelli luminosi è effettuata con insegne, pannelli od altre analoghe strutture caratterizzate dall'impegno di diodi luminosi, lampadine e simili mediante controllo elettronico, elettromeccanico o comunque programmato in modo da garantire la variabilità del messaggio o la sua visione in forma intermittente, lampeggiante o similare. La pubblicità predetta può essere effettuata per conto altrui o per conto proprio dell'impresa con la differenziazione tariffaria stabilita dall'art. 14 del DLgs 15 novembre 1993, n. 507.

5. E' compresa fra la "pubblicità con proiezioni" la pubblicità realizzata in luoghi pubblici o aperti al pubblico attraverso diapositive, proiezioni luminose o cinematografiche effettuate su schermi o pareti riflettenti.

6. La pubblicità varia comprende:

- a) la pubblicità effettuata con striscioni, festoni di bandierine od altri menù simili, che attraversano strade o piazze;
- b) la pubblicità effettuata sul territorio del Comune da aeromobili mediante scritte, striscioni, disegni fumogeni, compresa quella eseguita su specchi d'acqua o fasce marittime limitrofi al territorio comunale,
- c) la pubblicità eseguita con palloni frenati o simili;
- d) la pubblicità effettuata mediante distribuzione, anche con veicoli, di manifestini o altro materiale pubblicitario, oppure mediante persone circolanti con cartelli od altri mezzi pubblicitari;
- e) la pubblicità fonica effettuata a mezzo di apparecchi amplificatori e simili;

7. *La pubblicità mediante affissioni dirette è quella effettuata direttamente, anche per conto altrui, con manifesti e simili su apposite strutture adibite all'esposizione di tali mezzi e debitamente autorizzate per affissioni dirette.*

\* Così come modificato con Deliberazione di C.C. n. 136 del 21/11/2005.

## ART. 9

### CARATTERISTICHE E MODALITA' DI INSTALLAZIONE E MANUTENZIONE

1. I cartelli e gli altri mezzi pubblicitari non luminosi devono avere le caratteristiche ed essere installati con le modalità e cautele prescritte dall'art. 49 del D.P.R. 16 dicembre 1992, n. 495 e successive modificazioni e con l'osservanza di quanto stabilito dall'art. 7 del presente regolamento.

2. Le sorgenti luminose, i cartelli e gli altri mezzi pubblicitari posti fuori dai centri abitati, lungo o in prossimità delle strade dove ne è consentita l'installazione, devono essere conformi a quanto prescrive l'art. 50 del D.P.R. 16 dicembre 1992, n. 495 e successive modificazioni.

Il Concessionario ha l'obbligo di esibire, a richiesta degli agenti addetti alla vigilanza ed ai personale dei competenti uffici comunali appositamente autorizzati dal Sindaco, ovvero al Concessionario del servizio, l'atto di concessione e/o autorizzazione di occupazione di suolo pubblico.

3. L'installazione di pannelli e di altri mezzi pubblicitari luminosi aventi le caratteristiche di cui al comma del precedente art. 8 all'interno dei centri abitati è soggetta ad autorizzazione del Comune che viene concessa tenuto conto dei divieti, limitazioni e cautele stabilite dal presente regolamento. Per la installazione di mezzi pubblicitari nei centri storici, si osserva la procedura prevista dal 5° comma dell'art. 6 del presente regolamento.

## ART. 10 \*

### AUTORIZZAZIONI

1. Il rilascio delle autorizzazioni al posizionamento ed alla installazione di cartelli ed altri mezzi pubblicitari fuori dai centri abitati, sulle strade ed aree pubbliche comunali ed assimilate o da esse visibili è soggetto alle disposizioni stabilite dall'art. 53 del D.P.R. 16 dicembre 1992, n. 495 ed è effettuato dal Comune al quale deve essere presentata la domanda con la documentazione prevista dal successivo 3° comma.

*1bis. E' parimenti soggetta a preventiva autorizzazione amministrativa la variazione dei mezzi pubblicitari indicati negli artt. 12 e 14 del D.Lgs. n. 507/93 già esistenti su strade di proprietà comunale, su strade situate all'interno del centro abitato od in vista di esse. Per variazione del mezzo pubblicitario esistente si intende la modifica della tipologia, delle caratteristiche tecniche, dell'ubicazione, del messaggio pubblicitario e di ogni altro elemento specificato nell'autorizzazione, nel corso della durata della stessa autorizzazione.*

*1ter. Per gli impianti pubblicitari permanenti, salvo che non siano specificatamente autorizzati all'effettuazione di affissioni dirette, l'eventuale variazione del messaggio pubblicitario è consentita soltanto dopo che siano trascorsi almeno tre mesi dalla esposizione del messaggio originario. Qualora venga effettuata una variazione del messaggio pubblicitario*

senza la preventiva autorizzazione, il Comune procederà alla revoca dell'autorizzazione e conseguentemente l'impianto pubblicitario dovrà essere rimosso.

2. Il rilascio delle autorizzazioni al posizionamento ed alla installazione di insegne, targhe, cartelli ed altri mezzi pubblicitari nei centri abitati è di competenza del Comune, salvo il preventivo nulla-osta tecnico dell'ente proprietario se la strada è statale, regionale o provinciale, in conformità al quarto comma dell'art. 23 del D.Lgs, 30 aprile 1992, n. 285 e successive modificazioni.

3. Il soggetto interessato al rilascio dell'autorizzazione presenta la domanda presso la Divisione Edilità, allegando, oltre alla documentazione progettuale:

- a) una auto-attestazione, redatta ai sensi del DPR 28/12/2000 n.445 con la quale dichiara che il mezzo pubblicitario che intende collocare ed i suoi sostegni sono calcolati, realizzati e posti in opera in (nodo da garantirne sia la stabilità sia la conformità alle norme previste a tutela della circolazione di veicoli e persone, con assunzione di ogni conseguente responsabilità,
  - b) il nulla-osta tecnico dell'ente proprietario della strada, se la stessa non è comunale;
- Per l'installazione di più mezzi pubblicitari è presentata una sola domanda ed una sola auto-attestazione. Se l'autorizzazione viene richiesta per mezzi aventi lo stesso bozzetto e caratteristiche, è allegata una sola copia dello stesso. Copia della domanda viene restituita con l'indicazione:

- a) della data o numero di ricevimento al protocollo comunale;
- b) del funzionario responsabile del procedimento;
- c) dell'ubicazione del suo ufficio e dei numeri di telefono e fax;
- d) del termine di cui al successivo comma, entro il quale sarà emesso il provvedimento;

4. Il responsabile del procedimento istruisce la richiesta, acquisendo direttamente i pareri tecnici delle unità organizzative interne ed entro 30 giorni dalla presentazione (tale termine può essere elevato a 60 giorni, motivandone il prolungamento) concede o nega l'autorizzazione, il diniego deve essere motivato.

5. E' sempre necessario il formale provvedimento di autorizzazione del Comune per i mezzi pubblicitari da installare nell'ambito delle zone soggette alla disciplina di cui all'art. 6 del presente regolamento. Per tali richieste il termine per il rilascio delle autorizzazioni è stabilito in 60 giorni.

6. L'esposizione di pubblicità fissa può essere consentita, con l'eccezione delle zone di cui al precedente comma 5, senza formale autorizzazione nei seguenti casi:

- a) esposizione di targhe professionali non superiori a 1/2 mq. e non soggette alla tassa di occupazione spazi ed aree pubbliche di tipo e formato standard esposte a lato dei portoni o caseggiati;
- b) pubblicità effettuata all'interno di luoghi pubblici o aperti al pubblico, esclusi gli stadi e gli impianti sportivi pubblici, qualora non sia direttamente visibile e percettibile da piazze, strade ed altri spazi di uso pubblico;
- c) pubblicità riguardante la locazione e la compravendita degli immobili sugli stessi affissa di superficie non superiore a 1/2 mq.;
- d) pubblicità non luminosa effettuata su veicoli in genere;
- e) *decalcomanie, manifesti e simili esposti su vetrine o porte di ingresso degli esercizi;*
- f) pubblicità mediante aeromobili.

