
COMUNE DI REGGIO CALABRIA

**Regolamento comunale per l'applicazione dell'Imposta sulla pubblicità, del Diritto sulle pubbliche affissioni e per la disciplina della pubblicità e delle affissioni.
Piano generale per le insegne d'esercizio.**

SOMMARIO

TITOLO I Disciplina della pubblicità e delle affissioni

CAPO I

DISPOSIZIONI GENERALI 5

Art. 1

Oggetto del Regolamento 5

Art. 2

Classificazione del comune..... 5

Art. 3

Divisione del territorio 5

Art. 4

Gestione dell'imposta e del Servizio affissioni..... 6

Art. 6

Funzionario Responsabile..... 6

Art. 5

Tariffe 6

CAPO II

DISCIPLINA DELL'IMPOSTA SULLA PUBBLICITÀ..... 7

Art. 7

Norma di rinvio - Pubblicità..... 7

Art. 8

Soggetto Passivo..... 7

Art. 9

Pagamento dell'imposta..... 7

Art. 10

Modalità di applicazione dell'imposta..... 8

Art. 11

Riduzioni ICP 9

Art. 12

Esenzioni ICP 9

CAPO III

DISCIPLINA DELLA PUBBLICITÀ' 10

Art. 13

Tipologia dei mezzi pubblicitari 10

Art. 14

Pubblicità ordinaria 10

Art. 15

Pubblicità effettuata con veicoli 11

Art. 16

Pubblicità con pannelli luminosi e proiezioni 11

Art. 17

Pubblicità Varia 12

Art. 18

Limiti e Divieti 13

Art. 19

Caratteristiche e modalità di installazione..... 14

Art. 20

Piano Generale degli Impianti Pubblicitari 14

Art. 21

Autorizzazione 16

Art. 22

Obblighi del titolare dell'autorizzazione..... 17

CAPO IV

Disciplina del diritto e del servizio e sulle pubbliche affissioni..... 18

Art. 23

Ambito di applicazione..... 18

Art. 24

Finalità del servizio 18

Art. 25	
Spazi per affissioni.....	18
Art. 26	
Prenotazioni - Registro cronologico.....	19
Art. 27	
Modalità per l'espletamento del servizio.....	19
Art. 28	
Mancanza di spazi disponibili.....	19
Art. 29	
Riduzioni del diritto.....	20
Art. 30	
Esenzioni dal diritto.....	20
CAPO V	
Disposizioni finali e transitorie	21
Art. 31	
Sanzioni	21
Art. 32	
Norma finale di rinvio.....	21
Art. 33	
Entrata in vigore.....	21
Art. 34	
abrogazioni	22

CAPO I DISPOSIZIONI GENERALI

Art. 1

Oggetto del regolamento

1. Il presente regolamento disciplina le modalità per l'applicazione dell'imposta sulla pubblicità e dei diritti di pubblica affissione in conformità ed in attuazione del D. Lgs. 15 novembre 1993 n. 507 e successive modificazioni ed integrazioni nonché le modalità di effettuazione della pubblicità, ai sensi dell'art. 3, comma 3, del citato D. lgs. n. 507/1993 ed in conformità al D. Lgs. 30 aprile 1992 n. 285 e successive modificazioni ed integrazioni, di seguito denominato Codice della Strada e del relativo regolamento di attuazione approvato con D.P.R. 16-12-1992, n. 495, anche mediante rinvio ad altri regolamenti o strumenti di pianificazione comunali.

Art. 2

Classificazione del Comune

1. Il Comune di Reggio Calabria, in base alla popolazione residente al 31/12/2005, pari a 180.353 abitanti risultanti dai dati statistici dello stesso Comune, appartiene alla II^a classe ai fini dell'applicazione dell'imposta sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni di cui al presente Regolamento.

Art. 3

Divisione del territorio

1. Ai fini dell'applicazione dell'imposta sulla pubblicità in base agli articoli 12, 14, 15 commi 1, 3 e 5, del D.Lgs. 507/1993, nonché del diritto sulle pubbliche affissioni, il territorio del Comune di Reggio Calabria è suddiviso nelle seguenti categorie:
 - a) Categoria speciale:** Appartengono ad essa le località riportate nell'allegato A al presente regolamento;
 - b) Categoria normale:** Appartengono ad essa tutte le località comprese nel restante territorio comunale.
2. Le esposizioni pubblicitarie e le affissioni di carattere commerciale effettuate nelle porzioni del territorio comprese nella categoria speciale sono soggette alla maggiorazione del centocinquanta per cento della tariffa normale.

Art. 4

Gestione dell'imposta e del Servizio affissioni

1. La gestione del servizio di accertamento e riscossione dell'imposta sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni nonché l'effettuazione del servizio di pubbliche affissioni possono essere affidate in concessione ai soggetti indicati all'art. 52 del D.lgs 446/1997, qualora il Comune lo ritenga più conveniente sotto il profilo economico e funzionale. In tal caso il relativo contratto di servizio stabilisce le modalità con cui il soggetto incaricato cura l'incasso e la rendicontazione al Comune dell'entrata in questione, ed ogni altra modalità o termine dell'attività affidata, che non sia già stabilita dalla legge dal regolamento, o da altre norme rilevanti.

Art. 5

Tariffe

1. Le tariffe dell'imposta e del diritto e le previste maggiorazioni sono applicate nelle misure stabilite dalla legge.
2. Le tariffe dell'imposta e del diritto sono deliberate dalla Giunta comunale entro il 31 marzo di ogni anno e si applicano a decorrere dal 1° gennaio del medesimo anno. In caso di mancata adozione della deliberazione, si intendono prorogate di anno in anno.

