



COMUNE DI SANSEPOLCRO

Provincia di Arezzo

PIANO COMUNALE PER LA PUBBLICITA' E LE PUBBLICHE AFFISSIONI

Assessorato all'Urbanistica

Settore Urbanistica

Consulenza dr. A. Kaczmarek - Perugia

Regolamento

Approvato con delibera Consiglio comunale n. 103 del 25.06.2008

Modificato con delibera Consiglio comunale n. 20 del 18.02.2009

Modificato con delibera Consiglio comunale n. 117 del 31.07.2013

Modificato con delibera Consiglio comunale n. 09 del 24.02.2016

TITOLO I – DISPOSIZIONI GENERALI	3
Art. 1 (<i>Oggetto del Regolamento</i>)	3
Art. 2 (<i>Definizioni e ripartizione del territorio</i>)	3
Art. 3 (<i>Dimensionamento degli spazi pubblicitari</i>)	4
TITOLO II – PUBBLICITA' PERMANENTE	5
Art. 4 (<i>Mezzi di pubblicità permanente</i>).....	5
Art. 5 (<i>Impianti pubblicitari di servizio</i>)	7
Art. 6 (<i>Caratteristiche generali degli impianti di pubblicità permanente</i>).....	8
Art. 7 (<i>Divieti generali e distanze minime</i>).....	9
Art. 8 (<i>Disposizioni particolari per la zona n. 1 - Centro storico</i>).....	10
Art. 9 (<i>Domanda di autorizzazione per pubblicità permanente</i>)	11
Art. 10 (<i>Domanda unica per più preinsegne</i>).....	12
Art. 11 (<i>Istruttoria ed autorizzazione di cui all'art. 23 del Codice della Strada</i>)	13
Art. 12 (<i>Rinnovo e variazione dell'autorizzazione</i>).....	14
Art. 13 (<i>Variazioni del messaggio di pubblicità permanente</i>).....	14
Art. 14 (<i>Obblighi dei titolari delle autorizzazioni di pubblicità permanente</i>).....	15
TITOLO III – PUBBLICITA' TEMPORANEA	16
Art. 15 (<i>Mezzi di pubblicità temporanea</i>).....	16
Art. 16 (<i>Pubblicità temporanea - Procedimento</i>).....	17
Art. 17 (<i>Obblighi dei titolari di autorizzazione di pubblicità temporanea</i>).....	18
TITOLO IV – FORME PARTICOLARI DI PUBBLICITA'	18
Art. 18 (<i>Pubblicità luminosa ed a messaggio variabile</i>)	18
Art. 19 (<i>Pubblicità fonica</i>).....	19
Art. 20 (<i>Pubblicità con veicoli – Vele - Rimorchi</i>).....	20
Art. 21 (<i>Volantinaggio pubblicitario – Espositori a terra</i>)	20
TITOLO V – PUBBLICHE AFFISSIONI	21
Art. 22 (<i>Pubbliche affissioni - Norme generali</i>).....	21
Art. 23 (<i>Mezzi per pubbliche affissioni</i>)	22
Art. 24 (<i>Richiesta di affissione</i>).....	22
TITOLO VI – DISPOSIZIONI TRIBUTARIE	23
Art. 25 (<i>Regime fiscale e determinazione delle tariffe</i>)	23
Art. 26 (<i>Presupposto dell'imposta e soggetto passivo</i>)	24
Art. 27 (<i>Funzionario responsabile</i>).....	24
Art. 28 (<i>Pagamento dell'imposta</i>).....	24
Art. 29 (<i>Modalità di applicazione dell'imposta di pubblicità</i>)	25
Art. 30 (<i>Esenzioni e riduzioni</i>)	26
Art. 31 (<i>Dichiarazione di inizio pubblicità</i>)	28
TITOLO VII – DISPOSIZIONI TRANSITORIE E FINALI.....	28
Art. 32 (<i>Pubblicità sanitaria</i>)	28
Art. 33 (<i>Concessione di impianti pubblicitari o di altri beni di proprietà comunale</i>).....	29
Art. 34 (<i>Sanzioni e revoca</i>).....	29
Art. 35 (<i>Regolarizzazione</i>).....	30
Art. 36 (<i>Rinvio</i>).....	31
ALLEGATO A) TIPOLOGIA IMPIANTI PUBBLICITARI	31
Allegato B - Caratteristiche e condizioni di installazione dei mezzi di pubblicità permanente all'interno del centro abitato (art. 4).....	33
CARTOGRAFIA RELATIVA ALLA ZONIZZAZIONE DEL TERRITORIO COMUNALE.....	34

TITOLO I – DISPOSIZIONI GENERALI

Art. 1 (Oggetto del Regolamento)

1. Con il presente regolamento, emanato ai sensi dell'articolo 3 del d.lgs. 15 novembre 1993, n. 507, il Comune di Sansepolcro disciplina l'esercizio della pubblicità e delle pubbliche affissioni all'interno del territorio comunale sia per i profili di sicurezza ed armonico inserimento degli impianti pubblicitari nel territorio di cui all'articolo 23 del d.lgs. 30 aprile 1992, n. 285 (Nuovo codice della strada) ed agli articoli 47 e seguenti del relativo regolamento n. 495/92, sia per quanto attiene all'imposta di pubblicità ed al canone per le pubbliche affissioni.
2. Il regolamento non si applica alle forme di comunicazione non ricadenti nella disciplina della pubblicità e pubbliche affissioni e, in particolare, alla segnaletica stradale, compresi i segnali turistici e di territorio di cui all'articolo 134 del d.p.r. n. 495/92, Regolamento di attuazione del codice della strada.
3. Eventuali prescrizioni o limitazioni all'insediamento di impianti e mezzi pubblicitari stabilite nel regolamento edilizio o in strumenti comunali di programmazione dell'ornato pubblico o di tutela di valori artistico, storico ed ambientale e paesaggistico, prevalgono sulle disposizioni del presente regolamento.
4. Il regolamento sostituisce il precedente di cui alla deliberazione del consiglio comunale 28 giugno 1994, n. 97 e successive modifiche ed integrazioni.

Art. 2 (Definizioni e ripartizione del territorio)

1. Ai fini del presente regolamento si intendono per:
 - a) *Codice della strada*, il Nuovo codice della strada di cui al d.lgs. 30 aprile 1992, n. 285 e successive modifiche ed integrazioni;
 - b) *Regolamento del Codice della Strada*, il Regolamento di esecuzione e di attuazione del Nuovo codice della strada di cui al d.p.r. 16 dicembre 1999, n. 495;
 - c) *D.lgs. 507/93*, il decreto legislativo 15 novembre 1993, n. 507 "Revisione ed armonizzazione dell'imposta comunale sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni, della tassa per l'occupazione di spazi ed aree pubbliche dei comuni e delle province nonché della tassa per lo smaltimento dei rifiuti solidi urbani a norma dell'art. 4 della legge 23 ottobre 1992, n. 421, concernente il riordino della finanza territoriale" e successive modifiche ed integrazioni;
 - d) *Piano per la pubblicità*, il nuovo Piano per la pubblicità e le pubbliche affissioni del Comune di Sansepolcro redatto ai sensi del d.lgs. 507/93 e di cui il presente regolamento costituisce la normativa tecnica di attuazione.

2. Per le finalità di cui al piano ed al regolamento ed in conformità a quanto stabilito dal Piano regolatore generale, il territorio comunale di Sansepolcro è suddiviso nelle seguenti quattro zone:
Zona 1 - Centro storico, inteso come area all'interno delle mura;
Zona 2 - Viali adiacenti e relative congiunzioni, vale a dire la zona urbanizzata del capoluogo lungo le direttrici di massima espansione edilizia;
Zona 3 - Fascia anteriore ed area Buitoni, vale a dire la zona industriale Alto Tevere compresa tra la strada provinciale della Libbia e l'area Buitoni-Nestlé;
Zona 4 - Resto del territorio comunale.
3. Per la definizione dei toponimi inclusi in una o altra delle zone di cui al comma 2, si fa riferimento agli elenchi ed alle cartografie allegate al Piano. I confini delle zone possono essere modificati con atto di Giunta comunale in relazione all'evoluzione edilizia e all'urbanizzazione del territorio.
4. Per "centro abitato" di Sansepolcro, si intendono le zone n. 1, 2, 3 nonché, nell'ambito della zona n. 4 le frazioni di Santa Fiora, Gricignano, Trebbio, Vannocchia, Montagna, come delimitati nell'apposita planimetria di cui alla Tavola n. 2 della "Delimitazione del centro abitato e classificazione funzionale delle strade del Comune di Sansepolcro", approvato con deliberazione n. 221 del 30.08.2005 in attuazione di quanto previsto dall'articolo 4 del Codice della strada.

Art. 3 (Dimensionamento degli spazi pubblicitari)

1. In armonia con le risultanze di analisi e le scelte contenute nel Piano per la pubblicità e le pubbliche affissioni ed in conformità a quanto stabilito dall'articolo 3, comma 3, del d.lgs. 507/1993, all'interno del territorio comunale di Sansepolcro il limite massimo degli spazi pubblicitari e per pubbliche affissioni è stabilito in complessivi mq. 4.900, di cui 4.000 per impianti di pubblicità esterna e 900, per pubbliche affissioni, in conformità a quanto prescritto dall'articolo 18 comma 3 del d.lgs. 507/93.
2. Gli spazi per pubbliche affissioni sono così ripartiti:
 - a) affissioni di natura istituzionale, per adempiere ad obblighi di legge, ed altre affissioni prive di rilevanza commerciale o comunque economica in quanto di natura sociale culturale o sportiva, costituenti funzione prioritaria del servizio delle pubbliche affissioni: 20%, pari a mq. 180;
 - b) affissioni mortuarie: 10%, pari a mq. 90;
 - c) affissioni di natura commerciale o comunque aventi rilevanza economica, svolte dal servizio delle pubbliche affissioni e costituenti funzione accessoria del servizio delle pubbliche affissioni: 70%, pari a mq. 630;
 - d) affissioni dirette, anche per conto terzi, effettuate su spazi pubblici da soggetti diversi dal concessionario del pubblico servizio: nessuna previsione.

3. Non sono comprese nei limiti di superficie indicati ai commi 1 e 2, pur restando soggetti ad ogni altra disposizione del presente regolamento:
 - a) Le insegne di esercizio e le figure ad esse assimilate ai sensi dell'articolo 4, comma 1, lettera a);
 - b) Le preinsegne;
 - c) Le targhe professionali;
 - d) I cartelli di cantiere su suolo privato fino a 6 mq. di superficie; detti cartelli qualora **non superiori ad 1 mq. di superficie** e recanti solamente i dati dell'impresa e le indicazioni di legge non sono soggetti ad autorizzazione né pagamento di imposta;
 - e) Le forme di pubblicità esenti da imposta ai sensi dell'art. 17 del d.lgs. 507/93;
 - f) Le forme di pubblicità non correlate a spazi fisici pubblicitari a carattere permanente e, in particolare, la pubblicità temporanea, quella effettuata con veicoli, la pubblicità fonica e quella varia di cui all'art. 15 del d.lgs. 507/93.
4. E' in facoltà della Giunta comunale di ripartire le superfici disponibili (plafond) indicate al comma 2, tra ciascuna delle vie o piazze maggiormente interessate dal fenomeno pubblicitario ed il resto del territorio comunale.
5. L'adeguamento degli attuali valori degli spazi pubblicitari a quelli-obiettivo indicati ai commi 1 e 2, avviene gradualmente nel corso di validità del piano attraverso il rilascio di nuove autorizzazioni per realizzazioni di forme pubblicitarie assentite dal piano e il contemporaneo intervento di repressione o riconversione delle forme di pubblicità da esso difformi.

