

ALLEGATO A



COMUNE DI BARI

**– NUOVO REGOLAMENTO PER
L’APPLICAZIONE DELL’IMPOSTA DI
PUBBLICITA’ E DELLE PUBBLICHE
AFFISSIONI**

INDICE

Titolo I - Imposta di Pubblicità

- Art. 1 – Presupposto d’imposta – Forme di pubblicità pag. 3
- Art. 2 – Soggetto passivo pag. 4
- Art. 3 - Determinazione della superficie tassabile pag. 4
- Art. 4 – Dichiarazione fiscale pag. 4
- Art. 5 - Denuncia di cessazione pag. 6
- Art. 6 - Rettifica ed accertamento d'ufficio pag. 6
- Art. 7 – Tariffe pag. 7
- Art. 8 – Riduzioni pag. 7
- Art. 9 – Esenzioni pag. 8
- Art. 10 - Pubblicità effettuata su spazi ed aree comunali pag. 8
- Art. 11 - Pagamento dell'imposta pag. 9
- Art. 12 – Agevolazioni pag. 9
- Art. 13 - Vigilanza sulla pubblicità pag. 9

Titolo II - Disciplina delle Pubbliche Affissioni

- Art. 14 – Oggetto pag. 11
- Art. 15 - Superfici e spazi riservati alle pubbliche affissioni pag. 11
- Art. 16 – Accesso agli Impianti Pubblici per Affissioni Dirette pag. 11
- Art. 17 – Tariffe pag. 12
- Art. 18 – Riduzioni ed esenzioni pag. 12
- Art. 19 – Modalità per l’effettuazione delle pubbliche affissioni
Precedenza e scelta delle posizioni pag. 12
- Art. 20 – Reclami pag. 13

Titolo III - Sanzioni e norme di rinvio

- Art. 21 – Sanzioni tributarie ed interessi pag. 14
- Art. 22 – Norme di rinvio pag. 14

Titolo IV – Disposizioni finali e transitorie

- Art. 23 – Norme finali e transitorie pag. 15
- Art. 24 – Abrogazioni pag. 15

Titolo I

Imposta di Pubblicità

Art. 1 - Presupposto d'imposta - Forme di pubblicità

1. E' soggetta all'imposta sulla pubblicità la diffusione di messaggi pubblicitari effettuata attraverso mezzi di comunicazione visivi o acustici, diversi da quelli assoggettati al diritto sulle pubbliche affissioni, in luoghi pubblici o aperti al pubblico o che sia da tali luoghi percepibile.
2. Sono rilevanti, per l'applicazione dell'imposta, i messaggi finalizzati a migliorare l'immagine del soggetto pubblicizzato ovvero diffusi allo scopo di promuovere la domanda di beni o servizi, nell'esercizio di un'attività economica. Tale è da ritenersi lo scambio di beni o la produzione di servizi effettuati nell'esercizio di un'impresa o di arti e professioni, nonché ogni altra attività suscettibile di valutazione economica, anche se esercitata occasionalmente da soggetto che per natura o statuto non si prefigge scopo di lucro.
3. Costituisce messaggio pubblicitario qualsiasi scritta – ancorché capovolta - figura, fregio, guarnizione, spazio, anche se privo di scritta, quando sia evidente una funzione che supporti o integri la reclamizzazione di un particolare bene o servizio.
4. In relazione alla forma dei mezzi di comunicazione, da cui dipende la modalità di tassazione ai sensi del D.L.vo n. 507 del 15/11/1993, la pubblicità si distingue in:
 - a) pubblicità ordinaria, se trattasi di pubblicità effettuata mediante insegne, vetrofanie, cartelli, locandine, targhe, stendardi, apposite strutture adibite ad affissioni dirette di manifesti e simili, anche per conto altrui, o qualsiasi altro mezzo non previsto dalle successive lettere;
 - b) pubblicità effettuata con veicoli, se trattasi di pubblicità visiva effettuata per conto proprio o altrui all'interno e all'esterno di veicoli in genere di uso pubblico o privato;
 - c) pubblicità effettuata con pannelli luminosi e proiezioni, se trattasi di pubblicità effettuata per conto altrui con insegne, pannelli od altre analoghe strutture caratterizzate dall'impiego di diodi luminosi, lampadine e simili mediante controllo elettronico, elettromeccanico o comunque programmato in modo da garantire la variabilità del messaggio o la sua visione in forma intermittente, lampeggiante o similare; oppure di pubblicità realizzata in luoghi pubblici o aperti al pubblico attraverso diapositive, proiezioni luminose o cinematografiche effettuate su schermi o pareti riflettenti;