Art. 6

Funzionario Responsabile

1. In caso di gestione diretta la Giunta Municipale nomina un funzionario comunale responsabile della gestione diretta del servizio, al quale sono attribuiti le funzioni ed i poteri per l'esercizio di ogni attività organizzativa e gestionale dell'imposta sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni.
2. Il funzionario responsabile sottoscrive anche le richieste, gli avvisi, i provvedimenti relativi e dispone i rimborsi e la formazione del ruolo per la riscossione coattiva dell'imposta e del diritto.
3. Nel caso di gestione in concessione, le attribuzioni di cui al comma 1 spettano al concessionario.

CAPO II DISCIPLINA DELL'IMPOSTA SULLA PUBBLICITÀ

Art. 7

Norma di rinvio - Pubblicità

1. Il D.Lgs. 507/1993 disciplina il presupposto dell'imposta, il soggetto passivo, le modalità di applicazione dell'imposta, la dichiarazione, il pagamento dell'imposta e il termine di prescrizione dell'eventuale diritto al rimborso di somme versate e non dovute, la rettifica e l'accertamento d'ufficio, la pubblicità ordinaria, la pubblicità effettuata con veicoli, la pubblicità effettuata con pannelli luminosi e proiezioni, la pubblicità varia e le riduzioni ed esenzioni, le cui disposizioni s'intendono qui riportate come da testo vigente.
2. La normativa di cui al comma 1 è integrata dalle disposizioni regolamentari contenute nei commi seguenti e negli articoli del presente capo.
3. Per la pubblicità esterna effettuata mediante installazione di impianti e mezzi pubblici di qualsiasi natura e dei relativi sostegni su pertinenze stradali, aree, edifici, impianti, opere pubbliche ed altri beni demaniali e patrimoniali comunali o in uso a qualsiasi titolo al Comune, l'applicazione dell'imposta sulla pubblicità non esclude quella della tassa per l'occupazione di spazi ed aree pubbliche nonché il pagamento al Comune stesso di canoni di concessione o locazione, secondo quanto previsto dall'art. 9, comma 7, del D.Lgs. n. 507/1993.

Art. 8

Soggetto Passivo

1. Il soggetto passivo è tenuto all'obbligo della dichiarazione iniziale della pubblicità, delle variazioni della stessa ed al connesso pagamento dell'imposta. Allo stesso è notificato l'eventuale avviso di accertamento e di rettifica e nei suoi confronti sono effettuate le azioni per la riscossione coattiva dell'imposta, accessori e spese.
2. Nel caso in cui non sia possibile individuare il titolare del mezzo pubblicitario, installato senza autorizzazione, ovvero il procedimento di riscossione nei suoi confronti abbia esito negativo, l'ufficio comunale notifica avviso di accertamento, di rettifica od invito al pagamento al soggetto che produce o vende la merce o fornisce i servizi oggetto della pubblicità, sperando nei suoi confronti le azioni per il recupero del credito d'imposta, accessori e spese.

Art. 9

Pagamento dell'imposta

1. Il pagamento dell'imposta comunale sulla pubblicità si legittima per il solo fatto che la pubblicità stessa venga comunque effettuata, anche in assenza di titolo autorizzativo.

2. Qualunque sia la manifestazione pubblicitaria, il pagamento dell'imposta non esime il soggetto interessato dall'obbligo di premunirsi della relativa autorizzazione.
3. Il contribuente può chiedere la rateizzazione dei tributi pregressi iscritti a ruolo o per i quali sia stato notificato apposito avviso di pagamento. La richiesta di rateizzazione deve essere presentata all'ufficio, in bollo e a pena di decadenza, prima dell'inizio della procedura esecutiva. Con apposita delibera di Giunta Comunale vengono specificate le modalità per l'effettuazione della rateizzazione.
4. Se alla denuncia di cessazione presentata entro il 31 gennaio dell'anno di competenza non fa riscontro l'effettiva rimozione dei mezzi pubblicitari entro il suddetto termine di scadenza, la pubblicità si considera abusiva e si rendono applicabili, oltre al pagamento dell'imposta, la sanzione del 100%, gli interessi legali e le spese di notifica.

Art. 10

Modalità di applicazione dell'imposta

1. Per mezzo pubblicitario s'intende ogni impianto, manufatto o cosa materiale mediante il quale la pubblicità è diffusa.
2. Costituisce forma pubblicitaria:
 - qualsiasi comunicazione visiva o acustica;
 - la diffusione di ogni messaggio pubblicitario, anche se privo di scritte;
 - qualsiasi figura, decorazione avente lo scopo di reclamizzare un bene o un servizio.
3. E' soggetta all'imposta sulla pubblicità qualunque affissione diretta, anche per conto di terzi, di manifesti e similari, su apposite strutture adibite a tale scopo.
4. Per i mezzi pubblicitari bifacciali l'imposta è calcolata separatamente su ogni singola faccia. La superficie complessiva dei mezzi pubblicitari polifacciali viene determinata sommando le superfici di tutte le facce che compongono tali mezzi anche se ripetono lo stesso messaggio pubblicitario.
5. Le insegne, le frecce segnaletiche e altri mezzi simili che riguardano soggetti diversi, anche se collegati su un'unica struttura di supporto, delimitati, rappresentano mezzi pubblicitari separati ed autonomi.
6. L'iscrizione su un mezzo pubblicitario composta da lettere separate applicate anche a notevole distanza le une dalle altre, oppure da più moduli componibili, è assoggettata all'imposta in funzione della superficie della minima figura piana geometrica che la comprende.
7. La pubblicità esposta nelle vetrine d'ingresso dei locali viene calcolata in base alla superficie della scritta pubblicitaria, oppure, a richiesta della ditta, in base alla superficie dell'intera vetrina per l'esposizione di pubblicità variabile.
8. La pubblicità esposta sulle tende viene calcolata in base alla superficie della scritta pubblicitaria.