TITOLO II – PUBBLICITA' PERMANENTE

Art. 4 (Mezzi di pubblicità permanente)

1. La pubblicità a carattere permanente ha durata superiore a tre mesi ed è effettuata per mezzo dei seguenti impianti saldamente ancorati al suolo o agli edifici:

- a) *insegna di esercizio e figure assimilate*, consistente nella scritta, anche luminosa, in caratteri alfanumerici, completata eventualmente da simboli e da marchi, realizzata e supportata con materiali di qualsiasi natura, installata nella sede nell'attività a cui si riferisce o nelle pertinenze accessorie alla stessa. Può essere frontale, **a tetto su pensilina o su apposito supporto o a bandiera in aggetto da edifici e, in tale ultimo caso, deve essere posta ad una distanza minima da terra di m 2,50 e massima di m 4,00;**
- b) *preinsegna*, la scritta in caratteri alfanumerici, completata da freccia di orientamento, ed eventualmente da simboli e da marchi, realizzata su manufatto bifacciale e bidimensionale, utilizzabile su una sola o su entrambe le facce, supportato da una idonea struttura di sostegno, finalizzata alla pubblicizzazione direzionale della sede dove si esercita una determinata attività ed installata in modo da facilitare il reperimento della sede stessa e comunque nel raggio di 5 km. Le preinsegne devono essere fissate in almeno due punti al sostegno che può essere costituito da un solo palo (posizione a racchetta) o da due o più pali (posizione ad arco) fino al numero massimo di sei elementi della medesima dimensione, tra quelle ammesse a norma dell'articolo 48, comma 3, del Regolamento del Codice della Strada;
- c) *cartello*, manufatto bidimensionale, supportato da una idonea struttura di sostegno, con una sola o entrambe le facce finalizzate alla diffusione di messaggi pubblicitari o propagandistici sia direttamente, sia tramite sovrapposizione di altri elementi, quali manifesti, adesivi;
- d) *bacheca o vetrinetta*, messaggio pubblicitario incluso in apposito supporto di forma rettangolare in legno, metallo o altro materiale idoneo, anche eventualmente chiuso con vetro, rete metallica o altri materiali ed ancorato a pali o al muro degli edifici, eventualmente anche poggiando a terra;
- e) *targa*, messaggio pubblicitario su supporto in metallo o ceramica, avente dimensione non superiore a c. 0,30 x cm 0,50 ed indicante attività professionali, studi e simili;
- f) *cartello o pannello o tabella a messaggio variabile*, manufatto appositamente predisposto per l'esposizione di messaggi pubblicitari variabili luminosi. E' ammessa la copertura di pareti cieche di edifici con cartelli, pannelli o tabelle a messaggio variabile, per non oltre 12 metri di superficie;
- g) *gigantografia di cantiere*, di copertura di impalcature, ponteggi, recinzioni e cantieri edili: manufatto pubblicitario bidimensionale monofacciale non luminoso ed eventualmente illuminato, avente superficie non inferiore a mq. 18 né superiore a 80 metri ed installato per il tempo di durata dei lavori;
- h) *trompe l'oeil, murales ed altri interventi decorativi*, manufatti monofacciali, destinato al recupero di facciate cieche con motivi decorativo-artistico in armonia con le caratteristiche dell'edificio, secondo espressa approvazione del Comune, di dimensioni massime di 18 metri quadrati e contenente spazi pubblicitari per non oltre il 20%;
- i) *segno orizzontale reclamistico permanente*, la riproduzione sulla superficie stradale, con pellicole adesive, di scritte in caratteri alfanumerici, di simboli e di marchi, finalizzata alla diffusione di messaggi pubblicitari o propagandistici, all'interno di aree ad uso pubblico di

pertinenza di complessi industriali o commerciali. Eventuali limiti di superficie massima possono essere disposti, di volta in volta, nelle relative autorizzazioni;

- j) **impianto pubblicitario di servizio**, manufatto avente quale scopo primario un servizio di pubblica utilità nell'ambito dell'arredo urbano e stradale recante uno spazio pubblicitario che, salvo quanto specificamente indicato all'articolo 5, può anche essere luminoso sia per luce diretta che per luce indiretta;
 - k) **altri mezzi di pubblicità permanente**, mezzi pubblicitari visivi, specie a carattere innovativo, diversi dai precedenti. Possono essere assentiti previa valutazione caso per caso.
2. Le vetrofanie, i messaggi su tenda, nonché le locandine ed i manifesti affissi per periodi superiori a tre mesi sono assimilati alle insegne di esercizio o ai cartelli pubblicitari.
 3. Alle stazioni di servizio ed alle aree di parcheggio poste all'interno dei centri abitati si applicano le disposizioni di cui all'articolo 52, comma primo, del Regolamento del Codice della Strada, fatta eccezione per la percentuale di superficie complessiva utilizzabile a fini pubblicitari che è raddoppiata rispetto a quella prevista in detta norma.
 4. Fatto salvo quanto indicato all'articolo 5, le caratteristiche e le condizioni di installazione dei mezzi di pubblicità permanente all'interno dei centri abitati sono indicate nell'allegato B al presente regolamento; quelle dei mezzi di pubblicità permanente al di fuori dei centri abitati sono indicate dagli articoli 47 e seguenti del Regolamento al Codice della Strada.

Art. 5 (Impianti pubblicitari di servizio)

1. Relativamente agli impianti pubblicitari di servizio connessi ad elementi di arredo urbano, di cui all'articolo 4, comma 1, lettera l) sono stabilite le seguenti prescrizioni di carattere generale:
 - a) **Pensilina di attesa mezzi pubblici**: può essere utilizzato a fini pubblicitari la sola parete laterale opposta al senso di marcia, in entrambe le facce, e comunque per non oltre 6 mq. Se la pensilina è al servizio di due o più strade, per la determinazione del senso di marcia si ha riguardo alla principale di esse;
 - b) **Palina di attesa mezzi pubblici**: possono essere posizionati messaggi pubblicitari, non luminosi, per una superficie complessiva non superiore a 0.4 mq.;
 - c) **Cestino portarifiuti**: è utilizzabile a fini pubblicitari la sola superficie frontale e, in ogni caso, per non oltre 0,7 mq., con esclusione della zona n. 1 – Centro storico;
 - d) **Transenna parapetonale**: è utilizzabile a fini pubblicitari con messaggi uguali di dimensione e contenuto, aventi superficie non superiore ad un metro quadrato per ciascuna singola transenna. Le transenne parapetonali sono autorizzabili in numero non inferiore a due gruppi da tre ai lati degli attraversamenti pedonali oppure in numero di almeno tre lungo i raggi di curva delle intersezioni, nel rispetto delle normative in tema di portatori di handicap;
 - e) **Orologi, barometri, termometri ed altri strumenti di misurazione** su palo o colonna contenente anche un supporto per messaggi pubblicitari: può essere utilizzata una superficie non superiore a 0,7 mq., con esclusione della zona n. 1 – Centro storico;

- f) **Quadri informativi e planimetrie della città:** possono essere utilizzati a fini pubblicitari solo spazi a tal fine previsti dal Comune o dall'affidatario del servizio;
 - g) **Totem polifacciale** cilindrico o a prisma o altra figura geometrica, anche illuminato, utilizzabile a fini pubblicitari per non oltre 6 mq.;
 - h) **Contentore di raccolta differenziata** di rifiuti solidi urbani: possono ospitare messaggi di dimensione massima non superiore a 1,5 metri;
 - i) **Bagno pubblico autopulente:** può essere utilizzata a fini pubblicitari una sola facciata per non oltre 3 mq. complessivi;
 - j) **Cabina telefonica:** può essere utilizzata a fini pubblicitari una sola facciata per non oltre 3 mq. complessivi;
2. Alle paline, pinsine e transenne parapedonali:
- a) si applicano le disposizioni in materia di distanze previste all'articolo 51, comma 8, del Regolamento al Codice della strada, se poste al di fuori dei centri abitati;
 - b) non si applica nessuna distanza minima da altri impianti pubblicitari, segnali o altre particolarità della strada, nel rispetto dei principi generali di cui all'articolo 23, comma 1, del codice della Strada.
3. Salvo che il presente regolamento disponga diversamente per casi specifici, i messaggi pubblicitari possono essere inseriti direttamente, tramite manifesti o pannelli serigrafati e simili.

Art. 6 (Caratteristiche generali degli impianti di pubblicità permanente)

1. Gli impianti di pubblicità permanente previsti al presente titolo devono possedere requisiti di carattere tecnico di cui al presente articolo.
2. I materiali utilizzati:
 - a) Devono avere caratteristiche di consistenza, durevolezza, sicurezza e resistenza agli agenti atmosferici e le eventuali strutture di sostegno e di fondazione devono essere stabili, salde ed ancorate, anche con riferimento alla spinta del vento, sia nel complesso sia nei singoli elementi;
 - b) Trattandosi di legno, cartone e simili, devono essere trattati con procedimenti ignifughi;
 - c) Devono avere caratteristiche di scarsa attitudine al surriscaldamento a seguito di normale utilizzo ed esposizione all'irradiazione solare, mantenendo temperature inferiori a 60 gradi;
 - d) Non devono presentare porosità o cavità superficiali non facilmente pulibili, così da evitare ristagno di acqua piovana, accumulo di sporcizia o di residui di vario genere.
3. I manufatti costituenti l'impianto, nel loro complesso e nelle singole componenti, devono:
 - a) resistere ai sovraccarichi, agli urti, alle percussioni, alle vibrazioni, ed in generale ai fenomeni dinamici, in tutte le prevedibili condizioni di esercizio, nel rispetto del coefficiente di sicurezza, senza deformazioni incompatibili;
 - b) essere rifiniti in ogni loro parte, anche non direttamente visibile ed eventuali parti aggredite da ruggine devono essere immediatamente riparate;
 - c) essere costituiti, se di dimensioni superiori a 12 metri quadrati, da parti modulari facilmente sostituibili in caso di deterioramento;

- d) avere angoli smussati e superfici non taglienti che impediscano qualsiasi danno, anche accidentale, alle persone;
 - e) essere posizionati in modo tale che, specie al momento dell'aurora o del tramonto, non producano riverberi ed abbagliamenti di luce per gli automobilisti;
 - f) ridurre al minimo, per collocazione caratteristiche e solidità di ancoraggio, la possibilità di atti di vandalismo, attraverso collocazioni che rendano gli elementi difficilmente aggredibili e garantendo la resistenza a graffi e strappi superficiali, trattando con fluidi "antiscrittura" per le parti esposte fino a 3 metri dal piano di calpestio.
4. I pali e le altre strutture portanti devono essere in metallo sottoposto a trattamenti che ne assicurino la conservazione per lungo periodo, quali la verniciatura con polveri ipossidiche o il trattamento di zincatura o ossidazione elettrolitica;
 5. I messaggi pubblicitari devono essere inseriti in una cornice costituita da una plancia in lamiera zincata.
 6. Le vetrine apribili devono essere chiuse con vetro infrangibile o stratificato di spessore minimo 6 mm o con policarbonato di tipo "LEXAN", di spessore minimo 5 mm e dotate di serratura.
 7. Eventuali sistemi di illuminazione devono garantire da qualsiasi rischio di dispersione di corrente elettrica.
 8. Fermi gli obblighi di cui ai commi da 2 ad 8, ogni manufatto deve essere realizzato nell'integrale rispetto delle specifiche normative in materia, anche comunitarie, da esibire ad ogni richiesta degli organi di vigilanza.