7. Sono invece subordinate alla sola preventiva autorizzazione del responsabile dell'Ufficio Traffico le effettuazioni delle sottoelencate forme pubblicitarie di carattere temporanee:

- a) esposizioni di mezzi pubblicitari fissi o mobili purché non comportino la manomissione del suolo pubblico (es. striscioni, stendardi, gonfaloni, totem e simili);
- b) pubblicità sonora da posto fisso o a mezzo veicoli in genere;

- c) distribuzione, anche con veicoli, di manifestini o altro materiale pubblicitario, oppure mediante persone circolanti con cartelli o altri mezzi pubblicitari

8. Le autorizzazioni di cui al presente articolo si intendono rilasciate facendo salvi gli eventuali diritti dei terzi, nonché ogni altra autorizzazione di competenza di altre autorità o enti che dovrà essere preventivamente richiesta dagli interessati.

In tutti i casi in cui la collocazione del manufatto comporti la manomissione di suolo comunale o di marciapiede dovranno essere osservate le norme che regolano la materia.

Gli interessati dovranno altresì osservare tutte le vigenti disposizioni di edilizia, estetica cittadina, polizia urbana, pubblica sicurezza.

9. Il Comune provvede agli adempimenti prescritti dall'art. 53, commi 9 e 10, del D.P.R. 16 dicembre 1992, n. 495.

\*Così come modificato con Deliberazione n. 136 del 21/11/2005.

## ART. 11

### OBBLIGHI DEL TITOLARE DELL'AUTORIZZAZIONE

1. La posa in opera dei mezzi pubblicitari, la manutenzione, la tinteggiatura, la rimozione, nonché eventuali spostamenti, sono ad esclusivo carico del titolare dell'autorizzazione a cura e spese del quale dovranno essere eseguiti.

In caso di disdetta di un mezzo pubblicitario è vietata la copertura dello stesso con carte, plastiche e materiale similare, nonché il rovesciamento delle lastre dei pannelli in maniera tale da alterare la comprensione dei messaggi pubblicitari.

In difetto, il Comune disporrà la rimozione con la procedura di cui all'art. 30 comma 4 del presente regolamento, addebitando ai responsabili le spese sostenute.

I mezzi pubblicitari installati che non risultassero conformi alle indicazioni stabilite nella autorizzazione per forma, tipo, dimensioni, sistemazione ed ubicazioni sono da considerarsi abusivi.

Parimenti, ogni variazione non autorizzata apportata ai mezzi pubblicitari in opera è considerata abusiva.

Il contribuente autorizzato alla esposizione di materiale pubblicitario è espressamente obbligato, senza eccezioni o limitazioni di sorta a mantenere e tenere indenne il Comune da qualsiasi azione, pretesa, richiesta che comunque e da chiunque, in qualsiasi tempo e sede, per qualsiasi causa e titolo, potesse nei confronti del Comune avanzarsi in relazione, connessione, dipendenza, sia diretta che indiretta, alla concessione ed alla autorizzazione ad effettuare attività pubblicitaria o installare mezzi pubblicitari.

I richiedenti si intendono altresì responsabili di tutte le conseguenze di eventuali danni che possano derivare dagli impianti pubblicitari.

2. Tutte le autorizzazioni di esposizioni pubblicitarie si intendono rilasciate a condizione che il richiedente si impegni alla manutenzione dei relativi impianti.

Conseguentemente il Comune, a suo insindacabile giudizio, ha facoltà di richiedere quei lavori di pulizia, riverniciatura e sostituzione, in genere di manutenzione, che dovessero ritenersi utili per il decoro cittadino.

Parimenti, il Comune potrà prescrivere in qualsiasi momento la esecuzione delle modifiche e degli spostamenti che dovessero ritenersi necessari.

SECRETARIO GENERALE  
Luigi SPADA



In caso di mancata ottemperanza alle prescrizioni di cui sopra nel termine assegnato, le relative autorizzazioni verranno revocate con l'irrogazione delle sanzioni amministrative previste nel presente regolamento e senza che gli utenti abbiano diritto a compensi o indennità di sorta.

3. In caso di rimozione dei mezzi pubblicitari ordinata dal Comune prima della scadenza della autorizzazione, il titolare avrà diritto al solo rimborso della quota di imposta corrispondente al periodo di mancato godimento escluso ogni altro rimborso, compenso o indennità.

In tal caso l'interessato dovrà provvedere a rimuovere l'impianto entro e non oltre 15 giorni dalla data della intimazione. La rimozione dovrà comprendere gli eventuali sostegni, telai, appoggi o pali.

Qualora l'intimato non ottemperi all'ordine di rimozione, l'impianto verrà considerato abusivo ad ogni effetto e saranno applicate le disposizioni di cui all'art. 32 del presente regolamento.

IL SEGRETARIO GENERALE  
(Dr. Giuseppe Luigi SPADA)

**CAPO III**

**PIANO GENERALE DEGLI IMPIANTI PUBBLICITARI**

**IL SEGRETARIO GENERALE**  
*(Dr. Giuseppe Luigi Spada)*



**ART. 12****CRITERI GENERALI**

1. La pubblicità esterna e le pubbliche affissioni sono effettuate nel territorio di questo Comune in conformità al piano generale degli impianti pubblicitari da realizzarsi in attuazione delle modalità e dei criteri stabiliti dal D.Lgs. 15 novembre 1993, n. 507 e dal presente regolamento.

2. Il piano degli impianti pubblicitari è articolato in due parti. La prima parte determina gli ambiti del territorio comunale nei quali sono localizzati i mezzi di pubblicità esterna, compresi nelle tipologie di cui all'art. 8 commi 2, 4 e 6 del presente regolamento. La seconda parte definisce la localizzazione del territorio comunale degli impianti per le pubbliche affissioni di cui al successivo art. 14.

3. Il piano generale degli impianti pubblicitari è approvato con apposita deliberazione.

4. Alla formazione del piano provvede un gruppo di lavoro costituito dai funzionari comunali responsabili dei Settori Tributi, Urbanistica, Polizia Municipale e dal Concessionario del Servizio Affissioni e Pubblicità se il servizio è affidato in concessione. L'Amministrazione ove lo ritenesse opportuno può avvalersi di consulenze o prestazioni di professionisti o aziende specializzate. Il progetto del piano è sottoposto a parere della Commissione Edilizia che deve esplicitarsi entro 20 giorni dalla richiesta. Il gruppo di lavoro, esaminato il parere della Commissione o preso atto della scadenza del termine senza osservazioni, procede alla redazione del piano definitivo che è approvato secondo quanto previsto dal precedente comma.

5. Il piano generale degli impianti può essere adeguato o modificato entro il 31 dicembre di ogni anno con decorrenza dall'anno successivo, per effetto delle variazioni intervenute nella consistenza demografica del Comune, dell'espansione dei centri abitati, dello sviluppo della viabilità e di ogni altra causa rilevata che viene illustrata nella motivazione del provvedimento di modifica.

IL SEGRETARIO GENERALE  
 (Dr. Giuseppe LUIGI SPADDA)

**ART. 13****LA PUBBLICITA' ESTERNA**

1. Il piano comprende i mezzi destinati alla pubblicità esterna ed indica le posizioni nelle quali è consentita la loro installazione nel territorio comunale.

2. Sono pertanto escluse dal piano le localizzazioni vietate dall'art. 6 del presente regolamento, salvo quanto previsto dal 5° comma dello stesso articolo, per l'installazione di mezzi pubblicitari all'interno dei centri storici.