9. Si considerano luoghi pubblici od aperti al pubblico quelli a cui si può accedere senza necessità di particolari autorizzazioni, anche se con il pagamento del biglietto.
10. La pubblicità effettuata sui veicoli in genere, rimorchi, vetture autofilotranviarie, battelli, barche e simili, ivi comprese sui taxi è da considerare annuale a prescindere dal tempo d'uso del veicolo o da eventuali soste dello stesso per manutenzione o per altro.

Art. 11

Riduzioni ICP

1. I requisiti soggettivi previsti dall'art. 16, comma 1, lett. a), del D.Lgs. n. 507/1993 sono attestati attraverso l'esibizione dello statuto ovvero autocertificati dal soggetto passivo ai sensi della normativa vigente. L'autocertificazione e la documentazione sono acquisite per la prima dichiarazione e non devono essere ripetute dallo stesso soggetto in occasione di successive esposizioni di mezzi pubblicitari, salvo che non si siano verificate variazioni.
2. I requisiti oggettivi di cui all'art. 16, comma 1, lettere b) e c) del D.Lgs. n. 507/1993 sono verificati direttamente dall'ufficio comunale attraverso l'esame dei mezzi pubblicitari o dei loro fac-simili. Quando ciò non sia possibile o sussistano incertezze in merito alle finalità del messaggio pubblicitario il soggetto passivo autocertifica, nella dichiarazione e con le modalità di cui al precedente comma, la corrispondenza delle finalità delle manifestazioni, festeggiamenti e spettacoli a quelle previste dalle norme suddette che danno diritto alla riduzione dell'imposta.
3. Ai fini dell'applicazione della riduzione sono considerati "Spettacoli Viaggianti" le attività spettacolari, di trattenimento e le attrazioni allestiti a mezzo di attrezzature mobili, all'aperto o al chiuso, ovvero i parchi permanenti anche se in maniera stabile.
4. Nelle ipotesi in cui i mezzi pubblicitari contengano, oltre ai messaggi delle manifestazioni, anche l'indicazione di ditte e persone che hanno contribuito all'organizzazione delle stesse, si applica la maggiorazione del 150% per la categoria speciale e la riduzione del 50 % dell'imposta.

Art. 12

Esenzioni ICP

1. I mezzi pubblicitari di cui all'art. 17, comma 1, lett. h) sono esenti dal pagamento dell'imposta sulla pubblicità, nella misura consentita dall'art. 10 della L. n. 448 del 28/12/2001 e successive modificazioni. Ove la pubblicità esposta presso le sedi suddette superi la misura stabilita, si applica l'imposta per l'intera superficie ridotta del 50% della categoria di appartenenza.
2. I mezzi pubblicitari esposti dai soggetti di cui all'art. 17, comma 1, lett. h) in luoghi diversi dalla sede, non rientrano nell'esenzione e ad essi si applica la tariffa massima della categoria di appartenenza ridotta del 50%.
3. Dal pagamento dell'imposta sulla pubblicità possono essere esentate le ditte che provvedono, con mezzi e personale proprio, alla manutenzione ed alla pulizia del verde pubblico e sponsorizzano la loro attività tramite l'esposizione di una targa

pubblicitaria nei limiti massimi della misura di cm 50 x 50, previa autorizzazione dell'U.O. Verde Pubblico.

4. E' esente dal pagamento dell'imposta la pubblicità esposta all'interno di strutture private ove l'accesso sia consentito esclusivamente ai soli soci, purchè la pubblicità non sia visibile dall'esterno. I requisiti necessari per accedere alla suddetta esenzione dovranno essere comprovati da autocertificazione del responsabile della struttura alla quale deve essere allegato lo statuto sociale.
5. Dal pagamento dell'imposta sulla pubblicità sono esentate le organizzazioni non lucrative di utilità sociale (ONLUS) di cui all'art.10 del D.Lgs. n.460 del 04/12/1997, che pubblicizzano tramite locandine ed altri mezzi simili, messaggi a carattere umanitario e problematiche sociali, finalizzati a favorire la raccolta di fondi da destinare alla ricerca scientifica anche se riportano sponsor che partecipano e contribuiscono alla predetta raccolta. L'esenzione viene applicata in misura di n° 200 esemplari.

CAPO III

DISCIPLINA DELLA PUBBLICITA'

Art. 13

Tipologia dei mezzi pubblicitari

1. Le tipologie pubblicitarie oggetto del presente Regolamento sono classificate, secondo il D.Lgs. n. 507/1993, in:
 - a) pubblicità ordinaria;
 - b) pubblicità effettuata con veicoli;
 - c) pubblicità effettuata con pannelli luminosi o proiezioni;
 - d) pubblicità varia.

Art. 14

Pubblicità ordinaria

1. La pubblicità ordinaria è effettuata mediante:
 - a) insegne di esercizio;
 - b) targhe;
 - c) pre-insegne, cartelli a messaggio variabile o cassonetto luminoso, totem;
 - d) grandi insegne a muro;
 - e) cestini, transenne, orologi, quadri informativi;
 - f) paline e pensiline fermata bus.