d) pubblicità varia, se trattasi di pubblicità realizzata con striscioni o con altri mezzi simili che attraversano strade e piazze; di pubblicità effettuata da aeromobili mediante scritte, striscioni, disegni fumogeni, ivi compresa quella eseguita su specchi d'acqua limitrofi al territorio comunale; di pubblicità effettuata mediante persone circolanti con cartelli o altri mezzi pubblicitari; di pubblicità effettuata a mezzo di apparecchi amplificatori e simili; di pubblicità effettuata mediante distribuzione di volantini;

5. Le forme di pubblicità consentite sono quelle contemplate dal Regolamento della Pubblicità o dal P.G.I.P. o dal D. Lgs. n. 507/1993.

Art. 2 - Soggetto passivo.

1. Soggetto passivo dell'imposta sulla pubblicità, tenuto al pagamento in via principale, è colui che dispone a qualunque titolo del mezzo attraverso il quale il messaggio pubblicitario viene diffuso. Lo stesso soggetto è l'obbligato esclusivo al pagamento della tassa per l'occupazione del suolo pubblico e dell'eventuale canone di locazione ove ne sussistano i presupposti.
2. Colui che produce o vende la merce o fornisce i servizi oggetto della pubblicità, è solidalmente obbligato al pagamento dell'imposta e di ogni altro dovere connesso all'obbligazione principale e scaturente in generale dalla osservanza delle norme di legge e regolamenti.

Art. 3 - Determinazione della superficie tassabile.

La determinazione delle superfici tassabili è fatta in base alle indicazioni contenute nell'art. 7 del D.Lgs. n. 507/93, con la precisazione che per i mezzi pubblicitari bifacciali l'arrotondamento ed il calcolo della superficie imponibile va effettuato per singola faccia, posto che detti mezzi non sono funzionalmente predisposti a diffondere nel loro insieme lo stesso messaggio in modo da accrescerne l'efficacia pubblicitaria.

Art. 4 – Dichiarazione fiscale

1. La ditta richiedente deve in via preventiva dichiarare che utilizzerà l'impianto pubblicitario optando per una delle sotto elencate fattispecie fiscali:
 - a) utilizzo dell'impianto pubblicitario richiesto per esposizione con soggetto pubblicizzato costante o variabile per conto proprio e riferito all'anno solare; ne consegue l'applicazione della imposta sulla pubblicità come prevista dal 1° comma dell'art. 12 del D.Lgs. n. 507/93;
 - b) utilizzo dell'impianto pubblicitario richiesto per una durata non superiore ai tre mesi nel corso dell'anno; ne consegue l'applicazione dell'imposta sulla pubblicità come prevista dal 2° comma dell'art. 12 del D.Lgs. n. 507/93 e il rilascio di autorizzazione temporanea;
 - c) utilizzo dell'impianto pubblicitario richiesto per esposizione con soggetto pubblicizzato costante o variabile per conto terzi riferito all'anno solare: ne

consegue l'applicazione dell'imposta sulla pubblicità come previsto dal comma 1° dell'art. 12 del D.Lgs n. 507/93 .