Per tali mezzi il piano definisce, in linea generale, le caratteristiche delle zone e degli edifici in cui l'installazione può essere consentita, con l'espletamento della procedura stabilita dalla norma suddetta.

3. Per l'installazione dei mezzi pubblicitari fuori dai centri abitati, lungo le strade comunali ed in vista di esse il piano, osservato quanto stabilito dal 1° comma dell'art. 7 del presente regolamento, individua le località e le posizioni nelle quali, per motivate esigenze di pubblico interesse, determinate dalla natura e

dalla situazione dei luoghi, il collocamento è soggetto a particolari condizioni od a limitazioni della dimensione dei mezzi.

4. Per l'installazione dei mezzi pubblicitari autorizzati dal Comune all'interno dei centri abitati, lungo le strade comunali, provinciali, regionali, statali od in vista di esse, il piano prevede:

- a) le caratteristiche delle zone nelle quali, su aree pubbliche o private, concesse dal soggetto proprietario, può essere autorizzata l'installazione di mezzi pubblicitari, non consentendo che le dimensioni massime degli impianti eccedano quelle stabilite nell'art. 7 del presente regolamento;
- b) le caratteristiche degli edifici sui quali può essere autorizzata l'installazione di cartelli ed altri mezzi pubblicitari e le dimensioni per gli stessi consentite;
- c) le tipologie generali e le dimensioni massime delle insegne, targhe ed altri mezzi pubblicitari, compresi quelli luminosi, illuminati o costituiti da pannelli luminosi, correlate sia alle caratteristiche degli edifici sui quali devono essere installati, sia alle caratteristiche delle zone ove questi sono situati.

5. Il piano comprende inoltre:

- a) la definizione degli edifici, impianti, opere pubbliche, strutture ed aree attrezzate ed altri luoghi di proprietà o in disponibilità del Comune, pubblici o aperti al pubblico, nei quali può essere autorizzata l'installazione di mezzi per la diffusione di messaggi pubblicitari effettuata attraverso forme di comunicazione visiva o acustica percepibili nell'interno e dall'esterno;
- b) la definizione dei luoghi pubblici ed aperti al pubblico, di proprietà o gestione privata, nei quali si effettuano le attività pubblicitarie di cui alla precedente lettera a);
- c) i criteri per la localizzazione e le modalità tecniche per la collocazione, in condizioni di sicurezza per i terzi, di striscioni, locandine, stendardi, festoni di bandierine e simili.

6. L'applicazione dell'imposta comunale sulla pubblicità per l'esposizione delle pubblicità esterna non esclude, quando vi siano i presupposti, quella della tassa di occupazione spazi ed aree pubbliche, nonché il pagamento a favore del Comune di canoni di concessione o di locazione.

#### **ART. 14 \***

##### **GLI IMPIANTI PER LE PUBBLICHE AFFISSIONI E PER LE AFFISSIONI DIRETTE**

1. La seconda parte del piano degli impianti pubblicitari è costituita dagli impianti da esibire alle pubbliche affissioni.

2. In conformità a quanto dispone il terzo comma dell'art. 18 del D.Lgs 15 novembre 1993, n. 507, tenuto conto che la popolazione del Comune al 31 dicembre 2000, penultimo anno precedente a quello in corso, era costituita da n. 207.199 abitanti, la superficie degli impianti da adibire alle pubbliche affissioni è stabilita in complessivi mq. 6.000, proporzionata al predetto numero di abitanti e, comunque, non inferiore a mq. 18 per ogni mille abitanti.

3. La superficie complessiva degli impianti per le pubbliche affissioni, sopra determinata, è ripartita come appresso.

- a) =mq. 2.100, pari a 35% è destinata alle affissioni di natura istituzionale, sociale o comunque priva di rilevanza economica effettuate dal servizio comunale;
- b) =mq. 3.900, pari a 65% è destinata alle affissioni di natura commerciale effettuate dal servizio comunale.

*3bis. La superficie degli impianti privati da destinare alle affissioni di natura commerciale da attribuire a soggetti privati, comunque diversi dal Concessionario del pubblico servizio per l'effettuazione delle affissioni dirette, come previsto dal comma 3 dell'art. 3 del D.Lgs. 507/93 non potrà superare il limite di mq. 2.700. Pertanto la superficie totale degli impianti destinati alle affissioni, pubbliche e dirette, è di complessivi mq 8.700.*

4. Il Comune consente la effettuazione di affissioni dirette in relazione al disposto di cui al citato art. 3 comma 3 del D.Lgs. 15 novembre 1993, n. 507, nella misura di mq. 2.700 su soli impianti del formato di m. 6 x 3 e su impianti di m. 1,00 x 1,40, purché regolarmente autorizzati per affissione diretta. L'affissione diretta è consentita solo su tali impianti e solo dopo l'entrata in vigore del piano generale degli impianti, *come da sentenza Corte Costituzionale n. 355 del 10/07/2002 depositata il 17 luglio 2002.*

5. Gli impianti non possono essere collocati nei luoghi nei quali è vietata l'installazione di mezzi pubblicitari dall'art. 6 del presente regolamento.

6. L'installazione di impianti per le affissioni lungo le strade è soggetta alle disposizioni di cui all'art. 7 del presente regolamento e, in generale, alle disposizioni del D.Lgs. 30 aprile 1992! n. 285 e del D.P.R. 16 dicembre 1992, n. 495 e successive modificazioni.

7. Il piano degli impianti per le pubbliche affissioni indica, per ciascuno di essi:

- a) la destinazione dell'impianto secondo quanto previsto *dai commi 3 e 3 bis del presente articolo;*
- b) l'ubicazione;
- c) la tipologia secondo quanto previsto dal comma 4;
- d) la dimensione e il numero di fogli cm. 70 x 100 che l'impianto contiene;
- e) la numerazione dell'impianto ai fini della sua individuazione.

8. Il piano degli impianti per le pubbliche affissioni è corredato da un quadro di riepilogo comprendente l'elenco degli impianti con il numero distintivo, l'ubicazione, la destinazione e la superficie.

9. La ripartizione degli spazi di cui al 3° comma può essere rideterminata con deliberazione da adottarsi entro il 31 dicembre e che entra in vigore dal 1° gennaio dell'anno successivo, qualora nel periodo trascorso si siano verificate ricorrenti eccedenze od insufficienze di spazi in una o più categorie, rendendo necessario il riequilibrio delle superfici alle stesse assegnate in relazione alle effettive necessità accertate.


10. Il Comune ha facoltà di provvedere allo spostamento di impianti per le pubbliche affissioni in qualsiasi momento risulti necessario per esigenze di servizio, circolazione stradale, realizzazione di opere od altri motivi. Nel caso che lo spostamento riguardi impianti attribuiti a soggetti che effettuano affissioni dirette convenzionate con il Comune per utilizzazioni ancora in corso al momento dello spostamento, gli stessi possono accettare di continuare l'utilizzazione dell'impianto nella nuova sede oppure rinunciare alla stessa, ottenendo dal Comune il rimborso di quanto già corrisposto per il periodo di mancata fruizione.

**\* Così come modificato dalla Deliberazione di C.C. n. 136 del 21/11/2005.**

**CAPO IV**

**IMPOSTA SULLA PUBBLICITA' E DIRITTI DI AFFISSIONE**

**IL SEGRETARIO GENERALE**  
*(Dr. Giuseppa Luigi SPADA)*



**ART. 15****APPLICAZIONE DELL'IMPOSTA E DEL DIRITTO**

1. In conformità alle disposizioni del Capo I del D.Lgs. 15 novembre 1993, n. 507 e del presente regolamento, la pubblicità esterna è soggetta ad un'imposta e le pubbliche affissioni ad un diritto.