Art. 7 (Divieti generali e distanze minime)

1. Fatti salvi i divieti di cui all'articolo 53, comma 3, del codice della strada, è in ogni caso vietato installare mezzi di pubblicità permanente:
 - a) su elementi architettonici quali fregi, cornici, balaustre, inferriate decorate caratterizzanti facciate di edifici, anche in assenza di specifico vincolo ai sensi del d.lgs. 22 gennaio 2004, n. 42;
 - b) sul muro di cinta dei cimiteri;
 - c)
 - d) quando il posizionamento dell'impianto implicherebbe l'abbattimento di alberi;
 - e) su pali della pubblica illuminazione;
 - f) su contenitori per la raccolta di indumenti, oggetti usati ed altri oggetti per finalità caritative o assistenziali;
 - g) su contenitori per la raccolta di pile esauste, medicinali scaduti, toner utilizzati ed altri materiali oggetti di raccolta specifica;
 - h)
2. Nel rispetto di quanto stabilito al comma 1 ed in conformità di quanto previsto all'articolo 51, comma 4, del Regolamento al Codice della Strada, all'interno dei centri abitati di Sansepolcro, in cui non esistono strade classificabili di scorrimento ai sensi dell'articolo 2 del Codice della

strada, per il posizionamento di cartelli, insegne di esercizio ed altri mezzi pubblicitari sono previste le seguenti distanze minime:

- a) 15 metri lineari prima dei segnali stradali di pericolo e di prescrizione, degli impianti semaforici e delle intersezioni, gallerie, elevato a 20 per i messaggi variabili;
 - b) 25 metri lineari dagli altri mezzi di pubblicità permanente, salvo nel caso di preinsegne;
 - c) 10 metri lineari dai segnali di indicazione e dopo i segnali stradali di pericolo e di prescrizione, gli impianti semaforici e le intersezioni.
3. E' fatta salva la deroga alle distanze minime prevista all'articolo 51, commi 5 e 6 del Regolamento al codice della Strada, per i mezzi pubblicitari installati parallelamente al senso di marcia ed in aderenza a fabbricati e recinzioni. A tal fine non sono fissate distanze minime dalla carreggiata o percentuali massime di superficie utilizzabile, rispetto alle superfici dei prospetti dei fabbricati o al fronte stradale.
4. Non è prevista distanza minima, nei centri abitati, per murales, trompe l'oeil, o bacheche.
5. La riduzione delle distanze di cui al comma 2 ed il loro non computo ai sensi dei commi 3 e 4 è in ogni caso subordinato all'assenza di particolari elementi di pericolosità nel tratto interessato, eventualmente rilevati dalla Polizia Municipale.

Art. 8 (Disposizioni particolari per la zona n. 1 - Centro storico)

1. Limitatamente alla zona n. 1 - Centro storico, per l'installazione degli impianti di pubblicità permanente valgono le ulteriori prescrizioni di cui al presente articolo.
2. Sono vietati in tutta l'area del centro storico:
 - a) Il posizionamento di segni orizzontali reclamistici, fatta eccezione per corse ciclistiche;
 - b) Il posizionamento di impianti e messaggi pubblicitari sulle mura storiche che circondano il centro storico, fatta eccezione per la pubblicità istituzionale;
 - c) la pubblicità permanente su cestini e strumenti di misurazione di cui alle lettere c) ed e) del comma 1 dell'art. 4;
 - d) la pubblicità con trompe l'oeil, murales ed altri interventi decorativi di cui all'articolo 4, comma 1, lettera h);
3. I mezzi pubblicitari installati nel centro storico devono possedere le caratteristiche tecniche ed architettoniche indicate nel Regolamento arredo e decoro urbano.
4. In conformità a quanto stabilito dall'art. 26 delle Norme tecniche di attuazione del vigente P.R.G., le insegne di esercizio non devono alterare la percezione degli spazi urbani e delle strutture architettoniche del centro storico. In particolare sono in esso vietate, fatta eccezione per le insegne standard per farmacie, tabacchi e telefoni pubblici:
 - a) le insegne a bandiera;
 - b) le insegne applicate al di sopra del marciapiede tra il piano terreno ed il primo piano
 - c) le insegne non contenute entro la sagoma delle aperture del piano terreno.
5. In attuazione di quanto disposto dall'art. 26 delle NTA del P.R.G. e successive modifiche ed integrazioni, la Giunta comunale è espressamente autorizzata a stabilire di volta in volta quali

insegne, per le loro caratteristiche o antichità, rappresentano documento di costume o di storia di Sansepolcro disponendone la non modificabilità, in tutto o in parte.

Art. 9 (Domanda di autorizzazione per pubblicità permanente)

1. Chiunque intenda installare impianti di pubblicità permanente deve inoltrare domanda di autorizzazione ai sensi dell'articolo 23 del codice della strada:
 - a) al Comune di Sansepolcro, trattandosi di pubblicità lungo le strade di proprietà comunale o poste all'interno del centro abitato o in vista da esse;
 - b) all'ente proprietario della strada negli altri casi.
2. La domanda ed il procedimento di rilascio delle autorizzazioni da parte di Enti proprietari della strada diversi dal Comune, per impianti ubicati fuori dal centro abitato su strade di loro proprietà è disciplinata dagli enti medesimi, nel rispetto di quanto stabilito dal Codice della Strada e dal suo regolamento, anche mediante eventuali accordi con il Comune.
3. La domanda al Comune di Sansepolcro, redatta sull'apposito modello ed in bollo, è inoltrata dal soggetto interessato al rilascio dell'autorizzazione o suo rappresentante. Ogni domanda deve riferirsi ad una sola attività economica, pur potendo comprendere più mezzi pubblicitari.
4. La domanda deve contenere:
 - a) le generalità del soggetto richiedente (nome e cognome o ragione sociale, residenza o sede sociale, codice fiscale e partita I.V.A.);
 - b) l'indicazione del luogo ove si intende installare l'impianto;
 - c) la specificazione del tipo di mezzo pubblicitario e della classificazione nell'ambito delle tipologie indicate all'articolo 4 e la sua descrizione, specificata, nel dettaglio, in relazione tecnica.
5. Alla domanda devono essere allegati:
 - a) Il progetto di realizzazione dell'impianto in scala 1:20 (planimetrie, prospetti e sezioni, in stato attuale e di progetto) ;
 - b) relazione tecnica descrittiva, sottoscritta da tecnico abilitato, relativa alle caratteristiche dell'impianto che si intende realizzare;
 - c) il bozzetto a colori del messaggio pubblicitario. Ai sensi dell'art. 53, comma 3 del Regolamento al Codice della Strada possono essere indicati più bozzetti da esporre ciascuno per un tempo non inferiore a tre mesi;
 - d) il fotomontaggio fotografico del luogo ove l'impianto dovrebbe sorgere, con simulazione dell'avvenuta installazione;
 - e) la dichiarazione di inizio dei lavori relativi al ponteggio, impalcatura o recinzione di cantiere su cui si intende esporre i messaggi di cui all'art. 4, comma 1, lettera e);
 - f) l'autodichiarazione, ai sensi del d.p.r. 445/2000, che:
 - 1) ai sensi dell'art.53, comma 3 del Regolamento al Codice della Strada il manufatto che si intende collocare è stato calcolato e realizzato e sarà posto in opera tenendo conto della natura del terreno e della spinta del vento, in modo da garantirne la stabilità;

- 2) l'attività economica oggetto del messaggio pubblicitario è svolta in conformità alle vigenti norme di legge;
 - 3) l'eventuale impianto elettrico di mezzo pubblicitario luminoso sarà realizzato ed installato a norma della legge n. 46/90 e di ogni altra disposizione in materia.
6. La relazione tecnica di cui alla lettera b) del comma 4 deve, in particolare, specificare dettagliatamente:
 - a) L'eventuale luminosità prevista;
 - b) I colori utilizzati;
 - c) Le superfici e le dimensioni;
 - d) Le aree interessate dall'impianto e la loro superficie nonché, se di proprietà privata, il titolo di disponibilità;
 - e) I lati interessati dai messaggi pubblicitari;
 - f) Il tipo di collocazione (parallela, ortogonale o obliqua) rispetto al senso di marcia, al fabbricato o al marciapiede;
 - g) Le distanze da altri impianti o da elementi considerati nella tabella di cui all'allegato B;
 - h) Le altezze minime e massime, con riferimento alle prescrizioni del presente regolamento;
 - i) I materiale che si intendono utilizzare ed il rispetto delle prescrizioni di cui all'articolo 6.
 - j) Ogni altro elemento rilevante ai sensi del presente regolamento
 7. Qualora gli uffici comunali, per omogeneizzare ed agevolare le fasi di istruttoria, avessero provveduto ad approvare ed inserire nel sito internet comunale uno o più schemi standard di relazione tecnica, la stessa deve essere redatta in conformità di detti schemi.
 8. La domanda e gli allegati sono sottoscritti congiuntamente dal richiedente e da un tecnico abilitato o dal fornitore dell'impianto, ad eccezione dell'autodichiarazione di cui al comma 5, lettera f), n. 2 che è resa dal solo titolare dell'attività economica.
 9. Qualora la realizzazione dell'impianto interessi aree di proprietà comunale la domanda di installazione vale anche come richiesta di occupazione di suolo pubblico o della strada ai fini della relativa tassa.
 10. Eventuale necessaria pratica edilizia prevista dalla normativa di settore.
 11. Non è richiesto procedimento urbanistico ed edilizio:
 - a) per l'aggiunta di un mezzo pubblicitario a supporto preesistente e già autorizzato;
 - b) per il posizionamento di messaggi pubblicitari su impianti pubblicitari di servizio connessi ad elementi di arredo urbano.

Art 10 (Domanda unica per più preinsegne)

1. Qualora più soggetti intendano avvalersi della facoltà prevista dall'articolo 48, comma 3, del Regolamento al Codice della Strada, abbinando sulla stessa struttura di sostegno più preinsegne delle medesime dimensioni, in numero non superiore a sei per ogni senso di marcia, è presentata unica domanda ai sensi dell'articolo 9 sottoscritta da tutti i richiedenti e da un tecnico abilitato o dal fornitore dell'impianto.

2. L'istruttoria della domanda è condotta unitariamente per l'intero e complessivo impianto pubblicitario e l'autorizzazione rilasciata, congiuntamente, a nome di tutti i richiedenti, in solido.
3. L'aggiunta di una presinsegna ad una o più già installate su un medesimo supporto è oggetto di domanda di chi intende aggiungere la nuova preinsegna. Alla domanda deve essere allegato atto irrevocabile di consenso all'installazione della nuova preinsegna da parte del proprietario o chi ha titolo di utilizzare il mezzo pubblicitario. Non necessita assenso dei titolari delle attività oggetto delle preinsegne già presenti nell'impianto o supporto.
4. Nell'ipotesi di cui al comma 3, l'autorizzazione è rilasciata con annotazione sul titolo originale unico o mediante nuovo titolo unico in sostituzione di tutti i precedenti, ferma restando l'originaria scadenza di ciascuna autorizzazione per preinsegna.
5. Ai sensi dell'articolo 48 comma 3 del Regolamento al Codice della Strada le preinsegne hanno forma rettangolare e dimensioni contenute entro i limiti inferiori di 1 m x 0,20 m e superiori di 1,50 m x 0,30 m. L'eventuale preinsegna aggiunta ad altre sul medesimo supporto deve avere la dimensione di un'altra preinsegna regolare già presente o, se esiste, della maggioranza delle preinsegne regolari già presenti.

