

ALLEGATO ALLA DELIBERA

C.C. N. 71 DEL 29.05.06
IL SEGRETARIO IL PRESIDENTE



COMUNE DELL'AQUILA

REGOLAMENTO COMUNALE CIMP, PUBBLICHE AFFISSIONI E COSAP

TITOLO I

REGOLAMENTO PER L'INSTALLAZIONE DEI MEZZI PUBBLICITARI E DIRITTI SULLE PUBBLICHE AFFISSIONI

CAPO I – DISPOSIZIONI GENERALI

Art. 1 - Ambito e scopo del regolamento

Il presente Regolamento, adottato ai sensi e per gli effetti delle vigenti disposizioni legislative ed in particolare degli artt. 52 e 62 del Decreto Legislativo 15.12.1997, n. 446, sottopone le iniziative pubblicitarie che incidono sull'arredo urbano o sull'ambiente ad un regime autorizzatorio assoggettandole al pagamento di un canone, le cui misure sono basate su una tariffa.

Inoltre, disciplina la gestione del servizio delle pubbliche affissioni e stabilisce le modalità di effettuazione della pubblicità.

Art. 2 - Classificazione delle categorie e maggiorazione.

1) In base alla popolazione residente al 31.12.1997 (n° abitanti 70.294), quale risulta dai dati statistici ufficiali, dalla rilevanza dei flussi turistici presenti nel comune e dalle caratteristiche urbanistiche delle diverse zone del territorio e dell'impatto ambientale, ai fini della determinazione della tariffa le località del Comune di L'Aquila sono suddivise in due categorie: categoria speciale e categoria normale.

2) Appartengono alla categoria speciale le località sottoindicate:

a) Zona Centro Storico comprendente il territorio interno alla seguente perimetrazione:

- Via XX Settembre - Viale Francesco Crispi - Viale XXIV Maggio - Viale Collemaggio - Via Caldora - Via Strinella - Viale della Croce Rossa - Via Corrado IV.

b) Zone di Accesso alla Città individuate nella lunghezza delle seguenti strade:

- Via Beato Cesidio - l'intero tratto di Via Corrado IV - Via Filomusi Guelfi - Piazzale della Stazione - Viale della Stazione – S.S. 80 (fino al Km 4+480) – S.S.17 OVEST loc. Centi Colella (fino al Km 31+440).

Inoltre, appartengono alla categoria speciale i luoghi pubblici o aperti al pubblico, anche se occasionalmente, ai quali si accede, con o senza biglietto d'ingresso, dalle suddette località. Le località inserite nella categoria speciale sono state individuate in relazione alla loro importanza, dislocazione e interconnessione con particolari attività economiche la cui superficie complessiva non può superare il 35 per cento di quella del centro abitato, come delimitato ai sensi dell'art. 4 del decreto legislativo 30 aprile 1992, n. 285; in ogni caso la superficie degli impianti per le pubbliche affissioni installati in categoria speciale non potrà essere superiore alla metà di quella complessiva.

3) Alla categoria speciale è applicata la maggiorazione del centocinquanta per cento (150%) della tariffa normale con riguardo alle esposizioni pubblicitarie ed alle affissioni aventi carattere commerciale.

4) Tenendo conto, altresì, della rilevanza massima dei flussi turistici presenti nel Comune di L'Aquila, ai sensi del punto d), del D.Lgs. 446/97, la determinazione delle tariffe riferite alla pubblicità, di cui all'art. 20, del presente Regolamento e precisamente del punto A), comma 2; del punto C), comma 2), 3), 4), 5) e dell'intero punto D) sono aumentate del 50% per i seguenti periodi dell'anno: - dal 10/7 al 7/9; dal 23/12 al

6/1; dal Lunedì antecedente di Pasqua al Martedì successivo.

5) Appartiene alla categoria normale la restante parte del territorio comunale non compresa nella categoria speciale di cui al comma 2).

Art. 3 - Gestione del Servizio Affissioni.

1) Il Comune di L'Aquila gestisce direttamente il servizio per l'accertamento e la riscossione del canone sulla pubblicità, nonché il servizio delle pubbliche affissioni, inteso, questo, non solo a garantire in maniera specifica l'affissione, a cura del Comune, in appositi impianti a ciò destinati, di manifesti di qualunque materiale costituiti, contenenti comunicazioni aventi finalità istituzionali, sociali o comunque prive di rilevanza economica, ma anche a garantire, se richiesta, l'affissione di messaggi diffusi nell'esercizio di attività economiche, aventi le caratteristiche della pubblicità commerciale propriamente detta.