**ART. 16****TARIFFE**

1. Conseguentemente alla classificazione del Comune di cui all'art. 2 del presente regolamento, le tariffe dell'imposta sulla pubblicità e dei diritti sulle pubbliche affissioni sono quelle stabilite per i Comuni di classe II dagli artt. 12,13,14,15 e 19 del D.Lgs. 15 novembre 1993, n. 507.

Si applicano altresì le maggiorazioni o riduzioni previste negli articoli sopracitati, nonché la maggiorazione del 100 per cento per la pubblicità luminosa o illuminata di cui all'art. 7 comma 7 del D.Lgs. 15 novembre 1993, n. 507.

2. Le tariffe dell'imposta sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni sono deliberate contestualmente alla data di approvazione del bilancio annuale ed entrano in vigore, di norma, il primo gennaio dell'anno successivo. Qualora non siano modificate entro il suddetto termine, le tariffe in vigore, insieme con le maggiorazioni, si intendono prorogate di anno in anno.

IL SEGRETARIO GENERALE  
(Dr. Giuseppe Luigi Spas)

**ART. 17 \*****CATEGORIA DELLE LOCALITA'**

1. Agli effetti dell'applicazione dell'imposta sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni, limitatamente alle affissioni commerciali, le località del territorio del Comune di Taranto, che è classificato nella classe II, sono suddivise in due categorie, speciale e normale, in relazione alla loro importanza, così come previsto dall'art. 4 comma 1 del D.Lgs. 15 novembre 1993, n. 507.

2. Per la categoria speciale è applicata una maggiorazione della tariffa normale dell'imposta e del diritto del 130 per cento.

3. Il Comune, entro il 31 dicembre di ogni anno, può deliberare la nuova misura della maggiorazione da applicare alle tariffe della categoria speciale per l'anno successivo entro il limite massimo del 150% della tariffa normale stabilita dalla legge. Quando non sono approvate modifiche, continua ad applicarsi la maggiorazione già in vigore.

4. Le località del territorio comunale comprese nella categoria speciale sono specificate nell'allegato A del presente regolamento, costituendone parte integrante. La loro superficie complessiva non supera il trentacinque per cento (35%) di quella del "centro abitato", delimitato ai sensi dell'art. 4 del Decreto Legislativo 30 aprile 1992, n. 285, con deliberazione della Giunta Comunale n.796 del 24 luglio 2001 esecutiva ai sensi di Legge.

I capi delle vie che sboccano in quelle comprese nelle categorie speciali, sia per l'affissione che per la pubblicità, devono comunque considerarsi appartenenti in

categoria speciale, limitatamente ad un'estensione non superiore a 4 metri dal punto dell'incrocio.

Le località di cui all'allegato A sono state individuate tenuto presente non il criterio della centralità territoriale, ma quello della particolare rilevanza pubblicitaria, desunta o dalla densità commerciale circostante o dalla densità dei potenziali fruitori della pubblicità.

5. La superficie degli impianti per le pubbliche affissioni installati nella categoria speciale non è superiore alla metà di quella complessiva stabilita dall'art. 14 comma 2 del presente regolamento e verrà mantenuta entro tale limite nel caso di future modifiche del piano degli impianti stessi.

## ART. 18

### MAGGIORAZIONE DELLE TARIFFE PER FLUSSI TURISTICI

1. In relazione alla possibilità prevista dall'art. 3 comma 6 del D.Lgs. 15 novembre 1993, n. 507 di applicare una maggiorazione sino al 50% delle tariffe per la pubblicità temporanea (art. 12 comma 2, art. 14 comma 2, 3, 4 e 5, art. 15 D.Lgs. 15 novembre 1993, n. 507) il Comune di Taranto intende non avvalersene, fino a quando non sarà stata definita l'entità dei flussi turistici desumibili da oggettivi indici di ricettività.

## ART. 19

### DICHIARAZIONE

1. Ottenuta l'autorizzazione prevista dall'art. 10 del presente regolamento, il soggetto passivo dell'imposta, prima di iniziare la pubblicità, è tenuto a presentare all'Ufficio Affissioni e Pubblicità su appositi modelli presso lo stesso disponibili, la dichiarazione, anche cumulativa, delle caratteristiche, quantità ed ubicazione dei mezzi pubblicitari. Sono predisposti modelli specifici per la pubblicità annuale a tempo indeterminato e modelli specifici per la pubblicità a tempo determinato.

2. La dichiarazione di pubblicità deve pervenire all'ufficio prima dell'effettuazione della pubblicità, anche nell'ipotesi che il pagamento dell'imposta venga effettuato tempestivamente a mezzo conto corrente postale.

3. La dichiarazione deve essere presentata anche nel caso di variazione della pubblicità che comporti modifica dell'imposizione, nonché nel caso di riposizionamento dei mezzi pubblicitari.

4. La dichiarazione della pubblicità annuale ha effetto anche per gli anni successivi, salvo che non si verifichino entro il 31 gennaio dell'anno di riferimento variazioni nei mezzi esposti che comportino la modifica dell'imposta.

5. Per le esposizioni pubblicitarie a tempo indeterminato che hanno inizio negli ultimi tre mesi dell'anno solare, e cioè dal 1 ottobre al 31 dicembre, i contribuenti, al fine di agevolare gli adempimenti, possono presentare un'unica dichiarazione a tempo indeterminato, corrispondendo per il periodo sino al 31 dicembre la tariffa temporanea sino a 3 mesi di cui all'art. 12 comma 2 del D.Lgs.



n. 507 del 15 novembre 1993 e usufruendo per gli anni immediatamente successivi della proroga automatica al 31 gennaio prevista dall'art. 8 comma 3 del citato D.Lgs. n. 507/93.

6. Nei casi in cui sia omessa la presentazione della dichiarazione, la pubblicità ordinaria, effettuata con veicoli e con pannelli luminosi di cui all'art. 8 commi 2,3 e 4 del presente regolamento (rif. artt. 12, 13 e 14 commi 1, 2 e 3 D.Lgs. 15 novembre 1993, n. 507) si presume effettuata in ogni caso con decorrenza dal 1° gennaio dell'anno in cui è stata accertata.

Le altre forme di pubblicità di cui al predetto art. 8 commi 5 e 6 del presente regolamento (rif. artt. 14 commi 4 e 5 e art. 15 D.Lgs. 15 novembre 1993, n. 507), si presumono effettuate in ogni caso dal primo giorno del mese in cui è stato effettuato l'accertamento.

## ART. 20

### RETTIFICA ED ACCERTAMENTO D'UFFICIO

1. Entro due anni dalla data in cui è stata o avrebbe dovuta essere presentata la dichiarazione, il Comune procede a rettifica o ad accertamento d'ufficio mediante apposito avviso notificato al contribuente anche a mezzo di raccomandata postale con avviso di ricevimento.

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

3. Nell'avviso devono essere inoltre precisate:

- l'ufficio comunale emittente, il suo indirizzo ed il numero telefonico;
- il responsabile del procedimento se diverso dal funzionario di cui al successivo comma 4;
- il termine entro il quale può essere presentato il ricorso, la commissione tributaria competente e la forma da osservare in conformità agli artt. 18, 19, 20 e 21 del D.Lgs. 31 dicembre 1992, n. 546.

4. Gli avvisi di accertamento e rettifica sono sottoscritti dal funzionario responsabile della gestione dell'imposta, con firma apposta sotto tale qualifica e l'indicazione a stampa od altra forma idonea del suo cognome e nome. Nel caso di gestione del servizio in concessione, gli avvisi sono sottoscritti dal Concessionario o da un suo rappresentante.

