

COMUNE DI SAMARATE

PROVINCIA DI VARESE

CLASSE IV

REGOLAMENTO PER L'APPLICAZIONE DELL'IMPOSTA COMUNALE SULLA PUBBLICITA' E PER L'EFFETUAZIONE DEL SERVIZIO SULLE PUBBLICHE AFFISSIONI

(DECRETO LEG.VO 15 NOVEMBRE 1993 N. 507)

TESTO VIGENTE

TITOLO 1 – NORME DI CARATTERE GENERALE

Art. 1 – OGGETTO DEL REGOLAMENTO

Il presente regolamento disciplina nell'ambito del territorio comunale e nel rispetto del D. Lgs. 15/11/1993 n. 507, le modalità e l'applicazione dell'imposta sulla pubblicità nonché il servizio delle pubbliche affissioni e la riscossione dei relativi diritti.

Art. 2 – AMBITO DI APPLICAZIONE

La pubblicità esterna e le pubbliche affissioni sono soggette rispettivamente ad un'imposta ovvero ad un diritto a favore del comune nel cui territorio sono effettuate e nei limiti e secondo le prescrizioni degli articoli che seguono.

Art. 3 – CLASSIFICAZIONE DEL COMUNE

Il comune appartiene alla 4^a classe avendo una popolazione residente al 31 Dicembre 1992 di N. 15.200 abitanti e di conseguenza si applicano in tutto il territorio comunale le disposizioni impositive riferite a detta classe.

Art. 4 – TARIFFE

Le tariffe dell'imposta sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni sono deliberate entro il 31 ottobre di ogni anno ed entrano in vigore il primo gennaio dell'anno successivo a quello in cui la deliberazione è divenuta esecutiva a norma di legge e, qualora non modificate entro il suddetto termine, si intendono prorogate di anno in anno.

Art. 5 – TIPOLOGIA IMPIANTI PUBBLICITARI

L'indicazione delle tipologie e delle modalità per ottenere i provvedimenti per l'installazione degli impianti, nonché la ripartizione quantitativa, sono definite nel piano generale degli impianti (1). I mezzi finalizzati alla diffusione di avvisi pubblici, messaggi pubblicitari e simili sono suddivisi nelle seguenti categorie di utilizzazione:

1. Mezzi destinati alla pubblicità esterna
2. Mezzi destinati alle comunicazioni mediante affissioni

(1) – Vedere titolo V del presente regolamento

Art. 6 – QUANTITA' IMPIANTI PUBBLICITARI PER AFFISSIONI

Quanto agli impianti per le affissioni, ferme restando le disposizioni di cui al titolo V, il quantitativo minimo di esposizione è fissato in 12 m² per ogni mille abitanti talchè, risultando la popolazione residente nel territorio comunale pari a N. 15.200 abitanti, la superficie complessiva minima risulta definita in 180 m².

ART. 7 – FUNZIONARIO RESPONSABILE

La funzione ed i poteri per l'esercizio di ogni attività organizzativa e gestionale dell'imposta sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni, nonché i poteri di sottoscrivere richieste, avvisi, provvedimenti relativi e quelli di disporre rimborsi, sono attribuiti al funzionario responsabile all'uopo designato. Nel caso di gestione in concessione, le attribuzioni di cui al precedente comma sono interamente demandate al concessionario.

ART. 8 – FORME DI GESTIONE DEL SERVIZIO

Il servizio per l'accertamento e la riscossione dell'imposta comunale sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni è gestito direttamente dal Comune. Il Comune si riserva la facoltà di affidare in concessione detto servizio, ove lo ritenga più economico e funzionale, ad apposita azienda speciale di cui all'articolo 22 comma 3, lettera C. Della legge 8 giugno 1990 N. 142, ovvero ai soggetti iscritti nell'albo nazionale dei concessionari previsto dall'articolo 32 del D. Lgs. 507/1993.

(2) Art. 22, comma 3, lettera C Legge 142/90 "I comuni e le Province possono gestire i servizi pubblici nelle seguenti forme: c) a mezzo azienda speciale, anche per la gestione di più servizi di rilevanza economica e commerciale.

TITOLO II – IMPOSTA SULLA PUBBLICITA'

ART. 9 – PRESUPPOSTO DELL'IMPOSTA

1. Costituisce atto generatore d'imposta la diffusione di messaggi pubblicitari effettuata attraverso forme di comunicazione visive o acustiche, diverse da quelle assoggettate al diritto sulle pubbliche affissioni, in luoghi pubblici o aperti al pubblico o che siano da tali luoghi percepibili. Si considerano rilevanti i messaggi diffusi nell'esercizio di attività economica allo scopo di promuovere la domanda di beni o servizi, ovvero finalizzati a migliorare l'immagine del soggetto pubblicizzato.
2. Si considerano rilevanti ai fini dell'imposizione:

- A. I messaggi diffusi nell'esercizio di attività economica allo scopo di promuovere la domanda e la diffusione di beni e servizi di qualsiasi natura;
- B. I messaggi finalizzati a migliorare l'immagine del soggetto pubblicizzato;
- C. I mezzi e le forme atte ad indicare il luogo nel quale viene esercitata l'attività.

ART. 10 – SOGGETTO PASSIVO

In via principale è tenuto al pagamento dell'imposta sulla pubblicità colui che dispone a qualsiasi titolo del mezzo attraverso il quale il messaggio viene diffuso.

Obbligato solidale al pagamento colui che produce o vende la merce o fornisce i servizi oggetto della pubblicità.