2) Ferma restando la titolarità in testa al Comune della gestione del servizio delle pubbliche affissioni, la materiale affissione (attacchinaggio) e defissione dei manifesti, degli avvisi e simili, nonché l'installazione, la manutenzione e la cura dei relativi impianti possono essere affidate, mediante regolare gara, a soggetti abilitati, estranei all'Amministrazione comunale, i quali, limitandosi ad una mera prestazione d'opera nell'espletamento del mandato dovranno attenersi alle direttive operative esplicitate nella relativa gara d'appalto o impartite dal Comune.

Art. 4 - Attribuzioni del personale addetto.

1) Il personale comunale addetto alla gestione del servizio pubbliche affissioni esercita anche compiti di controllo sull'esecuzione della pubblicità e delle affissioni private, oltre alla vigilanza sull'assolvimento dei relativi adempimenti tributari ed extratributari.

2) Gli addetti, di cui al precedente comma 1), sono muniti di apposito documento di riconoscimento rilasciato dal Sindaco e, nei limiti del servizio cui sono destinati, sono autorizzati ad eseguire sopralluoghi e verifiche nei luoghi pubblici o aperti al pubblico; inoltre, sono autorizzati ad accertare le infrazioni alle disposizioni dei Regolamenti comunali comunque attinenti alla pubblicità e le affissioni secondo le modalità stabilite dalla legge.

Art. 5 - Data di presentazione degli atti

1) La data di presentazione di qualsiasi atto riguardante la materia di cui al presente Regolamento è quella di assunzione dell'atto medesimo al protocollo del servizio.

2) Il comma 1 si applica anche per gli atti trasmessi per mezzo del servizio postale, fatti salvi i casi in cui, per espressa previsione legislativa, sia riconosciuta valida la data di consegna apposta sull'atto dall'ufficio postale.

CAPO II – IMPIANTI PER LA PUBBLICITA' E PER LE AFFISSIONI

Art. 6 - Tipologia e quantità degli impianti pubblicitari.

1) Agli effetti del presente capo, s'intendono impianti pubblicitari non solo quelli definiti nell'art. 47, del D.P.R. 16 dicembre 1992, n. 495, ("Regolamento di esecuzione e di attuazione del nuovo codice della strada"), ma anche quelli di cui all'allegato "A", rientrati in tipologie di impianto pubblicitario, riconducibili a quelle sinteticamente descritte dal citato art. 47 e dall'allegato n. 2 del presente Regolamento. Si definiscono altresì, con il presente Regolamento le norme e le direttive di cui agli artt. 49, 50, 51 e 52 del già citato D.P.R. 495/92, nell'ambito di competenza del Comune dell'Aquila.

2) La tipologia degli impianti pubblicitari da esporre nel territorio comunale deve essere conforme a quella già esistente; impianti speciali non riconducibili alle tipologie esistenti saranno oggetto di valutazione, da

parte dell'ufficio competente, di volta in volta, comunque saranno esclusi dalla superficie complessiva di cui ai successivi commi.

3) La superficie complessiva dei mezzi pubblicitari sugli spazi e sulle aree pubbliche che il centro abitato può contenere è determinata, in via di massima, nella misura di 200 metri quadrati per ogni mille abitanti sulla base della popolazione residente al 31.12.1997.

4) Nella superficie complessiva di cui al comma precedente non sono comprese le insegne d'esercizio, le vetrine, le tende, le targhe collocate sui luoghi o pertinenze in cui si esercita l'attività pubblicizzata, le forme di pubblicità temporanea, nonché, quella sui veicoli privati e pubblici.

5) La superficie complessiva indicata al comma 3), deve essere annualmente adeguata in rapporto alla variazione del numero di abitanti.

Art. 7 - Ripartizione degli impianti

1) La superficie complessiva degli impianti per le pubbliche affissioni è destinata per il 20% alle affissioni di natura istituzionale, sociale o comunque prive di rilevanza economica da individuare con apposito contrassegno e per lo 80% alle affissioni di natura commerciale svolte dal servizio delle pubbliche affissioni.