## ART. 21

### PAGAMENTO DELL'IMPOSTA E DEL DIRITTO

1. Il pagamento dell'imposta sulla pubblicità e dei diritti sulle pubbliche affissioni può essere effettuato mediante versamento sul conto corrente postale intestato al Comune, ovvero al Concessionario in caso di affidamento in concessione del servizio, con il modello previsto dal DECRETO 4.12.2001 DEL Ministero dell'Economia e delle Finanze.

In caso di affidamento in concessione è consentito il versamento diretto presso gli uffici del Concessionario.

IL SEGRETARIO GENERALE  
(Dr. Giuseppa Luzzi S.p.A.)

2. L'attestazione di conto corrente postale dell'avvenuto pagamento dell'imposta sulla pubblicità è allegata alla dichiarazione di cui ai commi 1 e 2 dell'art. 19 del presente regolamento; negli anni successivi a quello della dichiarazione attestazione e la ricevuta sono conservate dal soggetto di imposta per essere esibite in caso di eventuali controlli.

L'attestazione di conto corrente postale dell'avvenuto pagamento del diritto sulle pubbliche affissioni è allegata alla commissione per l'affissione dei manifesti.

Per i versamenti diretti l'ufficio rilascia ricevute da appositi bollettari vidimati dal Corri uno.

3. L'imposta per la pubblicità relativa a periodi inferiori all'anno solare deve essere corrisposta in un'unica soluzione prima dell'effettuazione,

4. L'imposta per la pubblicità annuale deve essere corrisposta in un'unica soluzione entro il 31 gennaio di ogni anno. Qualora l'importo annuale sia superiore a € 1549,37 il pagamento può essere effettuato in 4 rate trimestrali scadenti il 31 gennaio, 31 marzo, 30 giugno e 30 settembre,

## **ART. 22**

### **RIMBORSI**

1. Entro il termine di due anni decorrente dal giorno nel quale è stato effettuato il pagamento dell'imposta sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni, oppure da quello in cui è stato definitivamente accertato il diritto al rimborso, il contribuente può chiedere la restituzione di somme versate e non dovute mediante istanza in carta libera indirizzata all'Ufficio Affissioni e Pubblicità.

L'ufficio provvede al rimborso nel termine di 90 giorni dalla richiesta.

## **ART. 23 \***

### **RISCOSSIONE COATTIVA**

1. *La riscossione coattiva dell'imposta sulla pubblicità e dei diritti sulle pubbliche affissioni può essere effettuata a mezzo ruolo con la procedura di cui al DPR 29 settembre 1973 n. 602 e successive modifiche, ovvero con quella indicata dal Regio Decreto 14 aprile 1910 n. 639.*

**\*Così come modificato dalla Deliberazione di C.C. n. 136 del 21/11/2011.**

**ART. 24****RIDUZIONI DELL'IMPOSTA**

La tariffa di base dell'imposta è ridotta alla metà ai sensi dell'art.16 lettere a), b), c) del D.Lgs.507/93

- a) per la pubblicità effettuata da comitati, associazioni, fondazioni o altri enti che non abbiano scopi di lucro, come previsto dall'art.16 lett. a) del Decreto 507; la riduzione compete quando i soggetti giuridici predetti non abbiano, quale oggetto esclusivo o principale, determinato in base all'atto costitutivo o in relazione alla situazione di fatto, l'esercizio di attività commerciali;
- b) per la pubblicità relativa a manifestazioni politiche, sindacali e di categoria, culturali, sportive, filantropiche e religiose - da chiunque realizzate - con il patrocinio o la partecipazione degli enti pubblici territoriali; la riduzione compete previa presentazione di idonea documentazione dimostrativa;
- c) per la pubblicità relativa a festeggiamenti patriottici, religiosi, a spettacoli viaggianti e di beneficenza.

Nelle ipotesi in cui i mezzi pubblicitari contengano, oltre ai messaggi relativi alle manifestazioni da pubblicizzare, anche l'indicazione di persone, ditte o società che hanno contribuito all'organizzazione delle stesse, si applica la riduzione se:

- il soggetto passivo in via principale è ricompreso nell'elenco degli enti, di cui alla lettera a);
- gli altri soggetti pubblicizzati siano enti pubblici territoriali che patrocinino o partecipino alla realizzazione della manifestazione, ai sensi della lettera b) .
- In caso contrario, e qualora la manifestazione non rientri tra quelle elencate alla lettera c) l'agevolazione non compete.

IL SEGRETARIO GENERALE  
(Dr. Giuseppe Luigi SPADDA)

**ART. 25****ESENZIONI DELL'IMPOSTA**

Sono esenti dall'imposta ai sensi dell'art.17 del D.Lgs.507/93 e dall'art.10 della Legge 28.12.2001, n.448

- la pubblicità realizzata all'interno dei locali adibiti alla vendita di beni o alla prestazione di servizi, quando si riferisca all'attività negli stessi esercitata, nonché i mezzi pubblicitari - ad eccezione delle insegne - esposti nelle vetrine e sulle porte d'ingresso degli esercizi 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;
- gli avvisi al pubblico, esposti nelle vetrine o sulle porte d'ingresso dei locali o, in mancanza, nelle immediate adiacenze del punto di vendita e relativi all'attività svolta nonché quelli riguardanti la localizzazione e l'utilizzazione dei servizi di pubblica utilità - che non superino la superficie di mezzo metro quadrato - e quelli riguardanti la locazione o la compravendita degli immobili sui quali sono affissi, di superficie non superiore ad un quarto di metro quadrato;
- la pubblicità comunque effettuata all'interno, sulle facciate esterne o sulle recinzioni dei locali di pubblico spettacolo, qualora si riferisca alle rappresentazioni in programmazione;
- la pubblicità, escluse le insegne, relativa ai giornali ed alle pubblicazioni periodiche, se esposta sulle facciate esterne delle edicole o nelle vetrine o sulle porte di ingresso dei negozi ove si effettua la vendita.
- la pubblicità esposta all'interno delle stazioni dei servizi di trasporto pubblico di ogni genere inerente l'attività esercitata dall'impresa di trasporto, nonché le tabelle esposte all'esterno delle stazioni stesse o lungo l'itinerario di viaggio, per le parti contenenti informazioni relative alle modalità di effettuazione del servizio;
- la pubblicità esposta all'interno delle vetture ferroviarie, degli aerei e della navi, ad eccezione dei battelli di cui all'art.13, 1 comma, del Decreto 507;
- la pubblicità comunque effettuata in via esclusiva dallo Stato e dagli enti pubblici territoriali;
- le insegne, le targhe e simili apposte per l'individuazione delle sedi di comitati, associazioni, fondazioni e di ogni altro ente che non persegua scopo di lucro.
- le insegne, le targhe e simili, la cui esposizione sia obbligatoria per disposizione di legge o di regolamento, sempre che le dimensioni del mezzo usato - qualora non espressamente stabilite - non superino il mezzo metro quadrato di superficie.
- le insegne di esercizio di attività commerciali e di produzione di beni o servizi che contraddistinguono la sede dove si svolge l'attività cui si riferiscono, di superficie complessiva fino a cinque metri quadrati.  
Costituiscono insegne di esercizio le scritte in caratteri alfanumerici, completate eventualmente da simboli e da marchi, realizzate e supportate con materiali di qualsiasi natura, installate nella sede dell'attività a cui si riferisce o nelle pertinenze accessorie alla stessa. Possono essere luminose sia per luce propria che per luce indiretta.