ART. 11 – MODALITA' DI APPLICAZIONE DELL'IMPOSTA

1. L'imposta sulla pubblicità si determina in base alla superficie della minima figura piana geometrica in cui è circoscritto il mezzo pubblicitario indipendentemente dal numero dei messaggi in esso contenuti.
2. Le superfici inferiori ad un metro quadrato si arrotondano per eccesso al metro quadrato e le frazioni di esso, oltre il primo a mezzo metro quadrato.
3. Non si fa luogo ad applicazione di imposta per le superfici inferiori a 300 cm².
4. Per i mezzi pubblicitari polifacciali l'imposta è calcolata in base alla superficie complessiva adibita alla pubblicità
5. Per i mezzi aventi dimensioni volumetriche l'imposta è calcolata in base alla superficie complessiva risultante dallo sviluppo del minimo solido geometrico in cui può essere circoscritto il mezzo stesso.
6. Agli effetti del calcolo della superficie imponibile i festoni di bandierine, i mezzi di identico contenuto pubblicitario e quelli riferibili al medesimo soggetto passivo, purchè collocati in connessione fra loro, senza soluzione di continuità e funzionalmente finalizzati a diffondere nel loro insieme lo stesso messaggio o ad accrescerne l'efficacia sono considerati come unico mezzo pubblicitario.
7. La pubblicità ordinaria effettuata mediante locandine da collocare a cura dell'utenza all'esterno o all'interno di locali pubblici o aperti al pubblico, è autorizzata dall'Ufficio Comunale, previo pagamento dell'imposta, mediante apposizione di timbro con la data di scadenza dell'esposizione.
8. Quando il collocamento diretto di locandine ha carattere ricorrente il committente deve presentare al Comune, con la prescritta dichiarazione, l'elenco completo dei locali nei quali detti mezzi pubblicitari vengono collocati.
9. Quando tale esposizione ha carattere occasionale non sussiste l'obbligo di presentare l'elenco dei locali. In tal caso l'utente è tenuto a pagare forfettariamente l'imposta nella misura prevista per il 35% del totale delle locandine.

ART. 12 – APPLICAZIONE MAGGIORAZIONI E RIDUZIONE IMPOSTE

Le maggiorazioni d'imposta a qualunque titolo previste sono cumulabili e devono essere applicate alla tariffa base. Le riduzioni non sono cumulabili.

ART. 13 – PUBBLICITA' LUMINOSA E ILLUMINATA

Qualora la pubblicità venga effettuata in forma luminosa o illuminata, la relativa tariffa d'imposta è maggiorata del 100 %.

Per pubblicità luminosa si intende quella il cui mezzo è dotato di luminosità propria costituendo esso stesso fonte di luce; per pubblicità illuminata si intende quella resa visibile da sorgente luminosa esterna.

ART. 14 – DICHIARAZIONE D’IMPOSTA

I soggetti passivi di cui all’art. 10 sono tenuti prima di iniziare la pubblicità, a presentare all’ufficio comunale competente apposita dichiarazione, anche cumulativa, nella quale devono essere indicate le caratteristiche, la durata della pubblicità e l’ubicazione dei mezzi pubblicitari esposti utilizzando il modello predisposto dal comune.

La dichiarazione deve essere presentata anche nei casi di variazione della pubblicità che comportino la modificazione della superficie esposta e del tipo di pubblicità effettuata, con conseguente nuova imposizione.

Per le denunce di variazione dovrà procedersi al conguaglio fra l’importo dovuto in seguito alla nuova dichiarazione e quello pagato per lo stesso periodo.

La pubblicità annuale si intende prorogata con il semplice pagamento della relativa imposta da eseguirsi entro il 30 Aprile dell’anno di riferimento, sempre che non venga presentata denuncia di cessazione entro il medesimo termine.

Qualora venga omessa la presentazione della dichiarazione, la pubblicità di cui agli articoli 12, 13 e 14 commi 1, 2. e 3. del D.Lgs. 507/93, si presume effettuata in ogni caso con decorrenza dal 1° gennaio dell’anno in cui è stata accertata; per le altre fattispecie la presunzione opera dal primo giorno del mese in cui è stato effettuato l’accertamento.

ART. 15 – PAGAMENTO DELL’IMPOSTA

Il pagamento dell’imposta deve essere eseguito mediante versamento sul C.C.P. intestato al comune ovvero, in caso di affidamento in concessione, al suo concessionario, con arrotondamento a lire mille per difetto se la frazione non è superiore a lire cinquecento o per eccesso se è superiore. L’attestazione dell’avvenuto pagamento deve essere allegata alla prescritta dichiarazione.

Per la pubblicità relativa a periodi inferiori all’anno solare l’imposta può essere corrisposta in rate trimestrali anticipate qualora sia di importo superiore al lire tre milioni.

ART. 16 – PUBBLICITA’ EFFETTUATA SU SPAZI O AREE COMUNALI

Qualora la pubblicità sia effettuata su impianti installati su beni appartenenti o dati in godimento al Comune, l’applicazione dell’imposta sulla pubblicità non esclude quella della tassa per l’occupazione di spazi ed aree pubbliche, nonchè il pagamento di canoni di locazione o di concessione.

ART. 17 – RETTIFICA E ACCERTAMENTO D’UFFICIO

Il Comune, entro due anni dalla data in cui la dichiarazione è stata o avrebbe dovuto essere presentata, procede a rettifica o ad accertamento d’ufficio, notificando al contribuente, anche a mezzo posta mediante raccomandata con avviso di ricevimento, apposito avviso motivato.

Nell’avviso devono essere indicati il soggetto passivo, le caratteristiche e l’ubicazione del mezzo pubblicitario, l’importo dell’imposta o della maggiore imposta accertata, delle soprattasse dovute e dei relativi interessi, nonchè il termine di 60 giorni entro cui effettuare il relativo pagamento.

Gli avvisi di accertamento sono sottoscritti dal funzionario designato dal Comune per l'organizzazione e la gestione dell'imposta, ovvero, nel caso di gestione in concessione, da un rappresentante del concessionario.

ART. 18 – PROCEDURA COATTIVA

La riscossione coattiva dell'imposta si effettua secondo le disposizioni del D.P.R. 28 gennaio 1988 N. 43, e successive modificazioni; il relativo ruolo deve essere formato e reso esecutivo entro il 31 dicembre del secondo anno successivo a quello in cui l'avviso di accertamento o di rettifica è stato notificato ovvero, in caso di sospensione della riscossione, entro il 31 dicembre dell'anno successivo a quello di scadenza del periodo di sospensione.

ART. 19 – RIMBORSI

Entro il termine di due anni decorrente dal giorno in cui è stato effettuato il pagamento, ovvero da quello in cui è stato definitivamente accertato il diritto al rimborso, il contribuente può chiedere la restituzione di somme versate e non dovute mediante apposita istanza. Il Comune ovvero il concessionario è tenuto a provvedere nel termine di 90 giorni.

ART. 20 – CONTENZIOSO

Sono soggette alla giurisdizione delle commissioni tributarie di cui all'art. 4 del decreto legislativo 31 dicembre 1992 N. 546 le controversie concernenti i tributi richiamati nel presente regolamento. Valgano al riguardo ed ove compatibili, le disposizioni processuali contenute nel citato D. Lgs. 546.