2) La superficie complessiva degli impianti da attribuire a soggetti privati per l'effettuazione delle affissioni dirette non può superare il 50% della superficie degli impianti pubblici di cui al comma 1).

Art. 8 - Norme generali

1) La distribuzione degli impianti su tutto il territorio comunale, con riguardo alle esigenze di carattere sociale, deve garantire una copertura omogenea, la distribuzione deve essere effettuata nel rispetto per la tutela dell'ambiente, della circolazione pubblica e privata, veicolare e pedonale, del traffico.

2) Tutti i manufatti finalizzati alla pubblicità definiti dall'art. 47, del D.P.R. 16 dicembre 1992, n. 495, la cui installazione è disciplinata dal Regolamento dell'Arredo Urbano, sono inseriti nel contesto delle caratteristiche urbanistiche del territorio comunale nel rispetto dell'ambiente.

Art. 9 - Impianti privati per affissioni dirette

1) Nel rispetto della tipologia e della quantità degli impianti pubblicitari di cui al precedente art. 7, nel pieno rispetto di quanto previsto all'art. 8, la Giunta Comunale può concedere a privati, mediante svolgimento di specifica gara, la possibilità di collocare sul territorio comunale impianti pubblicitari per l'affissione diretta di manifesti e simili.

2) La concessione è disciplinata da un'apposita convenzione, nella quale dovranno essere precisati il numero e l'ubicazione degli impianti da installare, la durata della concessione ed il relativo canone annuo dovuto al Comune, nonché tutte le altre condizioni necessarie per un corretto rapporto (a titolo esemplificativo: spese, modalità e tempi di installazione; manutenzione, responsabilità per eventuali danni; rinnovo e revoca della concessione e simili).

Art. 10 - Autorizzazioni

1) L'effettuazione della pubblicità, comunque richiedente l'installazione o collocazione di appositi mezzi, è sempre subordinata alla preventiva autorizzazione comunale, richiesta su apposito modulo, predisposto dal Comune e corredata dalla documentazione prescritta dal modello la pubblicità medesima sia esente da canone per l'installazione mezzi pubblicitari. Per le autorizzazioni relative alla installazione di striscioni, stendardi, bandiere e festoni, nonché palloni frenati e simili, elementi gonfiati sia ad aria fredda che ad aria calda, le domande devono essere presentate almeno 15 giorni prima dell'inizio della **attività pubblicitaria**, **in bollo**, su apposito modulo, predisposto dal Comune e corredata dalla documentazione prescritta dal

modello anche nel caso in cui la pubblicità medesima sia esente da imposta.

2) Per tutte le forme di pubblicità, da eseguirsi in forma temporanea, le domande per l'autorizzazione devono essere redatto, in duplice copia, sull'apposito modulo predisposto dal Comune (Allegato n. 4). E' consentita la pubblicità temporanea per la durata massima di tre mesi che potrà essere rinnovata per lo stesso periodo una volta sola. Le altre eventuali richieste, per lo stesso tipo di pubblicità, non potranno essere ripresentate se non dopo sei mesi dalla scadenza della precedente autorizzazione.

Per la pubblicità sonora il Servizio Pubbliche Affissioni comunica al comando dei VV.UU. il giorno della relativa esecuzione, fermo restando quanto previsto dal successivo art. 14, comma 1.

La pubblicità temporanea, effettuata con veicoli di qualsiasi specie, oltre che al pagamento previsto con le modalità di cui al successivo art. 20, comma B, punto 3) è subordinata alla preventiva autorizzazione comunale da richiedere su apposito modulo predisposto dal Comune.

3) L'autorizzazione comunale è implicita nell'attestazione dell'avvenuto pagamento nei casi di:

a) pubblicità temporanea, visiva e/o acustica, effettuata all'interno dei luoghi aperti al pubblico spettacolo, degli esercizi pubblici in genere, delle stazioni ferroviarie, degli stadi e degli impianti sportivi e nel perimetro interno delle stazioni di distribuzione del carburante;

b) pubblicità permanente effettuata con veicoli di qualsiasi specie.