2. Non è ammessa la conservazione di impianti pubblicitari inutilizzati senza corrispondere imposta.
3. Ai sensi e per gli effetti dell'art. 14 del D.Lgs. n. 507/93 la ditta richiedente deve altresì, in via preventiva, dichiarare se la esposizione pubblicitaria è effettuata per conto proprio o per conto altrui; ne consegue l'applicazione dell'imposta sulla pubblicità rispettivamente ai sensi del comma 3° e del comma 1° sempre dell'art. 14 D.Lgs. n. 507/93.
4. Acquisita l'autorizzazione alla esposizione del mezzo pubblicitario il soggetto passivo di cui all'art. 28 è tenuto a presentare all'Amministrazione Comunale, prima dell'installazione del mezzo stesso, apposita dichiarazione, anche cumulativa, nella quale devono essere indicate le caratteristiche, la durata della pubblicità e l'ubicazione dei mezzi pubblicitari utilizzati, avendo cura di predisporre la stessa su modulistica appositamente predisposta dal Comune, e messa a disposizione presso il Settore Pubblicità e Affissioni della Ripartizione Tributi.
5. La dichiarazione deve essere presentata anche nei casi di variazione della pubblicità che comportino la modifica della superficie esposta o del tipo di pubblicità effettuata, ovvero modifica dei presupposti che comportano variazione dell'imposizione.
6. La dichiarazione della pubblicità annuale ha effetto anche per gli anni successivi, purché non si verificano modificazioni degli elementi dichiarati. La variazione del messaggio pubblicitario non costituisce modificazione. Tale pubblicità si intende prorogata con il pagamento della relativa imposta effettuato entro il 31 marzo dell'anno di riferimento, sempre che non venga presentata denuncia di cessazione al competente Settore Pubblicità e Affissioni entro il medesimo termine.
7. Qualora la presentazione della dichiarazione venga omessa, la pubblicità ordinaria, la pubblicità effettuata con veicoli e la pubblicità effettuata con pannelli luminosi e proiezioni, ad eccezione di quella realizzata in luoghi pubblici attraverso diapositive, proiezioni luminose o cinematografiche, 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, fermo restando il pieno rispetto delle norme applicabili in presenza di materiale pubblicitario abusivo.
8. Per la pubblicità annuale e già autorizzata dovrà provvedersi a presentare la dichiarazione solo ed esclusivamente con riguardo alla pubblicità variata rispetto alla situazione precedente. Tale dichiarazione dovrà essere presentata preventivamente rispetto alla pubblicità da realizzarsi, così che, per la pubblicità da esporre con decorrenza 1° gennaio la stessa, dovrà essere presentata, entro il termine del 31 dicembre dell'anno precedente a quello in cui avverrà l'esposizione. Si precisa che, la variazione deve essere preventivamente autorizzata e la

dichiarazione deve essere successiva al rilascio dell'atto autorizzativo della variazione stessa.

9. La dichiarazione fiscale riguardante variazioni intervenute nella pubblicità, successiva all'ottenimento dell'autorizzazione da parte degli uffici competenti, dovrà essere predisposta su modelli previsti dall'Ufficio, al fine di garantire uniformità nei dati richiesti e comunicati.
10. Con riguardo alla pubblicità stradale, si dovrà aver riguardo a presentare dichiarazioni fiscali distinte per le installazioni pubblicitarie autorizzate dall'Amministrazione Comunale su proprie strade, per quelle su suoli privati rientranti nell'ambito del territorio comunale e per quelle autorizzate da altri enti proprietari di suoli e strade, così come esplicitamente previsto dalle norme del Codice della Strada nonché dal suo Regolamento di Esecuzione e di Attuazione.
11. Non è soggetta a dichiarazione l'esposizione pubblicitaria esente da imposta.

Art. 5 - Denuncia di cessazione.