Art. 11 (Istruttoria ed autorizzazione di cui all'art. 23 del Codice della Strada)

1. Alla presentazione dell'istanza è data comunicazione di avvio del procedimento ai sensi della legge n. 241/90 che è concluso nel termine di sessanta giorni, in conformità a quanto stabilito all'art. 54 del Regolamento al Codice della Strada.
2. Nel caso di carenza o incompletezza della documentazione, il procedimento è sospeso dalla data della richiesta di integrazione ed i termini riprendono a decorrere dalla data di regolarizzazione, da effettuarsi nel termine di trenta giorni dalla richiesta di integrazione, decorso inutilmente il quale l'istanza si intende ad ogni effetto rinunciata.
3. Ai fini dell'istruttoria, il responsabile dello Sportello unico per le attività produttive verifica la documentazione prodotta ed acquisisce:
 - a) il parere tecnico della Polizia Municipale, per gli aspetti inerenti la circolazione stradale ed i profili del presente regolamento ad essi attinenti, ivi compresi la verifica di superfici e distanze;
 - b) il parere o l'autorizzazione delle Autorità competenti, nel caso di aree o di edifici soggetti a vincolo storico, artistico, ambientale, paesaggistico o altro analogo vincolo;
 - c) il nulla osta tecnico dell'Ente proprietario della strada, nel caso di impianti pubblicitari da collocare, ancorché all'interno del centro abitato, su strade non di proprietà comunale.
4. Al termine dell'istruttoria è data comunicazione al richiedente contenente:
 - a) l'invito al ritiro dell'autorizzazione, necessaria per la dichiarazione di inizio di pubblicità, previa esibizione della documentazione comprovante l'avvenuto esperimento delle procedure di carattere edilizio, nelle ipotesi di cui all'art. 9, comma 10, in ottemperanza a quanto previsto dall'articolo 49, comma 3, del Regolamento al Codice della Strada;

- b) il preavviso di rigetto, ai sensi dell'articolo 10 bis, della legge n. 241/90, con le indicazioni ivi specificate, ai fini della conclusione negativa del procedimento.
5. I lavori di montaggio degli impianti pubblicitari possono essere iniziati solo dopo l'avvenuto ottenimento della relativa autorizzazione.
 6. Ai sensi dell'articolo 53, comma 9, del Codice della Strada, delle autorizzazioni rilasciate, comprese quelle precedenti l'entrata in vigore del presente regolamento, è tenuto apposito registro, anche su supporto informatico, contenente le indicazioni ivi previste ed eventuali ulteriori, anche ai fini del controllo incrociato delle informazioni per la repressione dell'abusivismo, come previsto all'articolo 24, comma 5 bis, del d.lgs. 507/93, nel rispetto delle normative di tutela della privacy di cui al d.lgs. 196/2001.

Art. 12 (Rinnovo e variazione dell'autorizzazione)

1. L'autorizzazione all'installazione di impianti pubblicitari permanenti ha validità di tre anni dalla data di rilascio.
2. La domanda di rinnovo deve essere inoltrata entro i termini di scadenza. L'eventuale richiesta di rinnovo, effettuata dopo i termini di scadenza delle autorizzazioni vale ad ogni effetto come nuova istanza.
3. E' in facoltà degli uffici comunali, ai fini di una più efficiente organizzazione del servizio, comunicare ai titolari di autorizzazione, per posta e con spesa a carico dell'ente comunale o altro mezzo idoneo anche informatico, la imminente scadenza dei titoli di autorizzazione.
4. Qualora unitamente al rinnovo dell'autorizzazione, l'interessato richieda la variazione di uno o più elementi dell'autorizzazione già in suo possesso o questa si renda comunque necessaria per discrepanze con lo stato di fatto, si applicano le procedure relative all'installazione di nuovo impianto limitatamente ai soli elementi dell'autorizzazione da modificare, sempre che il rinnovo possa essere assentito. A tal fine gli uffici, entro trenta giorni dalla domanda, comunicano all'interessato quale documentazione necessita per l'istruttoria, assegnando un congruo termine per la loro produzione in relazione alla loro complessità, decorso inutilmente il quale, la domanda di modifica si intende rinunciata.
5. Qualora nel corso di validità triennale dell'autorizzazione, l'interessato intenda variare uno o più elementi di essa, mantenendo immutato l'impianto nel suo complesso e, in particolare, senza alcuna modifica strutturale che importi procedimento di carattere edilizio, si applica quanto previsto al comma 5 e l'autorizzazione conserva l'originaria scadenza.

Art. 13 (Variazioni del messaggio di pubblicità permanente)

1. Qualora, in conformità a quanto previsto dall'articolo 53, comma 8, del Regolamento del Codice della Strada, il titolare di autorizzazione di cui all'art. 23 del Codice della Strada, intenda variare il solo messaggio pubblicitario, mantenendo invariato l'impianto o supporto del medesimo, inoltra la relativa domanda al Comune o altro Ente competente ai sensi dell'articolo 9, comma 1.

2. La domanda, che può essere inoltrata solo decorsi tre mesi dall'inizio di esposizione del primo messaggio, quale risulta dalla relativa dichiarazione di inizio pubblicità resa ai sensi dell'art. 31, contiene:
 - a) le generalità del soggetto richiedente;
 - b) gli estremi dell'autorizzazione all'impianto pubblicitario il cui messaggio si intende variare;
 - c) il bozzetto a colori del nuovo messaggio da esporre.
3. La durata triennale dell'autorizzazione, quale che siano le variazioni di messaggio, resta stabilita nell'originario provvedimento autorizzatorio.

Art. 14 (Obblighi dei titolari delle autorizzazioni di pubblicità permanente)

1. Ai sensi dell'articolo 54 del regolamento del Codice della Strada, è fatto obbligo ai titolari delle autorizzazioni di pubblicità di:
 - a) mantenere in buono stato di conservazione dei cartelli, delle insegne di esercizio e degli altri mezzi pubblicitari e delle loro strutture di sostegno;
 - b) adempiere nei tempi richiesti a tutte le prescrizioni impartite dall'ente competente al momento del rilascio dell'autorizzazione od anche successivamente per intervenute e motivate esigenze;
 - c) procedere alla rimozione nel caso di decadenza o revoca dell'autorizzazione o di insussistenza delle condizioni di sicurezza previste all'atto dell'installazione o di motivata richiesta da parte dell'ente competente al rilascio;
2. Per una più intensa tutela del pubblico interesse ad una immagine della città, coerente con le politiche di promozione turistica e di tutela dei valori storico-ambientali e paesaggistici eventuali deterioramenti degli impianti pubblicitari, come parti aggredite da ruggine, scritte vandaliche ecc. devono essere rimosse entro 48 ore dalla scoperta da parte del titolare dell'impianto o dalla eventuale segnalazione degli organi di vigilanza.
3. La targhetta di identificazione, che ai sensi dell'articolo 55 del d.p.r. 16.12.1992, n. 495 (Regolamento del Codice della Strada) deve essere saldamente fissata su ogni cartello o mezzo pubblicitario, a cura e a spese del titolare dell'autorizzazione, deve:
 - a) essere metallica o plastificata ovvero stampata a carattere indelebile, posta nella parte più bassa dell'impianto pubblicitario temporaneo o permanente;
 - b) contenere il nome e la ragione sociale, l'indirizzo ed il numero di telefono della persona fisica o giuridica autorizzata;
 - c) indicare il numero di autorizzazione e quello di protocollo generale, la data di rilascio e di scadenza e, trattandosi di pubblicità permanente, la progressiva chilometrica del punto di installazione;

TITOLO III – PUBBLICITA' TEMPORANEA

Art. 15 (Mezzi di pubblicità temporanea)

1. Per pubblicità temporanea si intende, con riferimento all'articolo 12 comma 2 del d.lgs. 507/93, ogni forma di pubblicità avente durata non superiore a tre mesi.
2. La pubblicità temporanea è effettuata, ordinariamente, utilizzando mezzi pubblicitari privi di rigidità, mancanti di superficie di appoggio o comunque, salvo nel caso di locandine posizionate al suolo, non aderenti ad essa. Tali mezzi possono essere illuminati di luce indiretta, ma non luminosi.
3. Sono individuati i seguenti mezzi di pubblicità temporanea:
 - a) *striscione*, elemento bidimensionale monofacciale o bifacciale realizzato in tela o altro idoneo materiale, opportunamente rinforzata installato trasversalmente alla sede stradale a mezzo di cavi di fissaggio a parete, **utilizzabile per la promozione pubblicitaria di manifestazioni e spettacoli**. Sono ammessi esclusivamente i formati di m. 8 x 1 o m. 6 x 1;
 - b) *stendardo e gonfalone*, elemento bidimensionale monofacciale in tela o altro materiale idoneo, finalizzato alla promozione di **manifestazioni o spettacoli o il lancio di iniziative commerciali**, posizionato sulla sede stessa in cui avviene la manifestazione. Può avere dimensioni massime di mq. 10;
 - c) *segno orizzontale reclamistico temporaneo*, riproduzione sulla superficie stradale, con pellicole adesive, di scritte in caratteri alfanumerici, di simboli e di marchi, finalizzata alla diffusione di messaggi pubblicitari o propagandistici, lungo il percorso di manifestazioni sportive o su aree delimitate, destinate allo svolgimento di manifestazioni di vario genere, limitatamente al periodo di svolgimento delle stesse ed alle ventiquattro ore precedenti e successive. Eventuali limiti dimensionali sono stabiliti di volta in volta nei provvedimenti di autorizzazione;
 - d) *locandina*, elemento bidimensionale di formato non superiore a cm 35 x 70 da affiggere su vetrine di attività commerciali o di servizio per periodi non superiori a tre mesi;
 - e) *manifesto*, elemento bidimensionale di formato non superiore a mt. 2 x 3 da affiggere per periodi di almeno 15 giorni e non superiori a tre mesi.
 - f) *Vele pubblicitarie*, **comprese le cosiddette "Veline"** di minore dimensione, di cui all'articolo 54, lett. g) del Codice della Strada e all'articolo 203, comma 2, lett. q) del suo Regolamento, immatricolati per uso di terzi mediante locazione senza conducente, detti mezzi pubblicitari potranno sostare per periodi di almeno 15 giorni e non superiori a tre mesi.
4. Alla pubblicità temporanea non superiore a tre mesi, eccezionalmente effettuata attraverso impianti pubblicitari di norma utilizzati per la pubblicità permanente, quali cartelli su supporto, pubblicità su impianti di servizio di cui all'articolo 5 e simili, si applicano le disposizioni del titolo II relative alla pubblicità permanente ad eccezione di quelle relative alla determinazione dell'imposta che è commisurata alla natura temporanea dell'esposizione.

5. Le dimensioni massime dei mezzi di pubblicità temporanea fuori dei centri abitati sono fissate in mq. 6, in conformità a quanto previsto dall'articolo 48 comma 1, del Regolamento al codice della strada.