4) L'autorizzazione al posizionamento dei mezzi pubblicitari fuori dei centri abitati, lungo le strade ed in vista di esse, è rilasciata dagli enti proprietari delle strade con le procedure di cui all'art. 53 del D.P.R. 16 dicembre 1993 n. 495. Il Comune, al pari degli altri enti, deve attenersi alle specifiche disposizioni in materia, per le strade di propria competenza.

5) I mezzi pubblicitari, che sono oggetto di concessioni in uso delle proprietà di Enti o di Aziende partecipate al Comune (a titolo esemplificativo e non esaustivo si citano le autoveature del pubblico trasporto, gli indicatori di fermata e le pensiline per il ricovero passeggeri dell'Azienda Municipalizzata), vengono disciplinati nei singoli atti di concessione, alla formazione dei quali il Comune prende parte per la preventiva autorizzazione sull'ubicazione, sulla tipologia e quantità degli impianti. Le eventuali variazioni dei mezzi pubblicitari necessitano della stessa preventiva autorizzazione.

6) E' soggetta all'autorizzazione comunale anche l'attività pubblicitaria di cui all'art. 14, comma 4 del D.L. 1° luglio 1986, n. 318, convertito, con modificazione, con la Legge 9 agosto 1986, n.488.

7) Le autorizzazioni sono comunque rilasciate facendo salvi eventuali diritti di terzi.

8) Il contribuente s'intende espressamente obbligato, senza eccezioni o limiti di sorta, esclusa qualsiasi rivalsa nei confronti del Comune anche sotto forma di ripetizione di canoni, a manlevare e tenere indenne il Comune da qualsiasi azione, pretesa, richiesta che comunque e da chiunque, in qualsiasi tempo e sede, per qualsiasi causa e titolo, potesse nei confronti del Comune avanzarsi in relazione, connessione, dipendenza, sia diretta che indiretta, alla concessione, all'autorizzazione, alla pubblicità, agli impianti pubblicitari.

9) Per tutte le forme di pubblicità da eseguirsi in forma temporanea, l'autorizzazione potrà essere negata sia per cause di pubblico interesse, in particolare di natura estetica, panoramica ed ambientale, nonché per ricorrenti e documentate inadempienze e/o irregolarità commesse dal richiedente, salvo sopravvenuta e documentata regolarizzazione.

Art. 11 - Dichiarazione di pubblicità

1) Chi dispone, a qualsiasi titolo, del mezzo, mediante il quale il messaggio pubblicitario è diffuso è obbligato al pagamento del canone pubblicitario e, ove dovuto, del canone relativo all'occupazione di suolo

pubblico. Oltre a munirsi della preventiva autorizzazione comunale, deve far pervenire al Comune un'apposita dichiarazione, redatta su un apposito modello predisposto dal Comune stesso, nella quale devono essere indicate le caratteristiche, la durata e l'ubicazione dei mezzi pubblicitari utilizzati. Alla dichiarazione deve essere tassativamente allegata l'attestazione del pagamento eseguito.

- 2) La dichiarazione della pubblicità annuale ha effetto anche per gli anni successivi, purchè non si verifichino modificazioni degli elementi dichiarati cui consegua un diverso ammontare del canone dovuto; la pubblicità annuale s'intende prorogata con il pagamento del relativo canone entro il **31 marzo** dell'anno di riferimento, sempre che non venga presentata denuncia di cessazione entro il 31.12 dell'anno precedente. In mancanza della denuncia di cessazione, l'obbligazione si rinnova ed, in caso di omesso o ritardato pagamento si applicano le sanzioni previste. Per la pubblicità annuale il canone può essere corrisposto in tre rate trimestrali anticipate a partire dal 31 marzo, qualora l'ammontare complessivo di ogni singola dichiarazione sia superiore ad € 1.500,00.

3) Non costituisce nuova pubblicità il trasferimento da un luogo all'altro del mezzo pubblicitario già tassato, fatto salvo il diritto del Comune alla maggiorazione per categoria speciale se spettante.

4) Il modulo di dichiarazione deve essere compilato in ogni sua parte e deve contenere tutti i dati richiesti dal modulo stesso.

5) La dichiarazione deve essere presentata direttamente al Settore Economico Finanziario, il quale, se richiesto, ne rilascia ricevuta. Può anche essere spedita tramite posta; in tal caso è da considerarsi tempestiva soltanto se sarà pervenuta al Comune prima dell'inizio della pubblicità.