(3) **COMPETENZE PER TERRITORIO:** 1) le commissioni tributarie provinciali sono competenti per le controversie proposte nei confronti degli uffici delle entrate o del territorio del ministero delle finanze, ovvero dagli enti locali, ovvero dai concessionari per la riscossione che hanno sede nella loro circoscrizione; 2) le commissioni tributarie regionali sono competenti per le impugnazioni avverso le decisioni delle commissioni tributarie provinciali che hanno sede nella loro circoscrizione.

ART. 21 PUBBLICITA' ORDINARIA – TARIFFE

1. Per la pubblicità effettuata mediante insegne, cartelli, locandine, targhe, stendardi o qualsiasi altro mezzo non previsto dai successivi articoli, la tariffa dell'imposta per ogni metro quadrato di superficie e per anno solare è di L. 20.000.
2. Per le fattispecie pubblicitarie di cui al comma 1 che abbiano durata non superiore a 3 mesi si applica per ogni mese o frazione una tariffa pari a un decimo di quella ivi prevista.
3. Per la pubblicità effettuata mediante affissioni dirette, anche per conto altrui, di manifesti e simili su apposite strutture adibite alle esposizioni di tali mezzi, si applica l'imposta in base alla superficie complessiva degli impianti nella misura e con le modalità previste dal comma 1.
4. Per la pubblicità di cui ai commi precedenti che abbia superficie compresa tra m² 5,5 e m² 8,5 la tariffa dell'imposta è maggiorata del 50%; per quella di superficie superiore a m² 8,5 la maggiorazione è del 100%.

ART. 22 – PUBBLICITA' CON VEICOLI – TARIFFE

1. Per la pubblicità visiva effettuata per conto proprio o altrui all'interno e all'esterno di veicoli in genere, di uso pubblico o privato, è dovuta l'imposta sulla pubblicità in base alla superficie complessiva dei mezzi pubblicitari installati su ciascun veicolo nella misura e con le modalità

previste dall'art.12 , comma 1 del D. Leg.vo 507/93; per la pubblicità effettuata all'esterno dei veicoli suddetti sono dovute le maggiorazioni di cui all'art. 12, comma 4 del D. Leg.vo 507/93.

2. Per i veicoli adibiti ad uso pubblico l'imposta è dovuta al comune che ha rilasciato la licenza di esercizio; per i veicoli adibiti a servizi di linea interurbana l'imposta è dovuta nella misura della metà a ciascuno dei comuni in cui ha inizio e fine la corsa; per i veicoli adibiti ad uso privato l'imposta è dovuta al comune in cui il proprietario del veicolo ha la residenza anagrafica o la sede.
3. Per la pubblicità effettuata per conto proprio su veicoli di proprietà dell'impresa o adibiti ai trasporti per suo conto, l'imposta è dovuta per anno solare nel Comune ove ha sede l'impresa stessa o qualsiasi altra sua dipendenza, ovvero il Comune ove sono domiciliati suoi agenti o mandatari che alla data del primo gennaio di ciascun anno, o a quella successiva di immatricolazione, hanno in dotazione detti veicoli, secondo la seguente tariffa:
 - A. Per autoveicoli portata superiore a 3.000 Kg. L. 144.000
 - B. Per autoveicoli con portata inferiore a 3.000 Kg. L. 96.000
 - C. Per motoveicoli e veicoli non ricompresi nelle due precedenti categorie L. 48. 000 per i veicoli circolanti con rimorchio la tariffa di cui al presente comma è raddoppiata.

Per i veicoli cui al comma 3 non è dovuta l'imposta per l'indicazione del marchio, della ragione sociale e dell'indirizzo dell'impresa, purchè sia apposta non più di due volte e ciascuna iscrizione non sia di superficie superiore a ½ metro quadrato.

4. E' fatto obbligo di conservare l'attestazione dell'avvenuto pagamento dell'imposta e di esibirla a richiesta degli agenti autorizzati.

ART. 23 - PUBBLICITA' EFFETTUATA CON PANNELLI LUMINOSI E PROIEZIONI TARIFFE

1. Per la pubblicità effettuata per conto altrui con insegne, pannelli o 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 l'imposta dovuta indipendentemente dal numero dei messaggi, per metro quadrato di superficie e per anno solare, è di L. 80.000.
2. Per la pubblicità di cui al comma 1 di durata non superiore a tre mesi si applica, per ogni mese o frazione, una tariffa pari a un decimo di quella ivi prevista.
3. Per la pubblicità prevista dai commi 1 e 2 effettuata per conto proprio dall'impresa si applica l'imposta in misura pari alla metà delle rispettive tariffe.
4. Per la pubblicità realizzata in luoghi pubblici o aperti al pubblico attraverso diapositive, proiezioni luminose o cinematografiche effettuate su schermi o pareti riflettenti l'imposta dovuta per ogni giorno, indipendentemente dal numero dei messaggi e dalla superficie adibita alla proiezione, è di L. 5.000
5. Qualora la pubblicità di cui al comma 4 abbia durata superiore a 30 giorni, dopo tale periodo si applica una tariffa giornaliera pari alla metà di quella ivi prevista.

ART. 24 – PUBBLICITA' VARIA – TARIFFE

1. Per la pubblicità effettuata con striscioni o altri mezzi similari, che attraversano strade o piazze, la tariffa dell'imposta, per ciascun metro quadrato e per ogni periodo di esposizione di 15 giorni o frazione, è pari a quella prevista dall'art. 12, comma 1 del D. Leg. 507.

2. Per la pubblicità effettuata da aeromobili mediante scritte, striscioni, disegni fumogeni, lancio di oggetti o manifestini, per ogni giorno o frazione, sul cui territorio la pubblicità stessa viene eseguita, nella misura di L. 120.000
3. Per la pubblicità eseguita con palloni frenati e simili si applica l'imposta in base alla tariffa pari alla metà di quella prevista dal comma 2.
4. Per la pubblicità effettuata mediante distribuzione, anche con veicoli, di manifestini o di altro materiale pubblicitario, oppure mediante persone circolanti con cartelli o altri mezzi pubblicitari, è dovuta l'imposta per ciascuna persona impiegata nella distribuzione od effettuazione e per ogni giorno o frazione, indipendentemente dalla misura dei mezzi pubblicitari o dalla quantità di materiale distribuito, in L. 5.000
5. Per la pubblicità effettuata a mezzo di apparecchi amplificatori e simili, salvo le limitazioni di cui all'art. 42, la tariffa dell'imposta dovuta per ciascun punto di pubblicità e per ciascun giorno o frazione ammonta a L. 15.000.