IL SEGRETARIO GENERALE  
(Dr. Giuseppe Luigi Spall)

**ART. 26 \*****RIDUZIONI DEL DIRITTO**

il diritto sulle pubbliche affissioni è ridotto alla metà ai sensi dell'art.20 del D.Lgs 507/93 per le seguenti categorie:

- a) per manifesti riguardanti in via esclusiva lo Stato e gli enti pubblici territoriali e non rientranti nei casi per i quali è prevista l'esenzione;
- b) per i manifesti di comitati, associazioni, fondazioni e ogni altro ente che non abbia scopo di lucro;
- e) per i manifesti relativi ad attività politiche, sindacali e di categoria, culturali, sportive, filantropiche e religiose, da chiunque realizzate, con il patrocinio o la partecipazione degli enti pubblici territoriali;
- d) per i manifesti relativi a festeggiamenti patriottici, religiosi, a spettacoli viaggianti e di beneficenza;
- e) per gli annunci mortuari.

Nell'ipotesi in cui i manifesti di cui al punto precedente contengano, oltre ai messaggi relativi alle manifestazioni da pubblicizzare, anche l'indicazione di persone, ditte o società che abbiano contribuito all'organizzazione delle stesse, si applica la riduzione se:

- il soggetto passivo in via principale è ricompreso nell'elenco degli enti di cui alla lettera a);
- gli altri soggetti pubblicizzati - siano Enti Pubblici territoriali che patrocinino o partecipino alla realizzazione della manifestazione.

Salvo sia diversamente disposto da norme di legge o regolamenti. l'affissione di manifesti con la riduzione del diritto, di cui ai commi precedenti, è sottoposta alle seguenti limitazioni:

- *lo spazio totale utilizzato per le affissioni esenti, nonché per le affissioni con oneri agevolati* non può essere superiore al 35% di quello totale per la pubblica affissione disponibile su tutto il territorio comunale;
- ogni richiesta di affissione non può superare i 150 fogli, per una durata di esposizione massima di 15 giorni;

**\*Così come modificato dalla Deliberazione di C.C. n. 136 del 21/11/2005.**

- ogni soggetto richiedente non può presentare più di una richiesta di affissione per la stessa motivazione

## ART. 27\*

### ESENZIONI DEL DIRITTO

Sono esenti dal diritto sulle pubbliche affissioni ai sensi dell'art. 21 del D.Lgs.507/93:

- i manifesti riguardanti le attività istituzionali del Comune esclusiva ed esposti nell'ambito del proprio territorio da esso svolte in via esclusiva ed esposti nell'ambito del proprio territorio;
- i manifesti delle autorità militari relativi alle iscrizioni nelle liste di leva, alla chiamata ed ai richiami alle armi;
- i manifesti dello Stato, delle regioni e delle province in materia di tributi;
- i manifesti delle autorità di polizia in materia di pubblica sicurezza;
- I manifesti relativi ad adempimenti di legge in materia di referendum, elezioni politiche, per il parlamento europeo, regionali, amministrative;
- i manifesti concernenti corsi scolastici e professionali gratuiti, regolarmente autorizzati;
- ogni altro manifesto la cui affissione sia obbligatoria per legge.

Salvo sia diversamente disposto da norme di legge o regolamenti. L'affissione di manifesti con l'esenzione dal diritto, di cui al comma precedente, è sottoposta alle seguenti limitazioni:

- *lo spazio totale utilizzato per le affissioni esenti, nonché per le affissioni con oneri agevolati, non può essere superiore al 35% di quello totale per la pubblica affissione disponibile su tutto il territorio comunale; le affissioni obbligatorie per legge non sono computate nella percentuale indicata;*
- ogni richiesta di affissione non può superare i 150 fogli, per una durata di esposizione massima di 15 giorni;
- ogni soggetto richiedente non può presentare più di una richiesta di affissione per la stessa motivazione.

\*Così come modificato con deliberazione di C.C. n. 136 del 21/11/2005.



5. Su ogni manifesto affisso viene impresso il timbro dell'ufficio comunale, con la data di scadenza prestabilita.

6. Il ritardo nell'effettuazione delle affissioni causato da avverse condizioni atmosferiche è considerato causa di forza maggiore. In ogni caso quando il ritardo è superiore a dieci giorni dalla data richiesta, l'ufficio comunale provvede a darne tempestiva comunicazione, per iscritto, al committente.

7. 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 si ritiene che l'affissione possa essere effettuata.

8. Nei casi di cui ai commi 6 e 7 il committente può annullare la commissione con avviso da inviarsi all'ufficio comunale entro 10 giorni dal ricevimento delle comunicazioni previste nei citati commi e l'ufficio è tenuto a rimborsare integralmente la somma versata entro 90 giorni dal ricevimento dell'avviso di annullamento.

I manifesti restano a disposizione del committente presso l'ufficio per 30 giorni ed in tale arco di tempo, per disposizione dello stesso committente, possono essere restituiti ad altra destinazione, recuperando le spese di spedizione dalla somma da rimborsare. Trascorso tale periodo i manifesti sono inviati al macero senz'altro avviso.

9. Nel caso in cui la disponibilità degli impianti consenta di provvedere all'affissione di un numero di manifesti inferiore a quelli commissionati o per una durata inferiore a quella richiesta, l'ufficio comunale provvede ad avvertire il committente per iscritto. Se entro 5 giorni da tale comunicazione la commissione non viene annullata, l'ufficio comunale provvede all'affissione nei termini e nelle quantità rese note all'utente e dispone entro 90 giorni il rimborso al committente dei diritti eccedenti quelli dovuti.

I manifesti non affissi restano a disposizione dell'utente presso l'ufficio per 30 giorni ed in tale arco di tempo, per disposizione dello stesso committente, possono essere restituiti ad altra destinazione, recuperando le spese di spedizione dalla somma da rimborsare. Trascorso tale periodo i manifesti sono inviati al macero senz'altro avviso.

10. In tutti i casi in cui compete al committente il rimborso totale o parziale del diritto sulle affissioni, lo stesso, con apposita comunicazione scritta, può autorizzare l'ufficio comunale ad effettuare il conguaglio fra l'importo dovuto per affissioni successivamente richieste e quella di cui spetta il rimborso.

11. Il Comune ha l'obbligo di sostituire gratuitamente i manifesti strappati o comunque deteriorati e qualora non disponga di altri esemplari dei manifesti da sostituire, deve darne immediata comunicazione al richiedente mantenendo, nel frattempo, a sua disposizione i relativi spazi per ulteriori 5 giorni.

12. I manifesti pervenuti per l'affissione senza la relativa commissione formale e l'attestazione dell'avvenuto pagamento del diritto, qualora non siano ritirati dal committente entro 30 giorni dalla data di arrivo, sono inviati al macero senz'altro avviso.

13. Per le affissioni richieste per il giorno in cui è stato consegnato il materiale da affiggere od entro i due giorni successivi, se trattasi di affissioni di contenuto commerciale, ovvero per le ore notturne dalle ore 20 alle ore 7 o nei giorni festivi, è dovuta la maggiorazione del 10% del diritto, con un minimo di € 25,83 per commissione.

In caso di affidamento in concessione tale maggiorazione è attribuita interamente al Concessionario, a titolo di rimborso forfettario dei maggiori oneri sostenuti per

IL SEGRETARIO GENERALE  
 (Dr. Giuseppe M. SPADA)



l'espletamento del servizio, così come previsto dall'art. 22 comma 9 del D.Lgs. 15 novembre 1993, n. 507.

Le commissioni affissionistiche da eseguire con urgenza nello stesso giorno sono accettate fino alle ore 12.

14. Gli annunci mortuari relativi a decessi avutisi nelle giornate festive possono essere affissi direttamente durante la giornata festiva dalle agenzie funebri o dagli interessati negli appositi spazi riservati a tale tipo di manifesti. Coloro che si avvalgono di tale facoltà devono provvedere, nel primo giorno feriale successivo, a denunciare l'affissione provvedendo al pagamento dei diritti.