Art. 12 - Collocazione dei mezzi pubblicitari

1) La materiale installazione dei mezzi pubblicitari aggiudicati con gara pubblica ovvero autorizzati sia sul centro abitato che sulla proprietà privata (insegne, bandiere orizzontali o verticali, impianti infissi nel terreno o collocati anche su pareti e muri), deve essere preceduta da un verbale in contraddittorio tra il personale comunale e l'intestatario del titolo o suo delegato con atto scritto, da redigersi entro 7 giorni dalla richiesta dell'intestatario del titolo, fatte salve le diverse procedure previste dal D.P.R. 495/92 per la collocazione dei mezzi fuori del centro abitato.

2) Prima dell'installazione, deve essere esibita al personale comunale la copia del contratto o dell'autorizzazione, pena l'improcedibilità.

3) Il verbale, relativo agli impianti di proprietà comunale o agli spazi pubblici aggiudicati con gara, produce l'effetto della consegna del bene o dell'area. Pertanto, dalla data del verbale, il consegnatario si assume la responsabilità della detenzione.

4) Qualunque mezzo pubblicitario deve recare gli elementi di identificazione di colui che ne dispone. Gli impianti, infissi sul terreno e sulle pareti e mura - escluse insegne e le altre forme di pubblicità non considerate nel computo della superficie complessiva - devono riportare un'apposita targhetta metallica facilmente leggibile ed accessibile. La targhetta deve contenere: - con caratteri incisi - gli estremi del contratto, della concessione o dell'autorizzazione, del contraente o dell'intestatario dell'autorizzazione. La targhetta di identificazione è fissata e mantenuta a cura e spese del titolare del contratto o dell'autorizzazione, deve essere conforme all'Allegato n. 3.

5) Gli impianti di proprietà comunale, eventualmente dati in affitto, devono recare un numero progressivo cui corrisponde una scheda, tenuta dal Servizio Affissioni e Pubblicità, nella quale sono riportati gli estremi

del contratto e del contraente, la decorrenza e la scadenza dell'affitto, l'ubicazione e le caratteristiche del mezzo pubblicitario.

6) Sono a totale ed esclusivo carico dell'intestatario del contratto, della concessione o dell'autorizzazione, la messa in opera, comprese le armature, la manutenzione ordinaria e straordinaria, il ripristino delle pareti e loro tinteggiatura, gli spostamenti e le rimozioni il risarcimento dei danni alle persone ed alle cose direttamente o indirettamente provocati dai mezzi pubblicitari- ed il ristoro del pregiudizio derivato a terzi dall'oggetto della pubblicità.

Art. 13 - Rimozione

Il Comune procede alla rimozione dei mezzi pubblicitari privi della prescritta autorizzazione, o installati in difformità della stessa, o per i quali non sia stato effettuato il pagamento del relativo canone, nonché all'immediata copertura della pubblicità con essi effettuata, mediante contestuale processo verbale di contestazione redatto da competente pubblico ufficiale. Resta ferma l'applicazione delle sanzioni amministrative pecuniarie di cui all'art. 23 del D.Lgs. 30.4.1992 n. 285 ovvero se non comminabili, di quelle stabilite dall'art. 24, comma 2, del D.Lgs. 15.11.1993 n. 507. Per l'applicazione delle sanzioni, di cui al presente comma, si osservano le disposizioni contenute nel Capo I del titolo VI del citato D.Lgs. n. 285/92 e successive modificazioni ed integrazioni.

Nel caso in cui il mezzo pubblicitario abusivo rechi un grave pregiudizio od un imminente pericolo di danno a persone o cose, ovvero sia di ostacolo alla normale e regolare circolazione dei veicoli e dei pedoni, il Comune può disporre la rimozione d'autorità senza necessità di contestazione al trasgressore.

Il presente Regolamento stabilisce nell'anticipata rimozione che:

1) Nel caso di rimozione del mezzo pubblicitario, ordinata dall'Amministrazione Comunale prima della scadenza del termine stabilito nell'atto di autorizzazione, il titolare di esso avrà diritto unicamente al rimborso della quota d'imposta corrispondente al periodo di mancato godimento, escluso ogni rimborso, compenso o indennità, ovvero la differenza con quanto stabilito dai successivi commi.