ART. 25 – RIDUZIONI D'IMPOSTA

Tariffa dell'imposta è ridotta alla metà:

1. Per la pubblicità effettuata da comitati, associazioni, fondazioni ed ogni altro ente che non abbia scopo di lucro;
2. Per la pubblicità relativa a manifestazioni politiche, sindacali e di categoria, culturali, sportive, filantropiche e religiose da chiunque realizzate, con il patrocinio o la partecipazione degli enti pubblici territoriali;
3. Per la pubblicità relativa a festeggiamenti patriottici, religiosi, a spettacoli viaggianti di beneficenza.

ART. 26 – ESENZIONI DALL'IMPOSTA

Sono esenti dall'imposta:

1. La pubblicità realizzata all'interno dei locali adibiti alla vendita di beni o alla prestazione di servizi quando si riferisca ad attività negli stessi esercitata, nonchè i mezzi pubblicitari, ad eccezione delle insegne, esposti nelle vetrine e sulle porte di ingresso dei locali medesimi purchè siano attinenti alle attività in essi esercitata e non superino, nel loro insieme, la superficie complessiva di mezzo metro quadrato per ciascuna vetrina o ingresso;
2. Gli avvisi al pubblico esposti nelle vetrine o sulle porte di ingresso dei locali, o in mancanza nelle immediate adiacenze del punto di vendita, relativi attività svolte, nonchè quelli riguardanti la locazione o la compravendita degli immobili sui quali sono affissi, di superficie non superiore ad $\frac{1}{4}$ di metro quadrato;
3. La pubblicità comunque effettuata all'interno, sulle facciate esterne o sulle recinzioni dei locali di pubblico spettacolo qualora si riferisca alle rappresentazioni in programmazione;
4. La pubblicità, escluse le insegne, relativa ai giornali ed alle pubblicazioni periodiche, se esposta sulle sole facciate esterne delle edicole o nelle vetrine o sulle porte di ingresso dei negozi ove si effettua la vendita;
5. La pubblicità esposta all'interno delle stazioni dei servizi di trasporto pubblico di ogni genere inerente attività esercitata dall'impresa di trasporto, nonchè le tabelle esposte all'esterno delle stazioni stesse o lungo l'itinerario di viaggio, per la parte in cui contengano informazioni relative alle modalità di effettuazione del servizio;
6. La pubblicità comunque effettuata in via esclusiva dallo stato e dagli enti pubblici territoriali;
7. Le insegne, le targhe e simili apposte per l'individuazione delle sedi di comitati, associazioni, fondazioni ed ogni altro ente che non persegua scopo di lucro;

8. Le insegne, le targhe e simili la cui esposizione sia obbligatoria per le disposizioni di legge o di regolamento sempre che le dimensioni del mezzo usato, qualora non espressamente stabilite, non superino il mezzo metro quadrato di superficie.

TITOLO III - AFFISSIONI

ART. 27 – SERVIZIO DELLE PUBBLICHE AFFISSIONI

Il servizio delle pubbliche affissioni è istituito in modo da garantire l'affissione, a cura del comune, negli appositi impianti a ciò destinati, di manifesti di qualunque materiale costituiti, contenenti comunicazioni aventi finalità istituzionali, sociali o comunque prive di rilevanza economica ovvero, di messaggi diffusi nell'esercizio di attività economiche.

Per i quantitativi e le ripartizioni degli impianti, si fa espresso riferimento al piano generale degli impianti (4) e all'elenco allegato al presente regolamento, per costituirne parte integrante sotto la lettera A.

(4) - vedere titolo V° del presente regolamento

ART. 28 DIRITTO SULLE PUBBLICHE AFFISSIONI – TARIFFE

1. Per l'effettuazione delle pubbliche affissioni è dovuto in solido, da chi richiede il servizio e da colui nell'interesse del quale il servizio stesso è richiesto, un diritto, comprensivo dell'imposta sulla pubblicità, a favore del comune che provvede alla loro esecuzione.
2. La misura del diritto sulle pubbliche affissioni per ciascun foglio di dimensione fino a cm 70x100 e per i periodi di seguito indicati è la seguente:

per i primi 10 giorni	L. 2.200
per ogni periodo successivo di 5 giorni o frazione	L. 660
3. Per ogni commissione inferiore a cinquanta fogli il diritto di cui al comma 2 è maggiorato del 50%.
4. Per i manifesti costituiti da otto fino a dodici fogli il diritto è maggiorato del 50%; per quelli costituiti da più di dodici fogli è maggiorato del 100%.
5. Le disposizioni previste per l'imposta sulla pubblicità si applicano, per quanto compatibili, anche al diritto sulle pubbliche affissioni.
6. Il pagamento del diritto sulle pubbliche affissioni deve essere effettuato contestualmente alla richiesta del servizio secondo le modalità di cui all'art. 15; per il recupero di somme comunque dovute a tale titolo e non corrisposte si osservano le disposizioni di cui agli artt. 17 e 18 del presente regolamento.

ART. 29 – RIDUZIONE DEL DIRITTO

La tariffa per il servizio delle pubbliche affissioni è ridotta alla metà:

- a) Per i manifesti riguardanti in via esclusiva lo stato e gli enti pubblici territoriali e che non rientrano nei casi per i quali è prevista l'esenzione ai sensi dell'art. 31;
- b) Per i manifesti di comitati, associazioni, fondazioni ed ogni altro ente che non abbia scopo di lucro;
- c) Per i manifesti relativi ad attività politiche, sindacali e di categoria, culturali, sportive, filantropiche e religiose da chiunque realizzate con il patrocinio degli enti pubblici territoriali;

- d) Per i manifesti relativi a festeggiamenti patriottici, religiosi, a spettacoli viaggianti e di beneficenza;
- e) Per gli annunci mortuari.