Art. 16 (Pubblicità temporanea - Procedimento)

Chiunque intenda effettuare pubblicità temporanea deve inoltrare domanda di autorizzazione ai sensi dell'articolo 23 del codice della strada, tassativamente non oltre il decimo giorno precedente l'inizio dell'esposizione.

La domanda al Comune di Sansepolcro, redatta sull'apposito modello ed in bollo, è inoltrata dal soggetto interessato al rilascio dell'autorizzazione o suo espresso delegato. Ogni domanda deve riferirsi ad una sola attività economica o manifestazione, pur potendo comprendere più mezzi pubblicitari.

La domanda deve contenere:

- le esatte generalità del soggetto richiedente (nome e cognome o ragione sociale, residenza o sede sociale, codice fiscale e partita I.V.A.);
- le postazioni di pubblicità temporanea, tra quelle ammesse dagli elenchi approvati con determinazione del Responsabile del Settore Urbanistica;
- i mezzi di pubblicità temporanea scelti, le loro dimensioni e caratteristiche tecniche;
- i periodi di esposizione;

Alla domanda devono essere allegati:

- a) il bozzetto a colori del messaggio di pubblicità temporanea;
- b) l'autodichiarazione, ai sensi del d.p.r. 445/2000, che:
 - ai sensi dell'art. 53, comma 3 del Codice della Strada il manufatto che si intende collocare è stato calcolato e realizzato e sarà posto in opera tenendo conto della natura del terreno e della spinta del vento, in modo da garantirne la stabilità;
 - l'ancoraggio di striscioni, stendardi, gonfaloni e simili è sicuro ed espressamente consentito dal proprietario o gestore dell'edificio, palo, supporto di ancoraggio;
 - sono state integralmente rispettate tutte le vigenti normative di sicurezza.

L'istruttoria della domanda è condotta nel termine di dieci giorni dalla richiesta e concerne:

- a) l'accertamento, tramite la Polizia municipale, di eventuali motivi di impedimento, nel solo caso di impianti particolari e diversi dall'ordinario;
- b) l'accertamento che le postazioni, per i periodi richiesti, risultino disponibili;

Nel caso in cui emergano elementi ostativi all'accoglimento dell'istanza in tutto o in parte superabili mediante rettifica del suo contenuto, gli uffici comunali ne danno immediata comunicazione agli interessati, specificando le possibili soluzioni alternative, altrimenti emettono provvedimento di accoglimento o di motivato diniego.

Ricevuta l'autorizzazione all'effettuazione della pubblicità temporanea l'interessato provvede ad inoltrare denuncia di inizio pubblicità (d.i.p.) direttamente al Concessionario esibendo ricevuta del pagamento di:

- a) tassa di occupazione del suolo pubblico, se dovuta;
- b) imposta di pubblicità.

Le autorizzazioni per pubblicità temporanea non sono prorogabili né rinnovabili e non possono essere richieste dal medesimo soggetto e per le medesime postazioni e contenuto prima che siano decorsi trenta giorni.

Le prenotazioni delle postazioni per la pubblicità temporanea dovranno essere effettuate con un preavviso massimo di quarantacinque giorni rispetto al periodo richiesto.

Alla pubblicità temporanea effettuata con locandine si applicano le disposizioni dell'art. 29, comma 7.

Art. 17 (Obblighi dei titolari di autorizzazione di pubblicità temporanea)

I titolari di autorizzazione per pubblicità temporanea sono tenuti:

- a) a quanto previsto dall'art. 14;
- b) a rimuovere i mezzi pubblicitari temporanei entro le ventiquattro ore successive alla conclusione della manifestazione, spettacolo, evento o occasione per il cui svolgimento sono stati autorizzati, ripristinando il preesistente stato dei luoghi ed il preesistente grado di aderenza delle superfici stradali.

TITOLO IV – FORME PARTICOLARI DI PUBBLICITA'

Art. 18 (Pubblicità luminosa ed a messaggio variabile)

1. In conformità a quanto previsto dall'art. 47, comma 3, del Regolamento al Codice della Strada, costituisce sorgente luminosa qualsiasi corpo illuminante o insieme di corpi illuminanti che, diffondendo luce in modo puntiforme lineare o planare, illumina aree fabbricati, monumenti, manufatti di qualsiasi natura ed emergenze naturali. Sono luminosi i mezzi pubblicitari che ricevono luce da una sorgente luminosa.
2. Relativamente alla luminosità:
 - a) non possono essere luminosi, in nessuna forma, le preinsegne e i segni orizzontali reclamistici posti su superficie stradale;
 - b) possono essere luminosi, per sola luce indiretta, gli striscioni, le locandine e gli standardi;
 - c) possono essere luminosi sia per luce propria sia per luce indiretta: le insegne di esercizio, i cartelli, gli impianti pubblicitari di servizio, gli impianti di pubblicità o propaganda non compresi nelle categorie precedenti.
3. Al di fuori dei centri abitati i mezzi pubblicitari luminosi:

- a) non possono avere luce intermittente, né intensità luminosa superiore a 150 candele per metro quadro o che comunque provochi abbagliamento;
 - b) devono avere sagoma regolare che non generi confusione con la segnaletica stradale
 - c) possono utilizzare i colori rosso o verde, anche tra loro abbinati, solo se è escluso ogni rischio di confusione con la segnaletica stradale;
4. All'interno del centro abitato di Sansepolcro, come definito all'articolo 2 comma 4, i mezzi pubblicitari luminosi:
- a) possono avere luce intermittente, purché con intermittenza superiore a 10 secondi;
 - b) non possono avere intensità luminosa superiore a 150 candele per metro quadro o che comunque provochi abbagliamento;
 - d) devono avere sagoma regolare che non generi confusione con la segnaletica stradale
 - e) possono utilizzare i colori rosso o verde, anche tra loro abbinati, solo se è escluso ogni rischio di confusione con la segnaletica stradale;
5. La pubblicità effettuata con messaggio variabile è vietata:
- a) fuori del centro abitato, secondo quanto stabilito dall'articolo 51 comma 11 del Regolamento al Codice della Strada, se effettuata con periodo di variabilità inferiore a cinque minuti e con mezzi pubblicitari posti in posizione trasversale al senso di marcia;
 - b) all'interno del centro abitato, con periodo di variabilità inferiore ad un minuto, quale che sia la posizione del mezzo pubblicitario.

Art. 19 (Pubblicità fonica)

1. La pubblicità fonica, di cui all'articolo 59 del Regolamento al Codice della Strada, anche con veicoli, può essere effettuata solamente dalle ore 9.00 alle ore 13.00 e dalle ore 16.30 alle ore 19.30, sia in estate sia in inverno.
2. Nei limiti di cui al comma 1, all'interno dei centri abitati, la pubblicità fonica deve essere effettuata:
 - a) ad almeno 200 metri lineari da ospedali o case di cura, ricoveri per anziani, case di recupero di tossicodipendenti e simili, istituti scolastici durante gli orari di lezione;
 - b) ad almeno 100 metri lineari da luoghi dove siano in corso cortei, dibattiti, comizi, manifestazioni pubbliche, processioni e funzioni religiose in luogo pubblico;
 - c) a volumi particolarmente ridotti.
3. I volumi della pubblicità fonica devono in ogni caso risultare:
 - a) proporzionati alle reali necessità e possibilità di propagazione del messaggio pubblicitario;
 - b) privi di fastidiosi sbalzi di intensità tra il messaggio parlato ed eventuali stacchi musicali;
 - c) contenuti, in ogni caso, entro i limiti massimi di rumorosità di cui al D.P.C.M. 1° marzo 1991, come modificato dal d.p.c.m. 14 novembre 1997 e successive modificazioni.

4. E' fatta salva la disciplina specifica della pubblicità elettorale di cui all'articolo 7 della legge 24 aprile 1975, n. 130.

Art. 20 (Pubblicità con veicoli – Vele - Rimorchi)

1. La pubblicità su veicoli è ammessa nei limiti e secondo le modalità indicate dall'articolo 57 del Regolamento del codice della strada.
2. La pubblicità su veicoli non è soggetta ad autorizzazione ed il pagamento della relativa imposta, di cui è fatto obbligo di conservazione ed esibizione ai sensi dell'articolo 13 comma 5 del d.lgs. 507/1993, costituisce presupposto necessario e sufficiente per la sua effettuazione nel rispetto delle disposizioni di legge e del presente regolamento.
3. La pubblicità visiva effettuata a mezzo dei veicoli ad uso speciale destinati ed attrezzati a mostra pubblicitaria, comunemente denominati "Vele pubblicitarie", comprese le cosiddette "Veline" di minore dimensione, di cui all'articolo 54, lett. g) del Codice della Strada e all'articolo 203, comma 2, lett. q) del suo Regolamento, immatricolati per uso di terzi mediante locazione senza conducente, può essere svolta sulla sede stradale e rispettive pertinenze o in vista di esse esclusivamente:
 - a) dal locatario del veicolo per pubblicizzare la propria attività ed i propri prodotti;
 - b) con il veicolo in costante movimento, con possibilità di fermata per non oltre tre ore e divieto di ritornare nel medesimo punto se non decorse almeno **due** ore. **A tal fine è fatto obbligo di esposizione di disco orario indicante l'ora di arrivo;**
 - c) in ogni parte del territorio comunale, ad esclusione del centro storico di Sansepolcro a meno che il veicolo non sia al seguito di competizioni sportive come previsto dall'art. 57, comma 7 del Regolamento al Codice della Strada.
4. La pubblicità di cui al comma 2, effettuata con sosta o stazionamento del veicolo nella sede stradale e sue pertinenze o in vista di esse, ovvero nelle proprietà laterali diverse dalla sede dell'impresa pubblicizzata ed in modo visibile dall'esterno, è considerata assimilabile ad impianto pubblicitario fisso e, come tale, sottoposta al regime autorizzatorio e sanzionatorio previsto dalle relative norme di legge e del presente regolamento.
5. Le disposizioni di cui al presente articolo si applicano anche ai rimorchi di cui all'art. 56 del codice della strada, fermo restando il divieto di sostare nel centro abitato staccati dal veicolo trainante, previsto all'art. 158, comma 3, del Codice della Strada.

Art. 21 (Volantinaggio pubblicitario – Espositori a terra)

1. La distribuzione del materiale pubblicitario presso parabrezza di auto parcheggiate, abbandono di materiale pubblicitario in luoghi pubblici o di transito pedonale, getto a terra di volantini e simili ed ogni altra forma di volantinaggio, nonché l'uso di persone circolanti con cartelli o altri mezzi pubblicitari, è vietata in tutto il territorio comunale.

2. La distribuzione di dépliants o altro materiale pubblicitario presso cassette per le lettere, poste all'interno o all'esterno di edifici, non comportando messaggi pubblicitari visibili da luogo pubblico, è consentita e non necessita di autorizzazione.
3. Ai sensi del comma 2, dell'art. 3, del d.lgs. 507/93, è disposto il divieto di effettuare il lancio di volantini direttamente da veicoli o aeromobili o anche solamente a mano.
4. I supporti pubblicitari temporanei posti direttamente a terra, comunemente denominati "caprette" ed i leggii con menù degli esercizi di somministrazione, sono consentiti in presenza di tutte le seguenti condizioni:
 - a) disponibilità per almeno 1 mq. dell'area privata o del suolo pubblico in concessione ove collocare la capretta o il leggio;
 - b) posizionamento che non crei intralcio alla circolazione pedonale e veicolare con almeno uno spazio libero di 1,5 metri, trattandosi di strada chiusa al traffico;
 - c) posizionamento non oltre 15 metri lineari dall'ingresso principale dell'attività cui il messaggio si riferisce;
 - d) superficie del supporto non superiore ad un metro quadrato per ciascuna delle due facce e dimensione del leggio non superiore a cm 30 x 50;
5. I limiti di cui al comma 4 non si applicano agli espositori di locandine delle rivendite della stampa.