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

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

16. Il Comune, senza corrispondere alcun compenso o indennizzo, ha sempre facoltà di utilizzare, in caso di necessità, per il servizio delle pubbliche affissioni gli steccati ed i recinti di ogni genere a qualsiasi uso destinati, ancorché a carattere provvisorio, insistenti o prospicienti al suolo pubblico o su suolo privato gravato da servitù di pubblico passaggio.

17. Le eventuali aggiunte ai manifesti già affissi sono soggette al pagamento del diritto corrispondente alla tariffa prevista per i primi 10 giorni e seguono la scadenza dei fogli già affissi.

18. Relativamente alle affissioni riguardanti gli "spettacoli viaggianti", il Comune dispone a carico degli interessati la prestazione di una cauzione di garanzia di eventuali violazioni del presente regolamento da versarsi anticipatamente presso la Tesoreria Comunale che ne rilascerà ricevuta e sarà restituita al termine dell'esposizione, se risultata regolarmente conforme.


19. Nel periodo temporale per il quale è stato corrisposto il diritto sulle pubbliche affissioni, il Comune, oltre a quanto stabilito nel presente regolamento, non assume alcuna responsabilità per i danni eventualmente arrecati da terzi ai manifesti già affissi.

IL SEGRETARIO GENERALE  
(Dr. Giuseppe) e Luigi SPADA

**CAPO V**

**SANZIONI, INTERESSI E CONTENZIOSO**

IL SEGRETARIO GENERALE  
(Dr. Giuseppe Luigi SPADA)



**ART. 30****SANZIONI TRIBUTARIE**

1. In materie di sanzioni tributarie si applicano le disposizioni generali previste dai D.Lgs. 18 dicembre 1997, n. 471 e 472 e le disposizioni specifiche previste dall'art. 23 comma 1 del D.Lgs. 15 novembre 1993, n. 507, così come modificato dall'art. 12 del D.Lgs. 18 dicembre 1997, n. 473.

2. Per l'omessa presentazione della dichiarazione di cui all'art. 8 si applica la sanzione amministrativa dal cento al duecento per cento dell'imposta o del diritto dovuti, con un minimo di euro 51.

3. Per la dichiarazione infedele si applica la sanzione amministrativa dal cinquanta al cento per cento della maggiore imposta o diritto dovuti. Se l'errore o l'omissione attengono ad elementi non incidenti sulla determinazione di questi, si applica la sanzione da euro 51 a euro 258.

4. Le sanzioni indicate nei commi 2 e 3 sono ridotte ad un quarto se, entro il termine per ricorrere alle commissioni tributarie, interviene l'adesione del contribuente con il pagamento dell'imposta o del diritto, se dovuti, e della sanzione.

5. Per gli omessi o ritardati versamenti si applica una sanzione pari al 30% di ogni importo non versato o versato in ritardo.

**ART. 31 \*****INTERESSI**

1 - Gli interessi da applicare per la riscossione dell'imposta di Pubblicità e Diritto sulle pubbliche affissioni, per periodi antecedenti al 15.05.1998 sono quelli previsti all'art. 2 della Deliberazione di C.C. 29.05.2001, n. 93.

A decorrere dal 1° Gennaio 2001 gli *interessi* da corrispondere saranno quelli previsti al saggio legale annualmente licenziati con Decreto del Ministero dell'Economia e delle Finanze;

2 - Gli interessi nella stessa misura, spettano al contribuente per le somme da rimborsare a decorrere dalla data dell'eseguito pagamento.

**\*Così come modificato con Deliberazione di C.C. n. 136 del 21/11/2011.**

**ART. 32****SANZIONI AMMINISTRATIVE**

Il Comune è tenuto a vigilare, a mezzo del Corpo di Polizia Municipale, dell'Ufficio Tecnico e dell'Ufficio Affissioni e Pubblicità, sulla corretta osservanza delle disposizioni legislative e regolamentari riguardanti l'effettuazione della pubblicità e delle affissioni richiamate o stabilite dal presente regolamento.

2. Le violazioni delle disposizioni di cui al primo comma comportano sanzioni amministrative per la cui applicazione si osservano le norme stabilite dal capo I, sezione I e II, della Legge 24 dicembre 1981, n. 689, salvo quanto espressamente stabilito dai commi successivi.

3. Per la violazione delle norme stabilite dal presente regolamento e di quelle contenute nei provvedimenti relativi all'installazione

degli impianti si applica la sanzione da euro 206 a euro 1549 così come disposta dall'art.145 comma 57 lettera c) della Legge 23.12.2000, n.388. Il verbale, riportante gli estremi delle violazioni e l'ammontare della sanzione, è notificato agli interessati entro 150 giorni dall'accertamento delle violazioni.

4. Il Comune dispone la rimozione degli impianti pubblicitari abusivi, dandone avviso all'interessato a mezzo del verbale di cui al precedente comma, con diffida a provvedere alla rimozione ed al ripristino dei luoghi occupati entro il termine nell'avviso stesso stabilito. Nel caso di inottemperanza all'ordine di rimozione e di ripristino dei luoghi entro il termine stabilito, il Comune provvede d'ufficio, addebitando ai responsabili le spese sostenute e richiedendone agli stessi il rimborso con avviso notificato a mezzo raccomandata A.R.. Se il rimborso non è effettuato mediante versamento a mezzo conto corrente postale intestato al Comune entro il termine prestabilito, si procede al recupero coattivo del credito.

5. Indipendentemente dalla procedura di rimozione degli impianti e dall'applicazione della sanzione di cui al terzo comma il Comune, o il Concessionario del servizio, può effettuare l'immediata copertura della pubblicità abusiva in modo che sia privata di efficacia pubblicitaria e disporre la rimozione delle affissioni abusive. In ambedue i casi, oltre all'applicazione delle sanzioni di cui al presente articolo, il Comune provvede all'accertamento d'ufficio dell'imposta o del diritto dovuto per il periodo di esposizione abusiva, notificando apposito avviso secondo le modalità previste dall'art. 10 del D.Lgs. 15 novembre 1997, n. 507.

6. I mezzi pubblicitari esposti abusivamente possono essere sequestrati con ordinanza del Sindaco, a garanzia del pagamento sia delle spese di rimozione e di custodia, sia dell'imposta, delle sanzioni ed interessi. Nella predetta ordinanza è stabilito il termine entro il quale gli interessati possono richiedere la restituzione del materiale sequestrato versando tutte le somme dovute di cui sopra od una cauzione, stabilita nell'ordinanza stessa, di importo non inferiore a quello complessivamente dovuto.

7. I proventi delle sanzioni amministrative spettano al Comune e sono destinati al potenziamento ed al miglioramento del servizio e della impiantistica comunale, nonché alla redazione ed all'aggiornamento del piano generale degli impianti pubblicitari.

IL SEGRETARIO GENERALE  
(Dr. Giuseppe Luigi Spadaro)

## ART. 33

### GIURISDIZIONE TRIBUTARIA E CONTENZIOSO

1. La giurisdizione tributaria per l'imposta sulla pubblicità e per il diritto sulle pubbliche affissioni è esercitata in prima istanza dalla Commissione Tributaria Provinciale di Taranto ed in seconda istanza dalla Commissione Tributaria Regionale di Bari, secondo quanto dispone il D.Lgs. 31 dicembre 1992, n. 546.

2. Per la presentazione del ricorso, l'individuazione degli atti impugnabili ed oggetto del ricorso, la proposizione del ricorso, i termini relativi e le costituzioni in giudizio si osservano le norme stabilite dagli artt. 18, 19, 20, 21, 22 e 23 del D.Lgs. 31 dicembre 1992, n. 546.

**ART. 34****PIANO DI REPRESSIONE, RECUPERO E RIQUALIFICAZIONE DI ARREDO URBANO**

Il Comune, ai fini dell'azione di contrasto del fenomeno dell'installazione di impianti pubblicitari e dell'esposizione di mezzi pubblicitari abusivi, dovrà adottare un piano specifico di repressione dell'abusivismo, di recupero e riqualificazione con interventi di arredo urbano così come disposto dall'art.10 comma 1, lettera d) della Legge 28.12.2001, n.448.