2) Il mezzo pubblicitario rimosso d'autorità è depositato in appositi locali dell'Amministrazione. Le spese sostenute, dal Comune per la rimozione e per il deposito, sono addebitate ai responsabili della violazione. Le spese di deposito sono determinate in ragione di lire mille giornaliere per ogni metro quadrato di superficie dell'impianto pubblicitario. Le frazioni inferiori al mezzo metro quadrato si arrotondano per difetto, mentre quelle pari o superiori per eccesso.

3) Il Comune addebiterà ai responsabili le spese sostenute per la rimozione che dovrà riguardare anche gli eventuali sostegni o supporti e comprendere il ripristino alla forma preesistente della sede del manufatto.

4) Ove l'interessato non ottempererà all'ordine di rimozione della pubblicità, nei termini stabiliti, l'impianto pubblicitario verrà considerato abusivo ad ogni effetto e saranno adottati i provvedimenti di legge.

Art. 14 - Divieti - limitazioni-agevolazioni

1) La pubblicità sonora è vietata nel centro storico e nelle piazze e strade adiacenti agli ospedali, casa di cura e simili salvo i casi previsti dalla Legge.

E' altresì vietata nel centro storico, la pubblicità a mezzo esposizione di striscioni, distribuzione e lancio di materiale pubblicitario nei luoghi pubblici.

Per quanto riguarda la pubblicità con striscioni o altri mezzi pubblicitari similari il periodo di esposizione non può essere superiore a quello prescritto dall'art. 51, comma 10 del D.P.R. 495/92. La relativa installazione deve effettuarsi su posizioni prefissate e preventivamente autorizzate (con esclusione di alberi e pali elettrici).

2) Eventuali deroghe ai divieti che precedono potranno essere accordate, con apposito provvedimento del

Sindaco o del suo Delegato per manifestazioni di grossa rilevanza culturale e sportiva..

3) Pubblicità su veicoli: sulle autovetture ad uso privato è consentita unicamente l'apposizione del marchio e della ragione sociale della ditta cui il veicolo appartiene (art. 57, 1° comma D.P.R. 495/92). E' vietata qualunque forma di pubblicità luminosa all'interno dei veicoli (art. 57, 7° comma D.P.R. 495/92). La pubblicità non luminosa viene normata dal secondo e terzo comma dell'art. 57 del D.P.R. 495/92. L'apposizione di scritte e messaggi pubblicitari rifrangenti è regolata dal già citato art. 57 comma quattro.

4) La pubblicità a mezzo di aeromobili è consentita in occasione di manifestazioni sportive. In altre occasioni, oltre che autorizzata, dovrà anche essere disciplinata dall'Amministrazione Comunale.

5) Pubblicità commerciale e propaganda politica mediante distribuzione e allocazione di volantini e altro materiale pubblicitario: a) è vietato il lancio;

b) distribuzione capillare e allocazione sulle autovetture possono essere effettuate, previa autorizzazione del Sindaco, o suo delegato, che stabilirà anche giorni, orari e luoghi in cui poter operare.

c) il comma b) precedente è riferito a tutto il materiale cartaceo che non rientri nell'esenzione da tributi ex art. 5, comma 2, D.Lgs. 507/93;

d) a tutela del diritto inalienabile della libertà di espressione è libera, entro i limiti stabiliti dalla legge, la diffusione e la distribuzione di volantini e altro materiale stampato ricadente nelle caratteristiche individuate dal legislatore nell'art. 5 del D. Lgs. 507/93.

Art. 15 - Pubblicità effettuata in difformità a leggi e regolamenti

1) Il pagamento del canone sulla pubblicità è comunque dovuto per il solo fatto che la pubblicità stessa venga effettuata, anche in difformità a leggi o regolamenti.

2) L'avvenuto pagamento non esime il soggetto interessato dall'obbligo di premunirsi di tutti i permessi, autorizzazioni o concessioni, relativi alla effettuazione della pubblicità, qualunque sia la manifestazione pubblicitaria.

3) Il Comune, nell'esercizio della facoltà di controllo, può provvedere in qualsiasi momento a rimuovere il materiale abusivo con le modalità indicate dall'art. 13 del presente Regolamento.