TITOLO V – PUBBLICHE AFFISSIONI

Art. 22 (Pubbliche affissioni - Norme generali)

1. Il servizio delle pubbliche affissioni garantisce l'affissione di manifesti negli appositi spazi, al di fuori dei quali, in conformità a quanto disposto dall'articolo 51, comma 1, del Regolamento al Codice della Strada l'affissione di manifesti è vietata.
2. Possono essere utilizzati per affissioni esclusivamente gli impianti a ciò destinati curando che le superfici siano utilizzate in conformità alla ripartizione di cui all'articolo 3, comma 2, distintamente per:
 - a) le affissioni di aventi finalità istituzionali, sociali o comunque prive di rilevanza economica;
 - b) le affissioni aventi rilevanza economica;
 - c) le affissioni mortuarie.
3. Per manifesti aventi finalità istituzionali, sociali o comunque prive di rilevanza economica si intendono quelli pubblicati dal Comune stesso, da altri enti pubblici o relativi ai soggetti ed alle materie di cui agli articoli 20 e 21 del d.lgs. 507/93 nonché, eventualmente, ogni altro che sia

comunque privo di idoneità a promuovere la domanda di beni o servizi o migliorare l'immagine di operatori economici.

4. Le affissioni materialmente sono eseguite ad opera di dipendenti comunali o di dipendenti e collaboratori del concessionario del servizio, o da personale con preventiva delega autorizzativa rilasciata da parte del dell'Amministrazione Comunale o dal concessionario. E' vietata l'affissione eseguita da terzi.

Art. 23 (Mezzi per pubbliche affissioni)

1. Le pubbliche affissioni possono essere effettuate attraverso uno dei seguenti mezzi pubblicitari:
 - a) **Cartello affissionale**, manufatto bidimensionale, supportato da una idonea struttura di sostegno, con una sola o entrambe le facce utilizzabili per l'affissione di manifesti aventi dimensione massima di m 3 x 2;
 - b) **Tabella affissionale**, elemento monofacciale vincolato a parete destinato all'affissione di manifesti aventi dimensione massima di m 3 x 2;
 - c) **Trespole polifacciale o totem affissionale**, elemento tridimensionale a più facce, destinato all'affissione di manifesti per una dimensione massima di 6 metri complessivamente;
 - d) **Spazio per affissione mortuaria**, cartelli tabelle e trespoli affissionali, specificamente destinati all'affissione di manifesti mortuari.
2. La Giunta comunale è espressamente delegata ad effettuare il riordino degli spazi comunali destinati alle pubbliche affissioni e, in particolare, disporre la concentrazione in specifiche localizzazioni degli spazi destinati alle affissioni mortuarie.

Art. 24 (Richiesta di affissione)

1. Al fine di garantire a ciascun soggetto interessato pari opportunità di fruire del servizio di pubbliche affissioni ed in conformità a quanto disposto dall'articolo 22 del d.lgs. 507/93, l'affissione è richiesta mediante invio di apposita richiesta – denominata commissione nel d.lgs. 507/93 - direttamente al soggetto concessionario che gestisce il servizio contenente:
 - a) le generalità del richiedente ed il codice fiscale;
 - b) il periodo per il quale si richiede l'affissione;
 - c) il numero di manifesti da affiggere ed il numero di fogli che compongono ciascuno di essi.
2. Alla richiesta di affissione deve essere allegato:
 - a) il materiale da affiggere nel numero di copie necessarie, più una da conservare agli atti a cura del concessionario del servizio affissioni;
 - b) nel caso di manifesti composti da più fogli, lo schema di composizione del manifesto complessivo con riferimenti numerici progressivi sui singoli fogli da affiggere;
 - c) la ricevuta dell'avvenuto pagamento del diritto, se dovuto.
3. Ai fini dell'ordine di precedenza nell'inclusione nel registro cronologico di cui all'articolo 22, comma 2, del d.lgs. 507/93, la richiesta si considera regolarmente ricevuta solo se completa

degli elementi di cui ai commi 1 e 2 o, in caso contrario, dal momento della loro integrazione dietro apposita tempestiva segnalazione del concessionario.

4. Eventuali materiali da affiggere, consegnati o depositati non accompagnati da formale richiesta di affissione, completa degli elementi indicati ai commi 1 e 2, restano in giacenza presso il concessionario delle affissioni per trenta giorni, decorsi inutilmente i quali sono inviati al macero a spese dell'interessato, senza alcun preavviso.
5. Per quanto concerne il computo della durata delle affissioni, l'insorgenza di avverse condizioni atmosferiche, la mancanza di spazi, l'annullamento della richiesta ed ogni altro aspetto non specificato nel presente regolamento si applica quanto previsto dall'articolo 22 del d.lgs. 507/93.
6. Qualora la disponibilità degli impianti permetta di effettuare un'affissione solamente parziale per quantità o periodo di affissione, il concessionario ne dà immediata comunicazione scritta al richiedente indicando le motivazioni e, a suo giudizio, la migliore soluzione alternativa possibile. Qualora l'interessato non intenda avvalersi della facoltà di annullamento della commissione, il piano alternativo proposto si considera accettato dal committente e l'affissione è effettuata in conformità ad esso.
7. Nelle ipotesi di annullamento della richiesta di cui ai commi 6 e 7 dell'articolo 22 del d.lgs. 507/93 o di eccedenza del materiale da affiggere di cui al comma 6 del presente articolo, lo stesso resta depositato presso il concessionario per trenta giorni a disposizione del richiedente, decorsi i quali lo stesso è inviato al macero, fermo restando il diritto al rimborso integrale o parziale delle somme versate, secondo quanto disposto dalla citato articolo 22.

TITOLO VI – DISPOSIZIONI TRIBUTARIE

Art. 25 (Regime fiscale e determinazione delle tariffe)

1. Agli effetti del presente regolamento il Comune di Sansepolcro, salvo eventuale diversa scelta in futuro, opta per il mantenimento del regime, rispettivamente, di imposta di pubblicità e di diritto per pubbliche affissioni di cui al d.lgs. 15 novembre 1993, n. 507 e successive modificazioni, con riferimento alla classe di tariffe IV cui il Comune appartiene per consistenza demografica.
2. Le tariffe di cui al presente regolamento sono deliberate, come previsto dall'articolo 3, comma 5, del d.lgs. 507/93, dalla Giunta comunale **entro il termine di approvazione del bilancio** e si applicano a decorrere dal primo gennaio del medesimo anno. In caso di mancata adozione della deliberazione si intendono prorogate di anno in anno. Copia autentica della deliberazione di approvazione delle tariffe è trasmessa dal Servizio Tributi del Comune di Sansepolcro al

Ministero dell'Economia e delle Finanze, entro trenta giorni dalla data di adozione, ai sensi dell'art. 35, comma 2, del d.lgs. n. 507/1993.

3. Per ogni aspetto non disciplinato dal presente titolo IV e già oggetto di previsione da parte del d.lgs. 507/93 si fa espresso riferimento a quanto contenuto nel medesimo.

Art. 26 (Presupposto dell'imposta e soggetto passivo)

1. Così come previsto dal d.lgs. 507/93 si intende per:
 - a) **pubblicità soggetta all'imposta comunale**, la diffusione di ogni messaggio pubblicitario, effettuata con qualsiasi forma di comunicazione visiva od acustica, diversa da quelle assoggettate al diritto sulle pubbliche affissioni, in luoghi pubblici o aperti al pubblico o che sia percepibile da tali luoghi;
 - b) **messaggi rilevanti ai fini dell'imposizione**, i messaggi diffusi nell'esercizio di un'attività economica allo scopo di promuovere la domanda e la diffusione di beni e servizi di qualsiasi natura o finalizzati a migliorare l'immagine del soggetto pubblicizzato;
 - c) **soggetto passivo in via principale** dell'imposta di pubblicità, colui che dispone a qualsiasi titolo del mezzo attraverso il quale il messaggio pubblicitario viene diffuso;
 - d) **soggetto passivo in solido** dell'imposta di pubblicità, colui che produce o vende la merce o fornisce i servizi oggetto della pubblicità.
2. Fanno capo al soggetto passivo in via principale tutti gli oneri inerenti la pubblicità, compresa la presentazione della dichiarazione di inizio pubblicità di cui all'art. 31 e delle eventuali variazioni della stessa. Ad esso sono notificati gli avvisi di accertamento e sono prioritariamente indirizzate le procedure di riscossione coattiva.
3. Il soggetto passivo in solido, è obbligato solidalmente al pagamento dell'imposta, accessori e spese nei casi in cui non sia possibile individuare il titolare del mezzo pubblicitario, ovvero quando il procedimento di riscossione nei suoi confronti abbia dato in tutto o in parte esito negativo.

Art. 27 (Funzionario responsabile)

1. Il funzionario responsabile, di cui all'art. 11 del d.lgs. 507/1993, è designato dal **Responsabile del Servizio Finanziario** tra i funzionari appartenenti al servizio medesimo.
2. Il funzionario responsabile svolge le funzioni ed esercita i poteri per l'esercizio di ogni attività organizzativa e gestionale dell'imposta sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni; sottoscrive le richieste, gli avvisi, i provvedimenti relativi, dispone i rimborsi, e svolge le altre funzioni ed attività previsti dalla legge e dal presente regolamento.
3. Nel caso di gestione in concessione le attribuzioni del funzionario responsabile spettano al concessionario.

Art. 28 (Pagamento dell'imposta)

1. L'imposta per la pubblicità annuale è corrisposta, con arrotondamento a 50 centesimi di euro, al Concessionario, secondo le modalità da questi indicate.

2. L'imposta è corrisposta:
 - a) nel caso di pubblicità di durata annuale, in unica soluzione entro il 31 gennaio di ogni anno o, per importi pari o superiori ad euro 1.549,37 ed a richiesta dell'interessato, in quattro rate aventi scadenza il 31 gennaio, il 31 marzo, il 30 giugno ed il 30 settembre;
 - b) in unica soluzione per periodi inferiori all'anno, allegando copia dell'avvenuto pagamento alla dichiarazione di inizio pubblicità di cui all'articolo 31.
3. E' fissato al 31 gennaio di ogni anno il termine per la presentazione della denuncia di cessazione o di variazione, ai sensi dell'art. 8, commi 2 e 3, del d.lgs. n. 507/1993, in assenza della quale la pubblicità si intende confermata per tutto il relativo anno.
4. Per la pubblicità ordinaria, con veicoli e con pannelli luminosi, avente durata superiore a tre mesi, si applica l'intera tariffa annua.
5. Negli anni successivi a quello della dichiarazione, la ricevuta di versamento è conservata dal soggetto d'imposta, per essere esibita per eventuali controlli.
6. Il pagamento dei diritti sulle pubbliche affissioni è contestuale alla richiesta del servizio e la ricevuta dell'avvenuto pagamento è allegata alla commissione di affissione, ai sensi dell'art. 24.
7. I crediti del Comune relativi all'imposta ed al diritto hanno privilegio generale sui beni mobili del creditore, subordinatamente a quelli dello Stato, ai sensi dell'art. 2752, comma 4, del Codice Civile.