1. La denuncia di cessazione per la pubblicità a tempo indeterminato con l'esatta individuazione del mezzo pubblicitario cessato deve essere presentata entro tre mesi dalla data di scadenza annuale, ossia entro il 31 marzo successivo.
2. Se alla regolare denuncia di cessazione non fa riscontro l'avvenuta effettiva rimozione del mezzo pubblicitario, la pubblicità si considera abusiva e si rendono applicabili oltre al pagamento dell'imposta, le sanzioni previste dalle norme vigenti e qui integralmente richiamate.
3. La dimostrata cessazione dell'attività, venendo meno il presupposto del fine di lucro, comporta la cancellazione anche d'ufficio dai ruoli dell'imposta sulla pubblicità, a decorrere dall'anno successivo alla cessazione.

Art. 6 - Rettifica ed accertamento d'ufficio.

1. Entro cinque anni dall'anno in cui la dichiarazione è stata o sarebbe dovuta essere presentata, il Comune procede all'accertamento od alla rettifica d'ufficio notificando al contribuente - anche a mezzo posta mediante raccomandata con avviso di ricevimento - un apposito avviso motivato.
2. 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 sanzioni dovute e dei relativi interessi, nonché il termine di 60 gg. entro cui effettuare il pagamento. L'avviso di accertamento è sottoscritto dal funzionario responsabile dell'organizzazione e della gestione dell'imposta di cui all'art. 11 del D.Lgs. n. 507/93.
3. Contro gli avvisi di accertamento o di rettifica è ammesso ricorso avverso la Commissione Tributaria Provinciale entro 60 gg. dalla data di notifica dell'atto, secondo le modalità previste dal D.Lgs. 31 dicembre 1992 n. 546 e successive modifiche ed integrazioni. Il ricorso, in bollo, è proposto mediante notifica a questo Ente a norma degli artt. 137 e seguenti del C.p.c., oppure mediante

consegna o spedizione a mezzo plico raccomandato senza busta, con avviso di ricevimento (artt.16 e 20 del D.Lgs. n. 546/92). Successivamente il ricorrente, entro 30 gg. dalla proposizione del ricorso, dovrà costituirsi in giudizio mediante deposito del ricorso presso la Segreteria della Commissione Tributaria adita secondo le modalità di cui all'art. 22, comma 1, del D.Lgs. n. 546/92.

4. Si intendono integralmente recepite le norme contenute nei D.Lgs. 471-472-473 del 18 dicembre 1997, e successive modifiche ed integrazioni, nonché quanto previsto in materia dal D.Lgs. n. 507/93 e dalla Legge n. 689/81 Sezione I e II del Capo I.

Art. 7 - Tariffe.

1. L'Amministrazione Comunale fissa le misure tariffarie dell'imposta di pubblicità con apposito atto deliberativo, nei limiti e con le modalità stabilite dalle norme in vigore. Si osservano le disposizioni tutte contenute nell'art. 3, del D.Lgs. n. 507/93.
2. Ai sensi dell'art. 10, comma 1, della Legge n. 448/2001 – Finanziaria 2002 – le tariffe dell'imposta sulla pubblicità sono deliberate entro il 31 marzo di ogni anno e si applicano a decorrere dal 1° gennaio del medesimo anno. In caso di mancata adozione della deliberazione, si intendono prorogate di anno in anno.
3. Sono fatte salve le eventuali future modifiche alla citata L. n. 448/2001;
4. In esecuzione dell'art. 4 comma 1 del D. Lgs. n. 507/93 risulta istituita nel Comune di Bari la categoria speciale per la quale la maggiorazione viene stabilita con apposita delibera di Giunta Municipale.

Art. 8 - Riduzioni.

1. La tariffa dell'imposta è ridotta alla metà :
 - a) per la pubblicità effettuata da comitati, associazioni, fondazioni e da ogni altro ente che non abbia scopo di lucro a condizione che gli stessi non esercitino attività suscettibile di valutazioni economiche, anche occasionale. La riduzione si applica anche all'operatore pubblicitario che dispone del mezzo di diffusione del messaggio, dichiarando di effettuare la pubblicità nell'interesse di uno dei suddetti soggetti giuridici. In tale fattispecie risultano comprese le organizzazioni non lucrative di utilità sociale (ONLUS) di cui all'art. 10 del D.Lgs. 4 dicembre 1997 n. 460.