ART. 30 – ESENZIONI DEL DIRITTO

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

ART. 31 – MODALITA' PER LE PUBBLICHE AFFISSIONI

- 1) Le pubbliche affissioni vanno effettuate secondo l'ordine di precedenza risultante dal ricevimento della commissione che verrà annotata in apposito registro cronologico.
- 2) Le richieste devono comunque risultare da idonea commissione nella quale devono risultare le generalità del richiedente o della persona o dell'ente nell'interesse del quale il servizio viene richiesto completo di indirizzo e codice fiscale, la durata di esposizione con l'indicazione della data di inizio, l'oggetto del manifesto i quantitativi espressi in formato e numero di manifesti.
- 3) La durata dell'affissione decorre dal primo giorno in cui è stata eseguita al completo; nello stesso giorno, su richiesta del committente, il comune ovvero il concessionario metterà a sua disposizione l'elenco delle posizioni utilizzate con l'indicazione dei quantitativi affissi.
- 4) Il ritardo nell'effettuazione delle affissioni causato dalle avverse condizioni atmosferiche si considera causa di forza maggiore, In ogni caso, qualora il ritardo sia superiore a dieci giorni dalla data richiesta, il comune ovvero il concessionario deve darne tempestiva comunicazione per iscritto al committente.
- 5) La mancanza di spazi disponibili deve essere comunicata al committente per iscritto entro dieci giorni dalla richiesta di affissione.
- 6) Nei casi di cui ai commi 4 e 5, il committente può annullare la commissione senza alcun onere a suo carico ed il Comune ovvero il concessionario è tenuto al rimborso delle somme versate entro novanta giorni.
- 7) Il committente ha facoltà di annullare la richiesta di affissione prima che venga eseguita, con l'obbligo di corrispondere in ogni caso la metà del diritto dovuto.
- 8) Il comune ovvero il concessionario ha l'obbligo di sostituire gratuitamente i manifesti strappati o comunque deteriorati e, qualora non disponga di altri esemplari dei manifesti da sostituire, deve darne tempestivamente comunicazione al richiedente mantenendo, nel frattempo, a sua disposizione i relativi spazi.
- 9) Nell'ufficio del servizio delle pubbliche affissioni devono essere esposti, per la pubblica consultazione, le tariffe del servizio, l'elenco degli spazi destinati alle pubbliche affissioni con l'indicazione delle categorie alle quali detti spazi appartengono ed il registro cronologico delle commissioni.

ART. 32 – AFFISSIONI URGENTI, FESTIVE E NOTTURNE

Per le affissioni richieste per il giorno in cui è stato consegnato il materiale da affiggere od entro i due giorni successivi, se trattasi di affissioni di contenuto commerciale, ovvero per le ore notturne dalle ore venti alle ore sette o nei giorni festivi, è dovuta la maggiorazione del 10% del diritto, con un minimo di €.25,80 per ciascuna commissione.

ART. 33 – CONTENZIOSO E PROCEDIMENTO ESECUTIVO

Per il procedimento esecutivo e per il contenzioso si applicano rispettivamente le disposizioni di cui agli articoli 17, 18 e 20 del presente regolamento.

TITOLO IV – SANZIONI TRIBUTARIE, AMMINISTRATIVE E INTERESSI

ART. 34 – SANZIONI TRIBUTARIE

1. Per l'omessa tardiva o infedele presentazione della dichiarazione di cui all'art. 15, si applica, oltre al pagamento dell'imposta o del diritto dovuto, una soprattassa pari all'ammontare dell'imposta o del diritto evaso.
2. Per l'omesso o tardivo pagamento dell'imposta o delle singole rate di essa o del diritto è dovuta, indipendentemente da quella di cui al comma 1, una soprattassa pari al 20% dell'imposta o del diritto il cui pagamento è stato omesso o ritardato.
3. Le soprattasse previste dai precedenti commi sono ridotte ad $\frac{1}{4}$ se la dichiarazione è prodotta o il pagamento viene eseguito non oltre trenta giorni dalla data in cui avrebbero dovuto essere effettuati, ovvero alla metà se il pagamento viene eseguito entro sessanta giorni dalla notifica dell'avviso di accertamento.

ART. 35 – INTERESSI

Sulle somme dovute per l'imposta sulla pubblicità, per il diritto sulle pubbliche affissioni e per le relative soprattasse si applicano interessi di mora nella misura del 7% per ogni semestre compiuto, a decorrere dal giorno in cui detti importi sono divenuti esigibili.

Interessi nella stessa misura spettano al contribuente per le somme ad esso dovute a qualsiasi titolo a decorrere dalla data dell'eseguito pagamento.

ART. 36 – SANZIONI AMMINISTRATIVE

1. Il comune è tenuto a vigilare sulla corretta osservanza delle disposizioni legislative e regolamentari riguardanti l'effettuazione della pubblicità, alle violazioni di dette disposizioni conseguono sanzioni amministrative per la cui applicazione si osservano le norme contenute nelle sezioni I e II, del capo , della legge 24 novembre 1981, N. 689, salvo quanto previsto nei successivi commi.
2. Per le violazioni delle norme regolamentari stabilite dal comune in esecuzione del presente capo nonché di quelle contenute nei provvedimenti relativi all'installazione degli impianti, si applica la sanzione da Lire duecentomila a Lire duemilioni con notificazione agli interessati, entro 150 giorni dall'accertamento, degli estremi delle violazioni riportati in apposito verbale. Il comune

dispone altresì la rimozione degli impianti pubblicitari abusivi facendone menzione nel suddetto verbale; in caso di inottemperanza all'ordine di rimozione entro il termine stabilito, il comune provvede d'ufficio, addebitando ai responsabili le spese sostenute.

3. Il Comune, o il concessionario del servizio, può effettuare, indipendentemente dalla procedura di rimozione degli impianti e dall'applicazione delle sanzioni di cui al comma 2, la immediata copertura della pubblicità abusiva, in modo che sia privata di efficacia pubblicitaria, ovvero la rimozione delle affissioni abusive, con successiva notifica di apposito avviso secondo le modalità previste dall'Art. 18.
4. I mezzi pubblicitari esposti abusivamente possono, con ordinanza del sindaco, essere sequestrati a garanzia del pagamento delle spese di rimozione e di custodia, nonchè dell'imposta e dell'ammontare delle relative soprattasse ed interessi; nella medesima ordinanza deve essere stabilito un termine entro il quale gli interessati possono chiedere la restituzione del materiale sequestrato previo versamento di una congrua cauzione stabilita nell'ordinanza stessa.
5. I proventi delle sanzioni amministrative sono devoluti al Comune e destinati al potenziamento ed al miglioramento del servizio e dell'impiantistica comunale, nonchè alla redazione e all'aggiornamento del piano generale degli impianti pubblicitari di cui all'art. 3.3 del D. Leg.vo 507/1993.