2. Per le definizioni si fa riferimento all'art. 47 del Regolamento di esecuzione ed attuazione del Codice della Strada, intendendosi compresi negli "altri mezzi pubblicitari" i "segni orizzontali reclamistici" ed esclusi gli "striscioni" disciplinati dalle norme del presente Regolamento relative alla "pubblicità varia". E' compresa nella "pubblicità ordinaria" la pubblicità mediante affissioni dirette di manifesti e simili su apposite strutture adibite all'esposizione di tali mezzi, nei casi e nei modi previsti dalle Norme Tecniche di Attuazione del Piano generale degli impianti pubblicitari.
3. La disciplina delle insegne d'esercizio, come definite dal Regolamento di esecuzione ed attuazione del Codice della Strada, è riportata nell'Allegato B alla presente.
4. Il Piano generale degli impianti pubblicitari di cui all'art. 20 disciplina, ad integrazione ed attuazione di quanto stabilito nel presente Regolamento, le tipologie di pubblicità di cui al comma 1, ad eccezione delle insegne d'esercizio e delle targhe.

Art. 15

Pubblicità effettuata con veicoli

1. La pubblicità effettuata con veicoli è distinta come di seguito indicato:
 - a) pubblicità visiva effettuata per conto proprio od 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..
2. Per l'effettuazione di pubblicità con veicoli si osservano le disposizioni di cui agli art. 57 e 59 del Regolamento di esecuzione ed attuazione del Codice della Strada.
3. E' vietata la pubblicità itinerante realizzata mediante la sosta e la fermata su aree pubbliche o su aree private visibili da aree pubbliche di autoveicoli speciali di cui all'art. 54, comma 1, lett. g), del Codice della Strada ed all'art. 203, comma 2, lett. q) del relativo Regolamento di esecuzione e di rimorchi di cui all'art. 56 del Codice della Strada utilizzati per la pubblicità quando siano uniti al veicolo trainante. Sugli stessi veicoli in sosta la pubblicità dovrà essere rimossa ovvero coperta in modo tale che sia privata di efficacia. E', altresì, vietata la sosta dei rimorchi di cui al citato art. 56 utilizzati per la pubblicità itinerante quando siano staccati dal veicolo trainante, sia su suolo pubblico che su suolo privato con visibilità da aree pubbliche.
4. La pubblicità effettuata su autoveicoli con vele pubblicitarie non può superare la superficie di mq 3 x 2 per faccia e non può essere luminosa o illuminata.

Art. 16

Pubblicità con pannelli luminosi e proiezioni

1. La pubblicità con pannelli luminosi è effettuata all'esterno ed all'interno dei centri abitati nel rispetto delle prescrizioni dell'art. 50 del regolamento di attuazione del Codice della Strada, con insegne, pannelli od altre analoghe strutture caratterizzate dall'impiego 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.

2. 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.

Art. 17

Pubblicità Varia

1. La pubblicità varia comprende:
 - a) locandine; esse vengono collocate a cura dell'utenza all'esterno od all'interno dei locali pubblici od aperti al pubblico ed autorizzate dall'Ufficio comunale previo pagamento dell'imposta di pubblicità, mediante apposizione del timbro con la data di scadenza ed il numero progressivo. Quando il collocamento diretto di locandine, ha carattere ricorrente, il committente deve presentare, con la prescritta dichiarazione, l'elenco completo dei locali nei quali detti mezzi pubblicitari vengono esposti. Quando tale esposizione ha carattere occasionale, si prescinde dall'obbligo di presentare l'elenco dei locali.
 - b) striscioni o altri mezzi similari; lo striscione è un elemento bidimensionale realizzato con materiali di qualsiasi natura, privo di rigidità propria, mancante di una superficie di appoggio e comunque non aderente ad essa. L'esposizione può essere autorizzata per un periodo massimo di gg. 15 e ad un'altezza minima da terra di mq 5,10;
 - c) totem; si tratta di un impianto di pubblicità o di propaganda finalizzato alla diffusione di messaggi fissi o variabili di carattere sociale, commerciale, istituzionale, culturale o sportivo che può essere autorizzato per una superficie massima, complessiva per entrambi i lati, di mq 2,80;
 - d) aeromobili; è consentita la pubblicità con aeromobili mediante, scritte, striscioni, disegni fumogeni, compresa quella eseguita su specchi d'acqua e fasce marittime limitrofi al territorio comunale;
 - e) palloni frenati, purchè ancorati al suolo in modo provvisorio;
 - f) manifestini o con persone circolanti con cartelli rispettando i limiti e i divieti indicati negli atti autorizzativi. Il volantaggio può essere effettuato solo tramite apposizione nelle cassette delle lettere.
2. La pubblicità di cui al comma 1 si può realizzare:
 - a) in occasione di manifestazioni politiche, sindacali e di categoria, filantropiche, religiose, culturali, sportive e ricreative, da chiunque realizzate, anche con il patrocinio o la partecipazione degli Enti pubblici territoriali, nonché in occasione di spettacoli viaggianti e di beneficenza. Tale forma di pubblicità è autorizzabile unicamente durante il periodo di svolgimento della manifestazione a cui si riferisce, oltrechè durante la settimana precedente e le dodici ore successive. In occasioni di particolari eventi organizzati direttamente dal Comune o per i quali l'Amministrazione Comunale con apposita delibera di Giunta ne stabilisca la partecipazione e contempili espressamente l'esposizione pubblicitaria, con o senza contributi o finanziamenti, è possibile autorizzare la pubblicità di cui al comma 1 anche nelle zone oggetto di divieto ai sensi dell'art. 18;

- b) per finalità commerciali in occasione dei saldi di fine stagione o di altre vendite straordinarie regolarmente autorizzate nonchè di un evento riferito all'attività commerciale che non può ripetersi nel corso dell'anno. I mezzi pubblicitari possono essere esposti, esclusivamente, nell'area prospiciente alla sede di pertinenza dell'attività commerciale, e comunque ad una distanza non superiore a mt 50, per una durata non superiore a 30 giorni consecutivi.
3. La pubblicità fonica può essere effettuata solo per la diffusione di "urgenti" messaggi di pubblico interesse, disposti dall'Amministrazione comunale o dall'Autorità di pubblica sicurezza.