Il funzionario responsabile verifica periodicamente la sussistenza del diritto all'agevolazione, mediante controlli presso l'anagrafe delle ONLUS. Lo stesso ha anche il potere di inviare alle ONLUS questionari per la richiesta di dati, informazioni e documenti rilevanti per l'applicazione dei benefici. I controlli del funzionario responsabile sono efficaci anche nei riguardi dei benefici tariffari;
 - b) per la pubblicità relativa a manifestazione politiche, sindacali e di categoria, culturali, sportive, filantropiche e religiose, da chiunque realizzate con il patrocinio o la partecipazione degli Enti Pubblici Territoriali. Per gli enti pubblici appartenenti a Stati Esteri, la riduzione viene applicata solo nei casi di norme che prevedano analogo trattamento fiscale;

- c) per la pubblicità relativa a festeggiamenti patriottici, religiosi, a spettacoli viaggianti e di beneficenza.
2. Nelle ipotesi in cui i mezzi pubblicitari contengano, oltre ai messaggi relativi alle manifestazioni da pubblicizzare, anche l'indicazione di persone, ditte o società che hanno contribuito all'organizzazione delle stesse, si applica la riduzione se:
 - a) il soggetto passivo in via principale è ricompreso nell'elenco degli enti di cui alla lettera a) del comma 1 ;
 - b) gli altri soggetti pubblicizzati siano enti pubblici territoriali che patrocinino o partecipino alla realizzazione della manifestazione, ai sensi della lettera b) del comma 1°.

Art. 9 - Esenzioni.

1. Si richiama interamente l'art. 17 del D.Lgs. n. 507/93, nonché il comma 1 bis di tale articolo introdotto dall'art. 10 della L. n. 448/2001 – Finanziaria 2002 -.
2. In applicazione del citato comma 1 bis sono esenti dall'imposta tutte le insegne di qualsiasi tipologia atte ad individuare la sede di una attività, ubicate sopra i vani di accesso alla stessa sede o nelle immediate vicinanze e siano attinenti all'attività in essa svolta, purché la superficie complessiva della o delle insegne stesse per la medesima sede non superi i 5 mq.. In presenza di una superficie superiore verrà tassata l'intera superficie.
3. Rientrano fra le insegne del comma precedente le targhe, scritte, ecc. che individuano la sede ove avviene una prestazione professionale.
4. Si intendono integralmente richiamate le Circolari n. 2/DPF del 18/04/2002 (Pubblicità effettuata con veicoli) e n. 3/DPF del 3/05/2002 (Insegne di esercizio).

Art. 10 - Pubblicità effettuata su spazi ed aree comunali

1. Per la pubblicità effettuata su impianti installati su beni appartenenti o dati in godimento al Comune, gli interessati sono tenuti a corrispondere:
 - a) l'imposta sulla pubblicità;
 - b) per i beni di proprietà comunale un canone di affitto;
 - c) la Tassa per l'Occupazione di Spazi ed Aree Pubbliche.
2. La misura dei canoni di affitto e le tariffe dell'eventuale canone per l'occupazione di spazi ed aree pubbliche a fini pubblicitari sono stabilite con apposito atto deliberativo, nei termini di legge.

Art. 11 - Pagamento dell'imposta.

1. Per le modalità di pagamento dell'imposta si osservano le norme contenute nell'art. 9 del D.Lgs. n. 507/93 con la precisazione che l'imposta è dovuta per l'intero anno solare a prescindere dall'utilizzo dell'impianto.