TITOLO V – PIANO GENERALE DEGLI IMPIANTI

ART. 37 – OGGETTO

1. Il presente titolo disciplina il piano generale degli impianti del comune nonchè le modalità per l'installazione ed esposizione dei mezzi pubblicitari e del rilascio della relativa autorizzazione comunale.

ART. 38 – IMPIANTI PUBBLICITARI – CARATTERISTICHE, TIPOLOGIA E QUANTITA' IMPIANTI

1. In sede prima applicazione la giunta comunale, sentito il parere della commissione edilizia su indicazione della commissione commercio, provvederà entro il termine di 120 giorni dalla data di entrata in vigore del presente regolamento ad approvare il piano generale degli impianti pubblicitari.
2. Nel periodo transitorio le caratteristiche e la tipologia degli impianti pubblicitari sono regolati come segue:
 - Devono rispettare le prescrizioni del Titolo II, Capo I del Codice della Strada previsto dal Decreto. Leg.vo 30 aprile 1992 N. 285 così come modificato dal D. Leg.vo 10 settembre 1993 N. 360 ed in particolare dall'art. 23, nonchè le ulteriori prescrizioni previste dal TITOLO II Capo I, Paragrafo 3 del D.P.R. 16 dicembre 1992 N. 495 riguardante il regolamento di esecuzione di attuazione del nuovo Codice della strada.
 - Ai sensi dell'art. 23, comma 6, del D. Leg.vo 10 settembre 1993 N. 360, l'organo tecnico comunale, in sede di esame delle richieste di installazione di mezzi pubblicitari, potrà prevedere deroghe alle norme relative alle distanze minime per il posizionamento dei cartelli e degli altri mezzi pubblicitari nel rispetto delle esigenze di sicurezza della circolazione stradale e per ragioni di interesse generale e di ordine tecnico.
 - Saranno comunque rispettati i limiti, se più favorevoli, previsti nel regolamento edilizio e di polizia urbana.
 - Le insegne a bandiera dovranno essere collocate ad un'altezza non superiore a mt. 3,50 dal piano stradale.

ART. 39 – RICHIESTA DI AUTORIZZAZIONE

- 1) Chiunque intenda installare nel territorio comunale impianti pubblicitari deve inoltrare apposita richiesta al Sindaco.
- 2) La richiesta di autorizzazione, in carta legale, deve contenere:
 - A) L'indicazione delle generalità, della residenza, del codice fiscale del richiedente se persona fisica; della ragione sociale, sede legale, codice fiscale della ditta o persona giuridica nonché le generalità e l'indirizzo del rappresentante legale;
 - B) Un elaborato tecnico in scala con l'ubicazione esatta del luogo ove si intende installare l'impianto da cui possa ricavarsi la superficie dell'impianto installato su suolo o soprassuolo pubblico.
 - C) La descrizione tecnica dell'impianto o del tipo di cartello o insegna con l'indicazione se trattasi di mezzo luminoso o illuminato; la descrizione può essere sostituita da un bozzetto a colori del mezzo pubblicitario.
 - D) La documentazione fotografica che chiarisca il punto preciso di installazione in relazione all'ambiente circostante.
- 3) Qualora si intenda installare l'impianto su suolo pubblico, dovrà essere preventivamente richiesta l'apposita concessione di occupazione di suolo prevista dal vigente regolamento per l'applicazione della tassa di occupazione spazi ed aree pubbliche.
- 4) Qualora si intenda installare l'impianto su suolo privato dovrà essere fornita dimostrazione dell'ottenimento o del possesso della disponibilità dell'area o del fabbricato interessato.

ART. 40 – RILASCIO DELL'AUTORIZZAZIONE

1. Entro il termine di 60 giorni dalla presentazione della richiesta verrà rilasciata l'autorizzazione all'installazione oppure verrà data comunicazione motivata del diniego al rilascio.
2. L'ufficio tecnico sottoporrà all'esame della preposta commissione le richieste in ordine cronologico di presentazione.
3. Il termine di cui al comma 1 è sospeso nel caso in cui la commissione inviti il richiedente a produrre ulteriore documentazione.
4. Qualora la pubblicità sia effettuata su spazi ed aree pubbliche appartenenti al demanio o al patrimonio indisponibile del Comune, il pagamento dell'imposta di pubblicità non esclude il pagamento della tassa di occupazione temporanea spazi ed aree pubbliche nonché di eventuali canoni di concessione.
5. L'autorizzazione si intende rilasciata a condizione che il richiedente provveda alla periodica manutenzione del relativo impianto.
6. Conseguentemente il comune ha facoltà di richiedere quei lavori di pulizia, verniciatura e sostituzione e in genere di manutenzione che saranno ritenuti necessari per mantenere i mezzi pubblicitari in buono stato secondo le esigenze del decoro cittadino.
7. In caso di mancata ottemperanza delle suindicate prescrizioni l'autorizzazione si intende revocata senza che l'utente abbia diritto a compensi o indennità di sorta.
8. Nel caso di mancata installazione nel termine di mesi sei, l'autorizzazione si intende revocata .
9. Potrà essere riattivata previa presentazione di nuova istanza nei modi di cui all'art. 39.
10. L'autorizzazione non sostituisce la dichiarazione di cui all'articolo 14 del presente regolamento che deve essere comunque e sempre presentata ai fini dell'assolvimento tributario di cui al TITOLO II°.
11. L'esposizione di mezzi pubblicitari è consentita senza il rilascio della prescritta autorizzazione nei casi di esposizione di targhe professionali di formato non superiore a cm 40x40, di

locandine, targhe o scritte sui veicoli in genere, di pubblicità relativa a vendite e locazione di immobili posta sui fabbricati in vendita, fermo restante l'obbligo dell'assolvimento tributario.