Art. 18

Limiti e Divieti

1. E' vietata la collocazione d'impianti pubblicitari sul Corso Garibaldi, sulla Via Italo Falcomatà, sulla Via Vittorio Emanuele III e sul v.le Matteotti, Viale Zerbi, P.zza De Nava, P.zza Italia, P.zza Camagna, P.zza Duomo, Piazza Castello, Piazza della Rotonda, ad eccezione degli impianti destinati dal Piano alla pubblica affissione istituzionale.
2. Il posizionamento dei cartelli e degli altri mezzi pubblicitari fuori dei centri abitati deve essere effettuato nel rispetto delle distanze minime e dei divieti, di cui all'art. 23 del Nuovo Codice della Strada, ed agli articoli 51 e 52 del relativo Regolamento di esecuzione, nonché in conformità alle previsioni del Piano degli impianti pubblicitari. Le disposizioni relative alle distanze minime, ed il divieto di posizionamento in curva, previsti dall'art. 51 del Regolamento di esecuzione ed attuazione del Codice della Strada, non si applicano per i cartelli e gli altri mezzi pubblicitari collocati in posizione parallela al senso di marcia dei veicoli.
3. Il posizionamento dei cartelli e degli altri mezzi pubblicitari all'interno dei centri abitati, ad eccezione delle insegne e delle targhe disciplinate dalla deliberazione di cui all'art. 14, comma 3, deve essere effettuato nel rispetto di quanto previsto dal Piano degli impianti pubblicitari.
4. Il posizionamento dei mezzi pubblicitari in genere deve avvenire in modo tale da consentire sempre la perfetta visibilità (nel senso di marcia) di semafori, incroci, segnali stradali di pericolo ed attraversamenti pedonali.
5. E' comunque sempre vietata l'installazione di mezzi per la pubblicità (permanente e temporanea) in corrispondenza delle intersezioni, lungo le curve nell'area della corda interna tracciata tra i due punti di tangenza, in corrispondenza di cunette o dossi, sui cavalcavia e loro rampe, sui parapetti stradali, sui ponti e sottoponti non ferroviari, sui cavalcavia stradali e loro banchine, sulle banchine di sicurezza e sugli altri dispositivi laterali di protezione e di segnalamento o comunque in modo tale da pregiudicare la sicurezza della circolazione veicolare e pedonale.
6. I cartelli relativi alla pubblicità ordinaria devono avere sagoma regolare che in ogni caso non può essere quella di disco e di triangolo ed in ogni caso non deve generare confusione con la segnaletica stradale.
7. L'uso dei colori, del colore rosso o di particolari abbinamenti cromatici non deve generare confusione con la segnaletica stradale ad evitare che il colore utilizzato per i cartelli o per altri mezzi pubblicitari costituisca sfondo per segnali stradali causandone una scarsa percettibilità.
8. E' vietato utilizzare alberi come supporti pubblicitari.

9. E' vietato il lancio o getto dei volantini nonché la loro distribuzione per le vie della città sia con consegna nelle mani dei passanti sia con apposizione sui veicoli in sosta.
10. E' vietato utilizzare impianti di segnaletica stradale o delle reti tecnologiche in genere come supporti pubblicitari.
11. E' vietato l'utilizzo di sistemi di ancoraggio che possano danneggiare i supporti o essere instabili (es. filo di ferro ed altro) per l'esposizione di impianti temporanei.
12. Non è consentita l'apposizione di manifesti al di fuori dei supporti appositamente previsti per tale uso e non contemplati dal Piano generale degli impianti pubblicitari.
13. Nei cantieri non è consentita l'affissione direttamente sulle recinzioni siano esse realizzate con steccati o lamiera ondulate o reti; l'affissione è consentita solamente su plance realizzate in lamiera e dotate di cornice e poste in opera in sicurezza.
14. La pubblicità su ponteggi di cantieri ed altre strutture di servizio di pertinenza, non può essere eseguita mediante esposizione di manifesti o altro direttamente su steccati, ponteggi o recinzioni ma deve rispondere per tipologia, dimensioni e caratteristiche ad impianti pubblicitari quali teli, tabelle o manufatti posti in aderenza.
15. La pubblicità su ponteggi di cantiere, ed altre strutture di servizio di pertinenza, deve avere la caratteristica di impianto di pubblicità, può essere luminosa sia per luce propria che per luce indiretta (illuminato). La superficie pubblicitaria complessiva non può superare il 20 % del prospetto del ponteggio su cui insiste nelle zone del centro storico delimitate dal Piano ed il 40 % nelle altre zone. La pubblicità su ponteggi edilizi e sulle recinzioni dei grandi cantieri può essere realizzata per la durata dei lavori, e comunque per un periodo non superiore a sei mesi, utilizzando le caratteristiche sopra riportate su tutta la superficie di una facciata o collocati lungo tutta la recinzione, anche in deroga al divieto previsto dal comma 1 del presente articolo.
16. L'installazione di impianti pubblicitari su aree destinate a verde pubblico è limitata ai soli manufatti dedicati alla sponsorizzazione della manutenzione del verde nella superficie massima pari a 0,70 mq, in base ad apposita convenzione stipulata con il competente Ufficio.
17. Gli impianti posti sui marciapiedi devono sempre garantire un passaggio libero per i pedoni di larghezza non inferiore a novanta centimetri.