Art. 16 - Materiale pubblicitario abusivo

1) Sono considerate abusive le varie forme di pubblicità esposte senza la prescritta autorizzazione preventiva, ovvero risultanti non conformi alle condizioni stabilite sia per forma, contenuto, dimensioni, sistemazione ed ubicazione, nonché le affissioni eseguite fuori dei luoghi a ciò destinati ed approvati dal Comune.

2) Similmente è considerata abusiva ogni variazione non autorizzata, apportata alla pubblicità in opera.

3) Sono, altresì, considerate abusive le pubblicità e le affissioni per le quali siano state omesse le prescritte dichiarazioni ed i dovuti pagamenti.

4) Nel caso di esposizione di materiale pubblicitario abusivo di cui al presente articolo, c'è equiparazione, ai soli fini del pagamento del canone, dei mezzi pubblicitari installati senza la preventiva autorizzazione a quelli autorizzati e previsione per l'installazione dei mezzi pubblicitari non autorizzati di sanzioni amministrative pecuniarie di importo doppio della stessa tariffa.

Ciò vale anche nel caso in cui alla regolare denuncia di cessazione non consegua l'effettiva rimozione del mezzo pubblicitario entro il termine prescritto.

Art. 17 - Pubblicità effettuata su spazi comunali

1) Qualora la pubblicità sia effettuata su impianti installati su beni di proprietà comunale o dati in godimento al Comune, ovvero su beni appartenenti al demanio comunale, la corresponsione del relativo canone pubblicitario non esclude il pagamento di eventuali canoni di affitto o di concessione, né l'applicazione della tassa per la occupazione di spazi ed aree pubbliche.

2) Le aggiudicazioni di impianti di proprietà comunale e degli spazi pubblici avvengono per scelta derivante dall'esito di una procedura concorsuale. Il procedimento di individuazione del contraente viene svolto sulla base della normativa vigente in materia.

3) Il canone di affitto o concessione è determinato con deliberazione della Giunta Comunale sempreché non sopravvenga nelle more la perdita dei requisiti, viene stipulato il contratto di affitto o di concessione, le cui spese sono a totale carico dell'assegnatario. A garanzia dell'esatto e puntuale adempimento dei propri obblighi, il contraente deve costituire, prima di sottoscrivere il contratto, una congrua cauzione.

4) Il rapporto di affitto o concessione ha la durata di cinque anni, fatti salvi termini diversi di volta in volta stabiliti dal Comune in sede di bando di gara.

Per la sopravvenienza di una superiore esigenza di pubblico interesse, il Comune si riserva, in qualsiasi momento, il potere di ordinare la rimozione, procedendo alla disposizione di revoca, ovvero, laddove risulti possibile, lo spostamento degli impianti pubblicitari, senza che il contraente abbia diritto a pretese di alcun genere, ad eccezione del rispettivo diritto al rimborso del pagamento del periodo di mancato uso del mezzo ed all'eventuale conguaglio.

5) La vigenza del rapporto contrattuale è subordinata alla permanenza dei requisiti prescritti per la partecipazione alla gara ed a tutte le altre condizioni stabilite dal contratto.

Costituiscono cause di decadenza di diritto del contratto la contestazione definitiva di almeno tre violazioni degli obblighi contrattuali.

6) Intervenuta la scadenza naturale od anticipata del contratto, il Comune può decidere di procedere alla riassegnazione degli impianti di proprietà comunale mediante un nuovo procedimento concorsuale.

7) Alle autorizzazioni si applicano, per quanto compatibili, le norme sui contratti di affitto o di concessione.

CAPO III – CANONE PER L'INSTALLAZIONE DEI MEZZI PUBBLICITARI

Art. 18 - Istituzione del canone

Il Comune di L'Aquila, avvalendosi della facoltà di cui della Legge 662/1996 e secondo quanto disposto dall'art. 62 del D.Lgs.446/1997, assoggetta a far tempo dall'1.1.1999 le iniziative pubblicitarie al pagamento di un canone.

Art. 19 - Criteri applicativi

1) Costituisce forma pubblicitaria, come tale da assoggettare al canone, ogni iniziativa pubblicitaria incidente sull'arredo urbano e sull'ambiente ai sensi dell'art. 62 del D.Lgs. n. 446/97.