A tal fine il Comune utilizzerà l'eventuale concessionario del servizio di accertamento e riscossione dell'imposta comunale sulla pubblicità e dei diritti sulle pubbliche affissioni per le sottoindicate attività.

1. Rilevazione generale del territorio comunale ai fini del censimento della cartellonistica, degli impianti e dei mezzi pubblicitari.
2. Formazione di apposita banca dati al fine della verifica e del controllo dell'esistenza delle concessioni e delle autorizzazioni.
3. Trasmissione dei dati raccolti agli organi comunali competenti ai fini dell'adozione dei provvedimenti di cui all'art.24 del decreto 507, integrato dall'art.10 della legge 448 del 28.12.2001.

Per le operazioni di cui sopra il funzionario responsabile ed il concessionario potranno utilizzare, previa convenzione non onerosa, le banche dati in titolarità o gestione di soggetti pubblici o loro concessionari, utili agli accertamenti incrociati, per assicurare tempestività ed efficienza dell'azione di contrasto ai fenomeni abusivi.

Su richiesta del Comune, il concessionario è tenuto a fornire assistenza alla formazione e redazione del piano di recupero e riqualificazione ed a svolgere le conseguenti attività di servizi e forniture anche di arredo urbano.

Le attività indicate nel presente articolo saranno svolte previa integrazione del contratto in-essere.

SECRETARIO GENERALE  
(Dr. Giuseppe Amadio Spada)

**ART. 35 \*****MISURE DI DEFINIZIONE BONARIA IN TEMA DI CONTENZIOSO IN MATERIA  
DI IMPOSTA SULLA PUBBLICITA'**

Il Comune è tenuto a vigilare sulla corretta osservanza delle disposizioni riguardanti l'effettuazione della pubblicità.

Alle violazioni di dette disposizioni conseguono sanzioni amministrative per la cui applicazione si osservano le norme contenute nelle sezioni I e II del Capo I della legge 24.11.1981 n.689.

Il Comune, al fine di favorire l'emersione volontaria dell'abusivismo, potrà invitare responsabili a presentare apposita istanza, in conformità delle prescrizioni regolamentari, per ottenere il rilascio della relativa autorizzazione.

Nel caso di rilascio della concessione, ove possibile, le sanzioni pecuniarie di cui all'art.24 del decreto 507, verranno applicate nella misura minima.

Ove il trasgressore non risponda all'invito entro 30 giorni o risulti irreperibile o quando non sia possibile il rilascio della concessione, il Comune procederà secondo le modalità previste dal citato art.24 del decreto 507.

Il Comune potrà sostituire, in alternativa alle sanzioni pecuniarie, apposite prescrizioni di recupero e riqualificazione individuate nell'apposito piano di cui all'art.33.

**\*Così come modificato con Deliberazione di C.C. n. 136 del 21/11/2005.**

**CAPO VI**  
**DISPOSIZIONI FINALI**

**IL SEGRETARIO GENERALE**  
*(Dr. Giuseppe Luigi SPADA)*



**ART. 36**

**ENTRATA IN VIGORE**

1. Il presente regolamento entra in vigore il 1° gennaio 2002.

**IL SEGRETARIO GENERALE**  
(Dr. Giuseppe Luigi SPADA)





**ALLEGATO A**  
**REGOLAMENTO AFFISSIONI E PUBBLICITA'**

ELENCO DELLE VIE E PIAZZE DEL COMUNE DI TARANTO CONSIDERATE DI CATEGORIA SPECIALE

Via Abruzzo  
 Via Acclavio  
 Via Alto Adige  
 Via Ancona  
 Via Anfiteatro  
 Via Annunziata SS.  
 P.zza Archita  
 Via Argentina  
 Via Aristosseno  
 Via Atenisio  
 Via Battisti  
 Via Berardi  
 P.le Bestat  
 P.zza Bottolo  
 Via Blandamura  
 Via Bruno  
 Via Cagliari  
 Via Calabria  
 Via Calamandrei  
 Via Campania  
 Via Cavallotti  
 Via Cavour  
 Via Corsica  
 Via Crispi  
 Via Cugini  
 Via Dante  
 Via D'Aquino  
 Via De Cesare  
 Via Di Palma  
 Via Duca D'Aosta  
 Via Duca degli Abruzzi  
 Via Duca di Genova  
 C.so Due Mari  
 P.zza Ebalia  
 Via Emilia  
 Via Falanto  
 Via Fortunato  
 Via Friuli  
 Via Galeso  
 Via Galilei  
 P.zza Garibaldi  
 P.zza Gesù Divin Lavoratore  
 P.zza Giovanni XXIII  
 Via Giovinnazzi

**IL SEGRETARIO GENERALE**  
(Dr. Giuseppe Luigi SPADA)





Via Gobetti  
Via Gorizia  
Via Icco  
P.za Immacolata  
C.so Italla  
Via Japigia  
P.za Kennedy  
Via Lacaia  
Via Laclos  
Via Lago D'Arvo  
Via Lazio  
Via Leonida  
P.za Libert  della  
Via Liguria  
Via Lombardia  
Via Lucania  
Via Lupo D.  
P.za Madonna delle Grazie  
V.le Magna Grecia  
Via Marche  
P.za Marconi  
P.za Masaccio  
Via Masaccio  
Via Massari  
Via Matteotti  
Via Mazzini  
P.za Medaglie d'oro  
Via Medaglie d'Oro  
Via Messapia  
Via Messina G.  
Via Mezzetti  
Via Mignogna  
Via Minniti  
Via Molise  
Via Monfalcone  
Via Nitti  
Via Oberdan  
Via Oreini  
Via Peluso D.  
C.so Piemonte  
P.za Pio X  
Via Pio XII  
Via Pisa  
Via Pisanelli  
Via Pitagora  
Via Plateja  
Via Plinio  
Via Polibio  
Via Principe Amedeo  
Via Puglie  
Via Pupino  
P.za Ramellini

IL SEGRETARIO GENERALE  
(Dr. Giuseppe Luigi SPADA)

Via Regina Elena  
 Via Regina Margherita  
 Via Roma  
 Via Romagna  
 Via Salento  
 Via Salinella  
 Via Sardegna  
 Via Sauro  
 Via Socrate  
 Via Solito  
 Via Temenide  
 Via Toscana  
 Via Trentino  
 Via Umberto I  
 Via Umbria  
 V.le Unicef  
 Via Veneto  
 Via Venti Settembre  
 Via Verdi  
 Via Virgilio  
 Via Vittoria (della)  
 Via Vittorio Emanuele III  
 Via Zara

Zona Centro commerciale Ipercoop (Vie per Montemesola, tratto tra incrocio Circummarpiccolo e stazione di servizio IP)

Zona Centro Commerciale Auchan (da incrocio S.S. 7 Appia per San Giorgio Jonico sino a incrocio Via Consiglio angolo Via Speciale)

#### **FRAZIONE DI LAMA**

Via Lama

#### **FRAZIONE DI TALSANO**

V.le Europa  
 C.so Vittorio Emanuele

#### **FRAZIONE DI SAN VITO**

V.le Jonio (tratto compreso tra incrocio Viale del Tramonto e scuole CEMM)

N.B. \* I capi delle vie che sboccano in quelle comprese nelle categorie speciali, sia per l'affissione che per la pubblicità, devono comunque considerarsi appartenenti alla categoria speciale, limitatamente ad un'estensione non superiore a quattro metri dal punto dell'incrocio.

\*Così come modificato con deliberazione di C.C. n.50 del 14/06/2010.