Art. 19

Caratteristiche e modalità di installazione

1. I cartelli e gli altri mezzi pubblicitari non luminosi devono avere le caratteristiche ed essere installati con le modalità e le cautele prescritte dall'art. 49 del Regolamento di esecuzione ed attuazione del Codice della Strada, e con l'osservanza delle prescrizioni contenute nel Piano degli impianti pubblicitari.

Art. 20

Piano Generale degli Impianti Pubblicitari

1. Il Piano Generale degli Impianti pubblicitari (in seguito denominato Piano) deve prevedere su tutto il territorio comunale la distribuzione degli impianti pubblici con riguardo alle esigenze di carattere sociale, della concentrazione demografica ed economica, della circolazione e traffico, della tutela ambientale, e nel rispetto dei vigenti strumenti urbanistici, dei divieti e vincoli imposti da norme generali o provvedimenti amministrativi ed in particolare dal D.Lgs. n. 507/1993, dal presente Regolamento e dalle disposizioni del Codice della Strada e del relativo Regolamento di attuazione.
2. La collocazione degli impianti destinati alle affissioni di manifesti aventi finalità istituzionali, sociali, necrologiche o comunque privi di finalità economiche, deve essere particolarmente idonea per assicurare ai cittadini la conoscenza di tutte le informazioni relative all'attività del Comune, per provvedere tempestivamente all'esercizio dei loro diritti.
3. Il Piano, nel determinare la distribuzione degli impianti sul territorio ai sensi del comma 1, applica le deroghe alla normativa relativa alle distanze minime ai sensi dell'art. 51, comma 4, del Regolamento di esecuzione ed attuazione del Codice della Strada, per il posizionamento dei cartelli e degli altri mezzi pubblicitari nel rispetto delle esigenze di sicurezza della circolazione stradale.
4. Il Piano degli impianti pubblicitari è articolato in due parti:
 - a) la prima parte definisce la localizzazione nel territorio comunale degli impianti per le pubbliche affissioni e per le affissioni dirette a gestione privata;
 - b) la seconda parte determina gli ambiti del territorio comunale nei quali sono localizzati i mezzi di pubblicità ordinaria esterna.
5. Il Piano deve comprendere, più specificamente, i seguenti elaborati:
 - a) la relazione descrittiva del piano;
 - b) la normativa tecnica di attuazione;
 - c) la zonizzazione del territorio urbano;
 - d) la cartografia del progetto di distribuzione degli impianti;
 - e) le schede di progetto.
6. Il Piano è approvato con apposita deliberazione da adottarsi dalla Giunta Comunale nel rispetto delle norme e dei criteri stabiliti nel presente regolamento. Il Piano può essere adeguato o modificato per effetto delle variazioni intervenute nella consistenza demografica del Comune, dell'espansione dei centri abitati, dello sviluppo della viabilità e di ogni altra causa rilevante che viene illustrata nella motivazione del provvedimento di modifica.
7. La superficie complessiva dei mezzi pubblicitari permanenti sugli spazi ed aree comunali all'interno di ogni circoscrizione è determinata nel rapporto massimo di ottanta metri quadrati per ogni mille abitanti. Tale consistenza è ripartita tra le diverse tipologie della pubblicità nelle seguenti misure percentuali:

- a) 20 % (venti) da attribuire a soggetti privati per veicolare messaggi pubblicitari di durata non inferiore a trenta giorni e comunque non per le affissioni dirette o per conto altrui;
 - b) 50 % (cinquanta) destinato all'affissione diretta anche per conto terzi;
 - c) 30 % (trenta) destinato alla pubblica affissione di natura istituzionale, sociale o priva di rilevanza economica, necrologica ed a quella di carattere commerciale.
8. La superficie totale dei mezzi pubblicitari permanenti all'interno del centro abitato e che siano visibili da vie o piazze pubbliche ed insistono sulle proprietà di terzi privati o pubblici diversi dal Comune, non può superare la quantità di 30 mq. per ogni mille abitanti, di cui il 50% per le affissioni dirette.
 9. Gli impianti per le pubbliche affissioni possono essere costituiti da tabelle, poster, bacheche e totem.
 11. Tutti gli impianti hanno, di regola, dimensioni pari o multiple di cm. 70 x 100 e sono collocati in posizioni che consentono la libera e totale visione e percezione del messaggio pubblicitario da spazi pubblici per tutti i lati che vengono utilizzati per l'affissione.
 12. Ciascun impianto reca, in alto al centro, una targhetta con l'indicazione "Comune di Reggio Calabria - Servizio Pubbliche Affissioni" ed il numero di individuazione dell'impianto.
 13. Gli impianti possono essere luminosi per luce propria ovvero illuminati da luce indiretta.
 14. Le norme tecniche del piano stabiliscono le modalità per lo spostamento dell'ubicazione di impianti per le pubbliche affissioni in qualsiasi momento risulti necessario per esigenze di servizio, circolazione stradale, realizzazione di opere od altri motivi.
 15. L'installazione e gestione degli arredi pubblicitari, orologi, contenitori di rifiuti, contenitori raccolta differenziata, panchine, può essere affidata a soggetti privati secondo modalità da stabilire con il Piano.
 16. Le paline e le pensiline relative alle fermate dei mezzi di trasporto pubblico, sono assegnate al gestore del servizio di trasporto pubblico che deve procedere alla gestione diretta o al loro affidamento tramite procedure ad evidenza pubblica.
 17. Gli orologi, i contenitori per rifiuti, i contenitori per la raccolta differenziata e le paline fermata autobus, non possono avere una superficie di esposizione superiore a mq.1,50 e per tali tipologie non si applicano le distanze minime rispetto ai cartelli ed agli altri mezzi pubblicitari.