Art. 29 (Modalità di applicazione dell'imposta di pubblicità)

1. In conformità a quanto previsto dal d.lgs. 507/93, per il calcolo dell'imposta di pubblicità valgono le regole tecniche riassunte nel presente articolo.
2. La superficie da considerare ai fini dell'imposta è quella della minima figura piana geometrica in cui è circoscritto il mezzo pubblicitario:
 - a) indipendentemente dal numero dei messaggi;
 - b) con approssimazione per eccesso ad un metro quadrato, se fosse inferiore;
 - c) con approssimazione per eccesso al mezzo metro quadrato, per valori superiori al metro quadrato.
3. Ai fini dell'imposta si considera:
 - a) la superficie complessiva adibita alla pubblicità, per i mezzi pubblicitari polifacciali;
 - b) la superficie complessiva risultante dallo sviluppo del minimo solido geometrico in cui può circoscritto il mezzo, se questo ha dimensione volumetrica.
4. L'imposta per la pubblicità ordinaria o su veicoli, di cui rispettivamente agli articoli 12 e 13 del d.lgs. 507/93, è raddoppiata, se effettuata in forma luminosa o illuminata, ferme restando le differenti tariffe per la diversa ipotesi di pubblicità con pannelli variabili, intermittenti, lampeggiante, con diapositive e proiezioni di cui all'articolo 14 del suddetto decreto.
5. Le iscrizioni pubblicitarie, espresse anche in forma simbolica, non collocate su struttura propria, sono assoggettate all'imposta per la superficie corrispondente all'ideale misura piana minima in cui sono comprese.

6. I festoni di bandierine e simili nonché i mezzi di identico contenuto, ovvero riferibili al medesimo soggetto passivo, collocati in connessione tra loro si considerano, agli effetti del calcolo della superficie imponibile, come un unico mezzo pubblicitario. Detti mezzi pubblicitari si considerano in connessione fra loro se risultano:
 - a) collocati senza soluzione di continuità;
 - b) funzionalmente finalizzati a diffondere nel loro insieme un unico e stesso messaggio pubblicitario.
7. La pubblicità ordinaria effettuata mediante locandine da collocare a cura dell'utenza all'esterno od all'interno di locali pubblici od aperti al pubblico si intende autorizzata dall'ufficio comunale, previo pagamento dell'imposta, mediante apposizione di semplice timbro con la data di scadenza dell'esposizione. Quando il collocamento diretto di locandine ha carattere ricorrente, il richiedente deve presentare, con la prescritta dichiarazione, l'elenco completo dei locali nei quali detti mezzi pubblicitari vengono collocati.
8. Le maggiorazioni di imposta, a qualunque titolo previste, sono cumulabili e si applicano sulla tariffa base. Le riduzioni non sono cumulabili.

Art. 30 (Esenzioni e riduzioni)

1. Secondo quanto previsto dal d.lgs. 507/93, è esente da imposta la pubblicità:
 - a) con superfici inferiori a trecento centimetri quadrati;
 - b) su veicoli, se consistente nella sola indicazione del marchio, ragione sociale ed indirizzo dell'impresa apposta per non più di due volte e ciascuna iscrizione non sia superiore a mezzo metro di superficie;
 - c) su veicoli utilizzati per trasporto, se consistente nell'indicazione della ditta e dell'indirizzo dell'impresa di trasporto e limitatamente alla sola superficie utile occupata da tali indicazioni;
 - d) specificamente indicata all'articolo 17, comma 1 del d.lgs. 507/93;
 - e) effettuata attraverso insegne di esercizio di attività commerciali e di produzione di beni o servizi con superficie complessiva fino a 5 metri quadrati. Ai sensi dell'art. 2 bis del d.l. 22 febbraio 2002 n. 13, convertito in legge n. 75 del 24 aprile 2002, per le insegne di esercizio di superficie complessiva superiore a metri quadrati 5 l'imposta è dovuta per l'intera superficie; in caso di pluralità di insegne l'esenzione è riconosciuta, ove la superficie complessiva delle insegne non superi il limite di metri quadrati 5;
 - f) effettuata attraverso insegne di esercizio di alcune specifiche attività commerciali e di produzione di beni o servizi, anche per la parte eccedente i 5 metri quadrati, individuate con regolamento ministeriale emanato ai sensi del comma 1 bis dell'art. 17 del d.lgs. 507/1993;
 - g) realizzata da soggetti di cui al comma 1 dell'art. 90 della l. 27 dicembre 2002 n. 289, rivolta all'interno degli impianti dagli stessi utilizzati per manifestazioni sportive dilettantistiche con capienza inferiore ai tremila posti, come disposto dal comma 128 dell'art. 1 della Legge 23 dicembre 2005 n. 266 (Finanziaria 2006).

2. L'imposta di pubblicità è ridotta alla metà, come previsto all'articolo 16 del d.lgs. 507/1993, nelle seguenti ipotesi.
 - a) per la pubblicità effettuata da: comitati, associazioni, fondazioni, e da ogni altro ente senza scopo di lucro;
 - b) per la pubblicità relativa a manifestazioni politiche, sindacali e di categoria, culturali, sportive, filantropiche e religiose, da chiunque realizzate, con il patrocinio o la partecipazione di enti pubblici territoriali;
 - c) per la pubblicità relativa a festeggiamenti patriottici, religiosi, a spettacoli viaggianti e di beneficenza.
3. L'esenzione dall'imposta prevista per la pubblicità effettuata in via esclusiva **dallo Stato** e dagli Enti pubblici territoriali, **di cui all'articolo 17, comma 1, lettera g) del d.lgs. 507/1993**, compete loro solo per la pubblicità effettuata nell'ambito della loro circoscrizione. I comitati, le associazioni, fondazioni, ed ogni altro Ente che non persegua scopi di lucro, per poter usufruire dell'esenzione dell'imposta di pubblicità **prevista all'art. 17, comma 1, lettera h) del d.lgs. n. 507/1993 o della riduzione prevista all'articolo 16, comma 1, lettera a) di detto decreto**, devono produrre al Comune idonea documentazione, ovvero dichiarazione ai sensi del D.P.R. 28 dicembre 2000 n. 445, relativa all'esistenza dei requisiti e presupposti.
4. Alla pubblicità realizzata attraverso mezzi che comprendono, insieme ai messaggi relativi ai soggetti ed alle manifestazioni indicati nel comma 2, anche la semplice indicazione di persone, ditte e società che hanno contribuito all'organizzazione delle manifestazioni stesse, si applica la riduzione prevista nel suddetto comma. Tale riduzione non si applica, pur in presenza dei requisiti di cui al comma 2, in relazione ai mezzi pubblicitari che contengono anche messaggi diffusi nell'esercizio di un'attività economica per promuovere la domanda e la diffusione di beni e servizi di qualunque natura.
5. I requisiti soggettivi previsti alla lettera a) del comma 2 sono dichiarati dall'interessato, ai sensi del d.p.r. 28 dicembre 2000 n. 445. Quando sussistono motivi per verificare l'effettivo possesso dei requisiti dichiarati, l'interessato è invitato dal Funzionario responsabile a produrre la documentazione ritenuta necessaria, fissando un congruo termine per adempiere. La dichiarazione e la documentazione sono acquisite per la prima dichiarazione e non devono essere nuovamente rese o prodotte dallo stesso soggetto, in caso di successive esposizioni di mezzi pubblicitari.
6. I requisiti soggettivi di cui alle lettere b) e c) del comma 2 sono, di norma verificati direttamente dal Comune attraverso l'esame dei mezzi pubblicitari o dei loro facsimili. Quando ciò non sia possibile o sussistano incertezze in merito al diritto alla riduzione si applica il comma 4.
7. Il diritto per le pubbliche affissioni:
 - a) è ridotto alla metà nelle ipotesi di cui all'articolo 20 del d.lgs. 507/93,
 - b) non è dovuto nelle ipotesi previste all'articolo 21 del medesimo.
8. Sono fatte salve le riduzioni disposte dal d.lgs. 507/1993 per singole ipotesi e fattispecie.
9. Ai fini delle esenzioni e riduzioni di cui al presente articolo, l'attività esercitata, ove rilevante, è quella risultante dalle autorizzazioni rilasciate da uffici pubblici, o dalle comunicazioni di inizio

attività ad essi presentate dagli interessati, od accertata dal Registro delle Imprese della Camera di Commercio, Industria, Artigianato e Agricoltura.

Art. 31 (Dichiarazione di inizio pubblicità)

1. Il soggetto tenuto, in via principale, al pagamento dell'imposta di pubblicità, prima di dare inizio alla stessa è tenuto a presentare al Comune, su apposito modello, la dichiarazione di inizio pubblicità, anche cumulativa per più mezzi pubblicitari autorizzati, di cui all'articolo 8 del d.lgs. 507/1993.
2. La dichiarazione deve essere presentata anche nel caso di variazione della pubblicità che comporti modifica della superficie esposta o del tipo di pubblicità effettuata con conseguente modifica dell'imposta applicabile. Quando necessiti un conguaglio tra l'imposta versata e quella dovuta sulla base della modifica intervenuta, alla dichiarazione di inizio pubblicità è allegata:
 - a) ricevuta di avvenuto pagamento in conguaglio per le ulteriori somme dovute;
 - b) richiesta di rimborso, nelle ipotesi di avvenuto pagamento di somma superiore cui, effettuate le necessarie verifiche, il Comune dà corso entro 90 giorni.
3. La dichiarazione per la pubblicità annuale ha effetto anche per gli anni successivi, purché non si verificano modificazioni degli elementi dichiarati da cui derivi un diverso ammontare dell'imposta, entro il 31 gennaio dell'anno di riferimento, a meno che non venga presentata denuncia di cessazione entro il predetto termine.
4. All'omessa o infedele presentazione di dichiarazione conseguono le sanzioni di cui all'articolo 23 del d.lgs. 507/93 e le presunzioni di decorrenza di cui all'articolo 87, ultimo comma, del medesimo.

TITOLO VII – DISPOSIZIONI TRANSITORIE E FINALI

Art. 32 (Pubblicità sanitaria)

1. La pubblicità sanitaria è soggetta alla disciplina di cui alla legge 5 febbraio 1992, n. 175, modificata dalle leggi 26 febbraio 1999, n. 42, 14 ottobre 1999, n. 362 e 3 maggio 2004, n. 112, all'articolo 201 del TU LLSS, ed al d.lgs. 30 dicembre 1999, n. 507, come modificati dal d.l. 4 luglio 2006, n. 223. "Disposizioni urgenti per il rilancio economico e sociale, per il contenimento e la razionalizzazione della spesa pubblica, nonché interventi in materia di entrate e di contrasto all'evasione fiscale" convertito, con modificazioni dalla Legge 4 agosto 2006, n. 248.
2. Le modalità di effettuazione della pubblicità sanitaria e della relativa verifica sono stabilite nelle linee guida di cui alla deliberazione n. 53/2007 della Federazione Nazionale Ordine dei Medici Chirurghi e Odontoiatri (FNOMCeO) inerenti l'applicazione degli articoli 55, 56 e 57 del

Codice di deontologia medica ed eventuali successive modificazioni, secondo le specifiche indicazioni dell'Ordine della Provincia di Arezzo (OMCeOAR).