ART. 41 – RIMOZIONE MEZZI PUBBLICITARI O IMPIANTI PER AFFISSIONI DIRETTE

1. Gli impianti pubblicitari installati senza aver inoltrato e/o ottenuto la prevista autorizzazione all'installazione sono abusivi.
2. Sono da ritenersi impianti abusivi anche quegli impianti per i quali si è provveduto alla revoca dell'autorizzazione ai sensi del precedente articolo 40 comma 7.
3. Il comune dispone, mediante ordinanza del Sindaco, la rimozione degli impianti pubblicitari abusivi nonchè la rimozione o lo spostamento di qualsiasi mezzo pubblicitario, di tabelle murali, di stendardi o di impianti destinati alle affissioni dirette in altre posizioni del territorio del comune, quando ciò sia imposto da esigenze estetiche, di servizio o di viabilità, oppure da cause di forza maggiore quali la demolizione o la costruzione di edifici o altre esigenze di interesse pubblico.
4. Nell'ordinanza viene prevista, in caso di inottemperanza all'ordine di rimozione o di spostamento entro il termine assegnato, l'esecuzione d'ufficio, addebitando all'utente le spese relative.
5. Indipendentemente dalla procedura di rimozione degli impianti, il Comune o il concessionario del servizio provvedono alla copertura della pubblicità abusiva o alla defissione o copertura delle affissioni abusive con successiva notifica di apposito avviso con invito all'utente a pagare le spese sostenute per la copertura e/o rimozione o deaffissione.
6. I mezzi o gli impianti abusivi rimossi a cura del comune per inadempienze dell'utente all'ordinanza di rimozione sono sequestrati e custoditi nei depositi comunali a garanzia del pagamento delle spese di rimozione, trasporto e custodia, nonchè del tributo evaso.
7. Nella stessa ordinanza viene stabilito un termine entro il quale gli interessati possono richiedere la restituzione del materiale sequestrato previo pagamento dell'imposta dovuta, delle sanzioni e delle spese sostenute per le operazioni di rimozione o defissione.
8. In mancanza della richiesta di restituzione, si procede alla vendita del materiale stesso tramite l'ufficio economato ed il ricavo viene incamerato dal Comune fino alla concorrenza del proprio credito.
9. Qualora l'ufficio economato non provvede alla vendita per mancanza di acquirenti, lo stesso provvede alla distruzione del materiale sequestrato, redigendo apposito verbale.
10. Qualora non sia possibile identificare il responsabile della pubblicità abusiva, si procede direttamente al sequestro e la relativa ordinanza viene pubblicata all'albo pretorio per 15 giorni.

ART. 42 – LIMITAZIONE ALLA PUBBLICITÀ EFFETTUATA A MEZZO APPARECCHI AMPLIFICATORI

E' consentita, nel territorio comunale, la pubblicità effettuata a mezzo apparecchi amplificatori e simili, secondo quanto stabilito dall'art. 13 del D. Leg.vo 30.04.1992 N. 285, così come modificato al D. Leg.vo 10.09.1993 N. 360 con le seguenti limitazioni:

- A) La pubblicità effettuata in modo da essere percepibile dalle vie o altro luogo pubblico, è vietata dalle ore 20:00 alle ore 8:00.
- B) E' parimenti vietata la pubblicità con apparecchi amplificatori e simili, in prossimità di case di cura e di riposo e, durante le ore di lezione o di cerimonie, in prossimità di scuole pubbliche e di edifici di culto.

- C) L'intensità della voce e dei suoni deve essere in ogni caso attenuata e tale da non arrecare disturbo acustico alle persone.

ART. 43 - IMPIANTI DESTINATI ALLE PUBBLICHE AFFISSIONI

1 – OGGETTO

Rientrano fra gli impianti pubblici, tutti quei manufatti che per caratteristiche strutturali e collocazione, sono destinate alle affissioni di natura istituzionale, sociale e commerciale e vengono gestiti dal Comune, ovvero dal suo concessionario, secondo le norme di cui al D. Leg.vo 15 novembre 1993 N. 507 e del Titolo III del presente regolamento.

2 – CARATTERISTICHE E TIPOLOGIA DEGLI IMPIANTI

- A) Gli impianti, di norma, sono costituiti da strutture metalliche che supportano tabelle aventi dimensioni multiple del modulo di cm 70x100 atte a contenere manifesti, così come definiti dal comma 4 dell'art. 47 del DPR 16 dicembre 1992 N. 495 concernenti il regolamento di attuazione del nuovo codice della strada.
- B) A seconda della loro struttura e dimensione, gli impianti vengono così ripartiti:
- tabelle monofacciali, supportate o meno da pali di sostegno, collocate su posizioni murali o in aderenza a muri o comunque costituite di una sola faccia, posizionate in senso verticale o orizzontale rispetto al piano stradale ed aventi le seguenti dimensioni: Verticali cm70x100, 100x140, 140x200 – Orizzontali cm100x70, 140x100, 200x140
 - Tabelle bifacciali (Stendardi), costituite da tabelle del tipo di cui alla lettera A) supportate da strutture in ferro di sezione adeguata, opportunamente protette da zincatura a caldo, ed i cui pali di sostegno siano ancorati al suolo in modo da assicurare stabilità statica all'impianto.
- C) La distanza del bordo inferiore delle tabelle su pali della banchina stradale non deve superare l'altezza di cm. 100 – Le dimensioni delle singole tabelle sono identiche a quelle monofacciali e precisamente: Tabelle verticali cm. 70x100, 100x140, 140x200 – tabelle orizzontali cm.100x70, 140x100, 200x140.

Impianti grandi formati (Posters):

Vi rientrano quegli impianti normalmente destinati alle affissioni di natura commerciale e possono essere collocati su pareti, ovvero su palificazioni di sezione adeguata e tale da assicurare la stabilità statica al manufatto.

La parte tabellare destinata alle affissioni può raggiungere la dimensione massima di cm. 600x300 e deve essere delimitata, perimetralmente, da cornice non superiore a cm. 15 di altezza..

Detti impianti devono essere costituiti da materiale resistente alle intemperie e possono, all'occorrenza, essere collocati in posizione bifacciale.

3 – QUANTITÀ DEGLI IMPIANTI

La superficie complessiva degli impianti e quella indicata nel precedente articolo 6; essa è interamente posta nella disponibilità del servizio pubblico.