Art. 21

Autorizzazione

1. Il posizionamento e l'installazione degli impianti pubblicitari compresi nel Piano degli Impianti pubblicitari potrà essere autorizzato in base a quanto previsto nelle Norme Tecniche di Attuazione del Piano stesso, e/o in base a successivi provvedimenti per la definizione delle procedure e/o di organizzazione. L'Amministrazione Comunale, ai fini dell'attuazione del Piano in questione, potrà anche indire procedure, nel

rispetto delle normative vigenti in materia, per l'assegnazione di spazi nella disponibilità comunale.

2. Il procedimento autorizzativo per le insegne d'esercizio è stabilito con all'allegato di cui all'art. 14, comma 3.
3. Il Piano degli impianti e l'allegato di cui all'art. 14, comma 3, stabiliscono, rispettivamente, la durata dei provvedimenti autorizzativi degli impianti pubblicitari e delle insegne e le modalità per il relativo rinnovo.
4. Le autorizzazioni sono comunque rilasciate facendo salvi eventuali diritti di terzi. Il contribuente autorizzato s'intende espressamente obbligato, senza eccezioni o limiti di sorta, a sollevare o tenere indenne da qualsiasi azione, pretesa, richiesta, che qualunque causa e titolo potesse nei confronti del Comune avanzarsi in relazione, alla concessione, all'autorizzazione.
6. Non è sottoposta alla preventiva autorizzazione comunale, anche se tenuta al pagamento dell'imposta, ove non esente, la pubblicità effettuata all'interno dei locali aperti al pubblico, la cui pubblicità non sia visibile dall'esterno, quali ad esempio:
 - a) locali pubblici;
 - b) aree portuali e aeroportuali;
 - c) aree di parcheggio;
 - d) strutture sportive.

Art. 22

Obblighi del titolare dell'autorizzazione

1. Il titolare dell'autorizzazione ha l'obbligo di:
 - a) verificare periodicamente il buono stato di conservazione dei cartelli e degli altri mezzi pubblicitari e delle loro strutture di sostegno;
 - b) effettuare tutti gli interventi necessari al mantenimento delle condizioni di sicurezza;
 - c) adempiere nei tempi prescritti a tutte le disposizioni impartite dal Comune, sia al momento del rilascio dell'autorizzazione, sia successivamente per intervenute e motivate esigenze;
 - d) provvedere alla rimozione in caso di scadenza, decadenza, revoca dell'autorizzazione o del venir meno delle condizioni di sicurezza previste all'atto dell'installazione o di motivata richiesta del Comune;
2. In ogni cartello o mezzo pubblicitario autorizzato deve essere applicata la targhetta prescritta dall'art. 55 del D.P.R. n. 495/1992.
3. La mancata osservanza degli obblighi di cui al comma 1, è motivo di revoca dell'autorizzazione.

CAPO IV
DISCIPLINA DEL DIRITTO E DEL SERVIZIO E SULLE PUBBLICHE
AFFISSIONI

Art. 23

Ambito di applicazione

1. In conformità alle disposizioni del Capo I del D.Lgs. n. 507/1993, le pubbliche affissioni sono soggette ad un diritto dovuto al Comune.
2. L'oggetto del servizio, il diritto dovuto, le modalità di pagamento, le riduzioni, le esenzioni e le modalità per le pubbliche affissioni sono disciplinati rispettivamente dagli articoli da 18 a 22 del D. Lgs. n. 507/1993. Tali disposizioni s'intendono qui richiamate nel testo vigente e sono integrate dalle norme regolamentari di cui ai commi seguenti e agli articoli del presente capo.

Art. 24

Finalità del servizio

1. Il Comune, a mezzo del servizio delle pubbliche affissioni assicura l'affissione, negli appositi impianti a ciò destinati, di manifesti costituiti da qualunque materiale idoneo contenenti comunicazioni aventi finalità istituzionali, sociali o comunque prive di rilevanza economica e di messaggi diffusi nell'esercizio di attività commerciali.
2. I manifesti aventi finalità istituzionali, sociali o comunque prive di finalità economiche sono quelli pubblicati dal Comune e, di norma, quelli per i quali l'affissione è richiesta dai soggetti e per le finalità di cui agli artt. 20 e 21 del D.Lgs. 507/1993.
3. 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.

Art. 25

Spazi per affissioni

1. Per la pubblica affissione sono utilizzati gli impianti previsti dal Piano degli impianti pubblicitari di cui all'art. 20, secondo la ripartizione in tipologie ivi effettuata e nei limiti di superficie per gli stessi stabiliti.
2. In caso di perduranti eccedenze di manifesti da affiggere in una tipologia di impianti di pubblica affissione, ove vi sia contemporanea disponibilità di impianti non utilizzati nelle altre tipologie il funzionario responsabile può disporre la temporanea deroga, per non più di 3 mesi, dai limiti stabiliti per ciascuna tipologia.

Art. 26

Prenotazioni - Registro cronologico

1. L'affissione s'intende prenotata dal momento in cui perviene all'ufficio preposto al servizio la commissione, accompagnata dall'attestazione dell'avvenuto pagamento del diritto.
2. Le commissioni sono iscritte in un apposito registro tenuto, in ordine cronologico di prenotazione e costantemente aggiornato, presso l'ufficio che gestisce il servizio.