Art. 33 (Concessione di impianti pubblicitari o di altri beni di proprietà comunale)

1. Il Comune può concedere a privati di collocare impianti pubblicitari su beni dei quali ha la proprietà o il godimento o appartenenti al demanio o al patrimonio indisponibile comunale, dietro pagamento di un canone che si aggiunge all'imposta di pubblicità ed alla tassa per l'occupazione degli spazi ed aree pubbliche. ove applicabile.
2. L'assegnazione è disposta per lotti, composti in base a criteri di funzionalità ed economicità, che possono concernere anche determinate vie, piazze o quantità di superfici.
3. La procedura di gara è disciplinata dalla normativa nazionale e comunitaria in materia di appalti pubblici. Il relativo capitolato specifica:
 - a) le eventuali aree interessate o le installazioni previste e relative localizzazioni, anche attraverso eventuale rinvio ad ulteriori atti;
 - b) la durata del contratto, le modalità di eventuale rinnovo, i tempi della sua esecuzione, l'eventuale possibilità di cessione o subappalto;
 - c) gli obblighi ed i diritti dell'aggiudicatario;
 - d) il canone per l'affidamento e le modalità di versamento;
 - e) le garanzie per il Comune e le modalità di controllo, compresa l'eventuale cauzione a garanzia dell'esatto adempimento degli obblighi contrattuali.
4. Il rapporto è disciplinato da apposita convenzione che alla scadenza può essere rinnovata.
5. La concessione ha durata massima di nove anni ed alla sua scadenza, ovvero alla eventuale risoluzione anticipata del rapporto di convenzione, si procede ad assegnazione mediante nuova procedura di gara.
6. Le disposizioni di cui al presente articolo si applicano, in quanto compatibili, anche alle eventuali ipotesi in cui il Comune decidesse di dare in concessione a privati, diversi dal concessionario di pubbliche affissioni, del diritto di utilizzare impianti di proprietà comunale per l'affissione diretta di manifesti ed altri mezzi pubblicitari, anche per conto di terzi.

Art. 34 (Sanzioni e revoca)

1. **Chiunque viola le prescrizioni del Codice della strada o del suo regolamento è punito con la sanzione amministrativa del pagamento della somma prevista all'art. 23 del codice medesimo.**
2. Oltre alla sanzione pecuniaria di cui al comma 1, i mezzi pubblicitari privi di autorizzazione o comunque in contrasto con quanto previsto al comma 1 dell'art. 23 del Codice della strada, sono soggetti a rimozione, secondo con le modalità previste al comma 13 bis di detto articolo. La rimozione è disposta senza indugio in caso di pericolo per la circolazione o impianti posti su suolo demaniale o rientrante nel patrimonio degli enti proprietari delle strade, come previsto all'art. 23 comma 13 quater del codice della strada.

- 3. Chi non osserva le prescrizioni indicate nelle autorizzazioni è soggetto alla sanzione amministrativa prevista all'articolo 23, comma 12, del Codice della strada.**
4. I messaggi pubblicitari esposti difformemente dalle autorizzazioni rilasciate devono essere rimossi, previa contestazione scritta, a cura e spese del soggetto titolare dell'autorizzazione o del concessionario, entro il termine di otto giorni dalla relativa diffida, o con rimozione d'ufficio, come previsto all'articolo 56, comma 6, del Regolamento al Codice della Strada.
5. I messaggi pubblicitari e propagandistici che possono essere variati senza autorizzazione, se non rispondenti al disposto dell'articolo 23, comma 1 del Codice della Strada, sono rimossi con la procedura di cui all'articolo 56, comma 5 del Regolamento al Codice della strada.
6. I mezzi pubblicitari rimossi sono conservati dal Comune per quindici giorni affinché il titolare provveda al loro ritiro, versati le eventuali sanzioni e gli oneri di conservazione. Decorso detto termine, i mezzi sono distrutti a spese del titolare.
7. Nelle ipotesi di cui all'articolo 14 comma 2 del presente regolamento, si applica la sanzione prevista per la violazione del medesimo in occasione di ogni segnalazione di violazione dell'obbligo ivi previsto, successiva alla prima da considerare di informazione circa la necessità di intervento. Qualora decorso un mese dalla prima segnalazione, l'interessato non abbia provveduto a quanto in suo dovere, l'impianto è rimosso, previa ulteriore diffida, a spese del medesimo.
8. Alle violazioni in materia di imposta sulla pubblicità e diritto sulle pubbliche affissioni si applicano le sanzioni previste dal d.lgs. 507/1993 e successive modificazioni.
9. L'autorizzazione è revocata:
- a) qualora, decorsi trenta giorni dalla comunicazione di accoglimento dell'istanza, l'interessato non provveda al pagamento degli oneri ed al ritiro del titolo;
 - b) qualora, decorsi novanta giorni dal ritiro del titolo, l'interessato non realizzi materialmente il mezzo pubblicitario assentito, salvo proroga per gravi e comprovati motivi;
 - c) qualora, trattandosi di insegna di esercizio, sia accertata la cessazione o il trasferimento di sede dell'attività o comunque la non più rispondenza con l'attività svolta;
 - d) qualora risulti che sono venuti meno i presupposti di legge per il rilascio dell'autorizzazione o per il legittimo svolgimento dell'attività pubblicizzata;
 - e) nel caso di rimozione coattiva del mezzo pubblicitario a norma del presente articolo;
 - f) per sopravvenute ragioni di interesse pubblico, **comprese eventuali sopravvenute variazioni all'asse della sede stradale.**

Art. 35 (Regolarizzazione)

1. I titolari degli impianti pubblicitari permanenti esistenti alla data di entrata in vigore del presente regolamento ed installati in assenza di autorizzazione o in modo difforme dall'autorizzazione ricevuta, possono richiedere al Comune la regolarizzazione, inoltrando specifica istanza entro e non oltre dodici mesi dall'entrata in vigore del presente regolamento.

2. Il Comune, a seguito dell'istanza di regolarizzazione, ne verifica la possibilità a norma del comma 3 e, in caso positivo, indica le opere e modifiche da apportare, stabilendo un termine, non superiore a centoventi giorni, per la loro esecuzione.
3. Sono regolarizzabili i mezzi ed impianti pubblicitari:
 - a) che, pur realizzati in difformità dalle disposizioni di legge o regolamento precedentemente vigenti, risultino conformi a quelle attualmente stabilite dalla legge e dal presente regolamento;
 - b) che possono essere adeguati e resi conformi alle norme di legge e del presente regolamento, mediante interventi non relativi alla tipologia o all'ubicazione dell'impianto.
4. Decorso il termine di cui al comma 1, ai mezzi pubblicitari irregolari si applicano le procedure di rimozione di cui all'articolo 34. Le medesime si applicano altresì nelle ipotesi in cui il Comune riscontri l'insanabilità delle irregolarità in seguito a domanda oppure qualora l'interessato, ammesso a regolarizzazione, non vi provveda nei termini assegnati, salvo proroga per gravi e comprovati motivi richiesta entro i termini.
5. La regolarizzazione dei mezzi pubblicitari di cui al presente articolo non esime dall'applicazione delle sanzioni pecuniarie previste dalle norme vigenti, ove ricorrano i presupposti. In relazione a quanto previsto all'articolo 24, comma 5 bis del d.lgs. 507/1993, nelle ipotesi di regolarizzazione richieste entro tre mesi dall'entrata in vigore del presente regolamento, in luogo del pagamento della sanzione può essere richiesta al Comune la sua sostituzione con interventi di recupero e riqualificazione degli impianti pubblicitari da regolarizzare, con investimento per documentati importi almeno pari ad una volta e mezzo la sanzione prevista.

Art. 36 (Rinvio)

1. Per tutto quanto non previsto dal presente regolamento di fa riferimento al Codice della strada, al suo regolamento, ad ogni altra disposizione di legge statale o regionale in materia ed ai vigenti regolamenti del Comune di Sansepolcro.

ALLEGATO A) TIPOLOGIA IMPIANTI PUBBLICITARI



INSEGNE DI ESERCIZIO



PREINSEGE

TARGHE



CARTELLO PUBBLICITARIO

BACHECA

Allegato B - Caratteristiche e condizioni di installazione dei mezzi di pubblicità permanente all'interno del centro abitato (art. 4)

	Preinsegna		Cartello ordinario		Cartello, pannello, tabella a messaggio variabile		Gigantografia di cantiere		Trompe l'oeil e murales		Bacheca	
Distanza dal margine esterno del marciapiede	0.5		1.5		1.0							
Distanza dal limite di carreggiata	1.5		1.5		3.0		1.5		1.5			
Distanza prima di segnali stradali di pericolo o prescrizione, impianti semaforici ed intersezioni, gallerie	15		15		20							
Da altro mezzo di pubblicità permanente	-		25		25							
Distanza da segnali di indicazione, dopo segnali di pericolo, prescrizione impianti semaforici ed intersezioni	10		10		10							
Illuminazione consentita	Nessuna		Luminoso-Illuminato		Luminoso-Illuminato		Illuminato		Nessuna		Illuminata	
Zone Vietate									1- Centro storico			
	Altezza min. (1)	Altezza max	Altezza min. (1)	Altezza max	Altezza min. (1)	Altezza max	Altezza min. (1)	Altezza max	Altezza min. (1)	Altezza max	Altezza min. (1)	Altezza max
	m	m	m	m	m	m	m	m	m	m	m	m
FORMATI AMMESSI (m)												
Base	Altezza											
0.70	1.00		1,5	3,0	1,5	4,0					1,0	2,5
1.00	0.20	2,2	3,5									
1.00	0.70										1,0	2,5
1.00	1.40			1,5	4,0	1,5	4,0					
1.25	0.25	2,2	3,7									
1.40	1.00			1,5	4,0	1,5	4,0					
1.40	2.00			1,5	4,0	1,5	4,0					
1.50	0.30	2,2	4,0									
2.00	1.40			1,5	4,0	1,5	4,0					
3.00	2.00			1,5	5,0	2,5	6,0		0,5	8,0		
4.00	3.00			1,5	8,0	3,0	8,0		0,5	12,0		
6.00	3.00			1,5	8,0				0,5	12,0		
Superficie > 18 mq. e <= 80 mq.								1,5	12,00			

NOTA (1): L'altezza minima è di 80 cm. se il mezzo pubblicitario è installato parallelamente all'asse della carreggiata e fuori dal marciapiede.

LEGENDA

Altezza minima: metri lineari tra il piano di calpestio ed il margine inferiore del mezzo pubblicitario;

Altezza massima: metri lineari tra il piano di calpestio ed il margine superiore del mezzo pubblicitario;

Distanza dal margine del marciapiede: metri lineari tra il margine esterno del marciapiede ed il punto di massimo ingombro del mezzo pubblicitario, misurato in proiezione, in assenza di marciapiede;

Distanza dal limite di carreggiata: metri lineari tra il limite della carreggiata ed il punto di massimo ingombro del mezzo pubblicitario, misurato in proiezione, in assenza di marciapiede;

Distanza da altro impianto: metri lineari tra il nuovo mezzo pubblicitario ed altro già esistente o già autorizzato, misurata in proiezione tra i punti di massimo ingombro più prossimi;

Formati ammessi: combinazioni delle misure della base e dell'altezza, del mezzo pubblicitario, ammesse per quel mezzo pubblicitario, con riferimento ad una sola faccia;

CARTOGRAFIA RELATIVA ALLA ZONIZZAZIONE DEL TERRITORIO COMUNALE

Allegato A - Cartografia relativa alla zonizzazione del territorio comunale (art.2 comma 2 del Regolamento)