- A) Detta superficie ripartita nelle seguenti fasce di utilizzazione, con indicazione per ciascuna fascia del quantitativo percentuale rispetto alla superficie complessiva:

- 1) Impianti destinati alle affissioni di natura istituzionale:

Vi rientrano tutte le comunicazioni amministrative e sociali effettuate dal Comune, dallo stato, dalle province e dalle regioni o altri enti pubblici (escluso le affissioni elettorali) per un quantitativo pari al20%....% della superficie complessiva di cui all'art. 6;

- 2) Impianti destinati alle affissioni prive di rilevanza economica:

Vi rientrano in particolare gli impianti, localizzati con criteri zonali, destinati all'affissione di necrologi ed ove del caso regolati con opportuno disciplinare per un quantitativo pari al ...10...% della superficie complessiva di cui all'art. 6;

3) Impianti destinati alle affissioni commerciali:

Vi rientrano tutti gli impianti attraverso i quali il servizio pubblico si riserva la collocazione dei manifesti aventi rilevanza economica e per la parte non affidata a soggetti privati per un quantitativo pari al ...70%...della superficie complessiva di cui all'art. 6;

B) Impianti destinati a privati per le affissioni dirette:

in eccedenza alla superficie complessiva di cui alla lettera A) viene disposta l'attribuzione a privati per l'installazione di impianti pubblicitari per l'affissione diretta una superficie massima pari al ...5.....% della superficie obbligatoria prevista dall'art. 18 comma 3 del D. L.vo 507/1993. (5).

4 – IMPIANTI GIÀ INSTALLATI – DISPOSIZIONI IN ADEGUAMENTO

- In sede di prima applicazione la giunta comunale, e sentito il parere della commissione edilizia su indicazione della commissione commercio, provvederà entro il termine di 120 giorni dalla data di entrata in vigore del presente regolamento ad approvare il piano generale degli impianti pubblicitari.
- Nel periodo transitorio vengono confermate le localizzazioni, i quantitativi e le tipologie degli impianti per le affissioni già installate alla data di entrata in vigore del presente regolamento come da allegato "A".
- Ove del caso la giunta comunale disporrà sentito l'organo tecnico competente, le integrazioni necessarie, ovvero le sostituzioni parziali o totali degli impianti onde adeguarli ai quantitativi e destinazioni previsti dal presente regolamento.

(5) – superficie m² 12 per ogni 1000 abitanti

ART. 44 – ALTRE DISPOSIZIONI IN MATERIA DI IMPIANTI AFFISSIONI

1. La Giunta Comunale, su proposta del settore tributi, potrà disporre variazioni alle distribuzioni percentuali di cui al precedente articolo sulla base di riscontrate esigenze del servizio.
Il Piano ha validità triennale a decorrere dalla data di approvazione del presente regolamento.
E' possibile un anticipato adeguamento del piano nel corso della sua vigenza per esigenze del servizio o per altre cause.
In caso di mancato adeguamento alla scadenza del triennio lo stesso piano si intende prorogato per un ulteriore triennio.
2. L'eventuale concessionario del servizio, nell'ambito delle prescrizioni del presente articolo, può proporre alla Giunta Comunale un adeguamento del Piano generale degli impianti per le pubbliche affissioni sulla base delle norme previste dal capitolato d'onori e per motivate esigenze del servizio.
3. La Giunta Comunale adotta la proposta di adeguamento del piano generale degli impianti formulata dal concessionario, con le modifiche ritenute necessarie.

ART. 45 – ASSEGNAZIONE DI SPAZI PER LE AFFISSIONI DIRETTE

1. Ai sensi dell'articolo 3 , del D. Leg.vo 507/93 verrà attribuita a soggetti privati, diversi dal concessionario del pubblico servizio e in forma concessoria, la facoltà di installare impianti per l'effettuazione di affissioni dirette.

La superficie complessiva assegnabile a tale scopo è fissata nel ...5...% della minima superficie prevista dall'art. 18, comma 3, del citato D. Leg.vo 507.(6)

Detta superficie non è compresa in quella complessivamente designata al servizio pubblico secondo il disposto cui al precedente articolo 43, talchè deve considerarsi eccedente la disponibilità pubblica, e riferita esclusivamente agli impianti di grande formato.

Tali impianti devono essere forniti e collocati a cura e spese del privato richiedente nel rispetto di tutte le norme previste per gli impianti pubblicitari e specificate negli artt. 39 e seguenti del presente regolamento.

2. Detti spazi, ove del caso, saranno affidati in concessione ai privati mediante la procedura concorsuale della licitazione previa predisposizione di apposito capitolato d'oneri che preveda la durata della concessione, l'ammontare del deposito cauzionale, l'obbligo del pagamento di un canone di concessione e della tassa di occupazione spazi ed aree pubbliche se collocati, gli impianti, sul suolo pubblico nonchè tutte le disposizioni cautelative con esplicito richiamo alle procedure concernenti le autorizzazioni relative agli impianti pubblicitari.

Sono fatti salvi i diritti nascenti da contratti di concessione in atto.

(6) – superficie m² 12 per ogni 1000 abitanti.

TITOLO VI - NORMA FINALI E TRANSITORIE

ART. 46 – NORME FINALI

- 1) Per tutto quanto non previsto dal presente regolamento si applicano, in materia di imposta comunale sulla pubblicità e di diritto sulle pubbliche affissioni, le disposizioni di cui al capo I del decreto legislativo 15 novembre 1993 N.507.
- 2) Viene contestualmente abrogato il regolamento dell'imposta sulla pubblicità e dei diritti sulle pubbliche affissioni approvato dal consiglio comunale in data con atto

ART. 47 – NORME TRANSITORIE

- 1) I mezzi pubblicitari installati sulla base di autorizzazioni in essere all'entrata in vigore del presente regolamento e non rispondenti alle disposizioni dello stesso, dovranno essere adeguati alla nuova normativa entro 3 anni della sua entrata in vigore a cura e spese del titolare dell'autorizzazione.

In presenza di norme di legge che dispongono diversamente devono essere applicati questi ultimi salvo che la normativa stessa non disponga deroghe al riguardo.

- 2) Fino a quando non risulterà operativo il nuovo piano, si ritengono confermati gli impianti esistenti elencati nell'allegato A)
- 3) Contenzioso (7)

Ove al sorgere delle controversie non dovessero ancora risultare insediate le commissioni provinciali di cui all'articolo 80 del D. Leg.vo 546/1992, è ammesso ricorso in prima istanza alla

direzione regionale delle entrate – sez. Staccata – del ministero delle finanze (ex-intendenza di finanza) e con le modalità di cui all'articolo 24 del soppresso DPR 26 ottobre 1972 N.639.
In seconda istanza è ammesso ricorso, anche da parte del Comune, al Ministero delle finanze solo se l'ammontare del tributo in contestazione sia superiore a L. 300.000 a norma dell'art. 67 comma 7 del D.L. 30 agosto 1993 N. 331 convertito con modificazioni nella Legge 29 ottobre 1993 N. 427.

(7) vedere art. 21