Art. 27

Modalità per l'espletamento del servizio

1. I manifesti devono essere fatti pervenire, a cura del committente, all'ufficio che gestisce il servizio, nell'orario di apertura, 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 e:
 - a) per quelli costituiti da un solo foglio, la quantità e il formato;
 - b) per quelli costituiti da più fogli, la quantità dei manifesti, il numero dei fogli dai quali ciascuno è costituito, lo schema di composizione del manifesto 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 un'ulteriore copia da conservare negli archivi per eventuali controlli.
4. Su ogni manifesto affisso viene impresso il timbro dell'ufficio che gestisce il servizio, con la data di scadenza prestabilita e il numero progressivo.
5. 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 altro preavviso.

Art. 28

Mancanza di spazi disponibili

1. Nel caso in cui la disponibilità degli impianti consenta di provvedere all'affissione di un numero di manifesti inferiore a quelli pervenuti o per una durata inferiore a quella richiesta, l'ufficio che gestisce il servizio provvede a darne comunicazione al committente per iscritto. Se entro tre giorni da tale comunicazione la commissione

non viene annullata, l'ufficio comunale provvede 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 presso l'ufficio 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 postali, il cui importo viene detratto dai diritti eccedenti.

Art. 29

Riduzioni del diritto

1. Per l'affissione di manifesti relativi alle attività senza scopo di lucro, che contengono uno o più sponsor che contribuiscono alla manifestazione stessa, si applica la maggiorazione del 150% per la categoria speciale e la riduzione del 50 % dei diritti.

Art. 30

Esenzioni dal diritto

1. Fermo restando quanto previsto dall'art. 21 del D.Lgs. n. 507/1993, sono esenti dal pagamento del diritto sulle pubbliche affissioni:
 - a) i manifesti riguardanti le attività dei Gruppi consiliari, da essi svolti in via esclusiva ed esposti nell'ambito del proprio territorio;
 - b) i manifesti relativi ad attività o manifestazioni organizzate dall'Amministrazione Comunale anche con la collaborazione di altri soggetti, purchè le stesse manifestazioni o attività siano approvate con apposito atto deliberativo della Giunta Comunale;
 - c) le organizzazioni non lucrative di utilità sociale (ONLUS) di cui all'art.10 del D.Lgs. n.460 del 04/12/1997, che richiedono l'affissione di manifesti recanti messaggi a carattere umanitario e problematiche sociali, finalizzati a favorire la raccolta di fondi da destinare alla ricerca scientifica anche se riportano sponsor che partecipano e contribuiscono alla predetta raccolta.
2. L'esenzione nei casi di cui al comma 1 viene applicata in misura di n° 100 esemplari.

CAPO V

Disposizioni finali e transitorie

Art. 31

Sanzioni

1. Le sanzioni tributarie sono applicate nelle misure, nei termini e con le modalità stabilite dall'art. 23 dl D.Lgs n. 507/1993 e successive modificazioni, fatta salva la cumulabilità con le sanzioni previste dal Codice della Strada.
2. Per le violazioni delle disposizioni del presente Regolamento, di quello di collocazione delle insegne di esercizio e del Piano generale degli impianti pubblicitari nonché delle disposizioni contenute nei provvedimenti relativi all'installazione degli impianti, si applica a carico del soggetto che dispone del mezzo pubblicitario, in concorso con i soggetti indicati nell'art. 6, comma 2, del D. Lgs. n. 507/1993, nonché con chi ha installato il mezzo o ha consentito l'installazione dello stesso, la sanzione amministrativa di cui all'art. 24 dello stesso D.Lgs. n. 507/1993.
3. Il Comune vigila, a mezzo della Polizia Municipale, del soggetto gestore, e di altri, eventuali, servizi o uffici individuati da successivi provvedimenti per la definizione delle procedure e/o di organizzazione, sulla corretta osservanza delle disposizioni legislative e regolamentari riguardanti l'effettuazione della pubblicità, ponendo in essere gli adempimenti previsti dall'art. 24 del D.Lgs. n. 507/1993.
4. Le disposizioni di cui ai precedenti commi si applicano, per quanto compatibili, anche ai diritti sulle pubbliche affissioni.

Art. 32

Norma finale 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 di regolamento applicabili alla materia.

Art. 33

Entrata in vigore

1. Fatto salvo quanto stabilito dal comma 2, il presente regolamento, una volta esecutivo ai sensi di legge è pubblicato all'albo pretorio per quindici giorni consecutivi ed entra in vigore il primo giorno successivo a quello di ultimazione della pubblicazione.
2. La parte riguardante la classificazione del territorio comunale, di cui all'articolo 3 del presente regolamento, produce i suoi effetti con decorrenza dal primo giorno

dell'anno successivo. E' fatto salvo, pertanto, l'obbligo del conguaglio delle maggiori somme dovute per effetto delle suddette classificazioni.

Art. 34

Abrogazioni

1. Dalla data di entrata in vigore del presente regolamento è abrogato il Regolamento comunale per l'applicazione dell'imposta sulla pubblicità e del servizio sulle pubbliche affissioni, approvato con delibera consiliare n. 16 del 30 marzo 1999. Rimane confermato il Piano Generale degli Impianti Pubblicitari approvato con deliberazione di Giunta Comunale n. 405 dell' 8 luglio 2005 come modificato con delibera di Giunta Comunale n. 362 del 31 maggio 2006 in attuazione dell'art. 10 del suddetto regolamento.
2. Sono, altresì, abrogate tutte le disposizioni contenute in altri regolamenti comunali che siano in contrasto od incompatibili con quelle comprese nel presente regolamento.