2) Modalità di applicazione del canone:

a) costituiscono separati ed autonomi mezzi pubblicitari i riquadri installati in un unico pannello e indicanti ciascuno messaggi diversi, nonché le insegne e frecce segnaletiche riguardanti diversi soggetti, collocate su un unico mezzo di supporto nonché gli altri mezzi similari;

b) ai fini della commisurazione della superficie complessiva dei mezzi polifacciali adibita alla pubblicità, si rilevano tutte le facce che compongono tali mezzi, anche se esse riproducono lo stesso messaggio pubblicitario;

- c) è considerata unico mezzo pubblicitario di cui all'art. 7, comma 1, del D.Lgs. n.507/93 e, come tale, da assoggettare al canone in base alla superficie della minima figura piana geometrica che comprende, anche l'iscrizione pubblicitaria costituita da separate lettere applicate a notevole distanza le une dalle altre, oppure costituita da più moduli componibili;
- d) se la forma del mezzo pubblicitario è tale da non potere essere contenuta in una unica figura piana geometrica, per il calcolo della superficie si procede alla scomposizione di tale mezzo nelle varie figure geometriche regolari che insieme lo contengono, sommando poi le rispettive superfici.
- e) qualora tra mezzo utilizzato e finalità pubblicitaria non vi sia completa identificazione, solo la superficie occupata dal messaggio deve essere considerata ai fini della determinazione del canone.
- f) Le superfici inferiori ad un metro quadrato si arrotondano per eccesso al metro quadrato e le frazioni di esso, oltre il primo, al mezzo metro quadrato; non si fa luogo alla applicazione del canone per superfici inferiori a trecento centimetri quadrati.

3) Pagamento del canone:

- a) l'attestazione del pagamento del canone effettuato a titolo di tacita proroga della pubblicità annuale, deve essere conservata dal contribuente per almeno tre anni ed essere esibita a richiesta del Comune;
- b) il contribuente è tenuto a comunicare al Comune l'intendimento di voler corrispondere il canone, ricorrendone le condizioni, in rate trimestrali anticipate. Il ritardato o mancato pagamento di una sola rata fa decadere il diritto del contribuente al pagamento rateale;
- c) la restituzione di somme versate e riconosciute non dovute è disposta dal funzionario responsabile, designato dalla Giunta, con atto controfirmato anche dal Dirigente di Settore.

Art. 20 - Definizione di canone e determinazione delle relative tariffe

Definizione del canone - Il canone costituisce il corrispettivo d'uso per l'installazione del mezzo pubblicitario.

A) Pubblicità ordinaria

La misura della tariffa è per metri quadrati di superficie, per ampiezza totale del messaggio, per anno solare o frazione ed è graduata su base territoriale e tecnica.

- 1) Per la pubblicità ordinaria effettuata mediante insegne, cartelli, locandine, targhe, stendardi o qualsiasi altro mezzo, indipendentemente dal numero dei messaggi diffusi, la tariffa di base del canone è di € 14,8739 per ogni metro quadrato di superficie e per anno solare.
- 2) Per le fattispecie pubblicitarie di cui al comma 1), che abbiano durata non superiore a tre mesi si applica per ogni mese o frazione una tariffa di base del canone pari ad 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 alla esposizione di tali mezzi, la tariffa di base del canone è di € 14,8739 per ogni metro quadrato di superficie e per anno solare, indipendentemente dal numero dei messaggi diffusi.
- 4) Per la pubblicità di cui ai commi precedenti che abbia superficie compresa tra metri quadrati 5,5 e 8,5 la tariffa di base del canone è maggiorata del 50 per cento (50%); per quella di superficie superiore a metri quadrati 8,5 la maggiorazione è del 100 per cento (100%).
- 5) Qualora la pubblicità venga effettuata in forma luminosa o illuminata, si applica una maggiorazione del 100 per cento (100%) della tariffa di base.

B) Pubblicità effettuata con veicoli

La misura della tariffa è per metri quadrati di superficie, per ampiezza del messaggio, per anno solare e frazione, può dipendere anche dalla portata, per i mezzi pesanti, mentre è fissa per motoveicoli e veicoli.

- 1) Per la pubblicità visiva effettuata per conto proprio o altrui all'esterno di veicoli in genere, di vetture autofilotrannviarie e simili, di uso pubblico o privato, si applica la tariffa di base del canone è di € 14,8739 per