2. Il documento comprovante l'avvenuto pagamento del tributo deve essere conservato, a cura dell'utente interessato, per tre anni ed esibito a richiesta del personale adibito ad effettuare controlli.
3. Il termine per il pagamento della pubblicità annuale è fissato al 31 marzo.
4. Per la pubblicità annuale di importo superiore a € 1.549,37 (£. 3.000.000=) il pagamento dell'imposta può essere effettuato nel numero massimo di quattro rate trimestrali anticipate scadenti le prime due il 31 marzo, la terza il 30 giugno e la quarta il 30 settembre.
5. Il funzionario responsabile di cui all'art. 11 del D.Lgs. n. 507/93, su richiesta di parte resa in carta legale, può altresì autorizzare la rateizzazione di debiti d'imposta e voci accessorie relativi ad annualità arretrate, nello stesso numero di quattro rate trimestrali.
La prima rata deve essere versata all'atto della presentazione della domanda di rateizzazione.
Sulle somme rateizzate, si applicano gli interessi come per legge.

Art. 12 - Agevolazioni.

Gli esercizi commerciali ed artigianali situati nelle zone precluse al traffico a causa dello svolgimento di lavori di realizzazione di opere pubbliche che si protraggono per oltre sei mesi sono esentati dal pagamento dell'imposta comunale e da quant'altro dovuto ai sensi del presente regolamento e norme vigenti in materia, con riguardo ai soli mezzi pubblicitari connessi agli esercizi medesimi ubicati esclusivamente in tali zone.

L'esenzione si applica proporzionalmente al tempo di durata effettiva dei lavori.

Art. 13 - Vigilanza sulla pubblicità

1. Fermo restando le competenze degli addetti del Corpo di Polizia Municipale e altri organi di polizia, ai fini dell'accertamento dell'imposta di pubblicità, può essere istituito l'Ufficio Vigilanza sulla Pubblicità, cui competeranno specifiche funzioni di controllo.
2. Il personale addetto all'ufficio, nei limiti delle competenze allo stesso attribuite, è autorizzato ad eseguire sopralluoghi ed accertamenti in luoghi pubblici o aperti al pubblico, ove può essere effettuata la pubblicità prevista dal D.Lgs. n. 507/93. Lo stesso dovrà essere munito di tessera identificativa, nella quale dovranno essere indicati il numero di emissione, la foto, l'ufficio di appartenenza, la qualifica posseduta. Tale tessera dovrà, a pena di nullità, essere convalidata dalla firma del Direttore della Ripartizione Tributi.
3. Il personale è tenuto a qualificarsi alla parte oggetto della verifica, esibendo la tessera di riconoscimento nonché invitando la stessa a rilevare gli estremi identificativi riportati sulla tessera.

Titolo II

Disciplina delle Pubbliche Affissioni

Art. 14 - Oggetto.

1. Il Comune di Bari gestisce in esclusiva il servizio delle pubbliche affissioni effettuate nell'ambito del proprio territorio, con personale, mezzi ed impianti propri.
2. I diritti sulle pubbliche affissioni si applicano ai manifesti, avvisi e fotografie, qualunque ne sia il materiale, esposti a cura del Comune negli appositi spazi riservati.

Art. 15 - Superfici e spazi riservati alle pubbliche affissioni.

1. Il Comune è tenuto ad installare impianti per una superficie in misura proporzionale al numero degli abitanti e comunque non inferiore a 18 mq. per ogni mille abitanti, ai sensi dell'art. 18 c. 3 del D.L.vo n. 507/93.
2. L'ubicazione degli impianti viene effettuata previa acquisizione del parere da parte dei dirigenti delle Ripartizioni Territorio e Qualità Edilizia ed Edilizia Pubblica - Settore Traffico .
3. Gli steccati, le palizzate ed i ripari di ogni genere di carattere precario, ivi compresi quelli intorno ai cantieri edili, sono in uso del Servizio Comunale Affissioni così come previsto nel disciplinare relativo all'effettuazione della pubblicità su ponteggi e recinzioni di cantiere giusta delibera di Giunta Municipale n. 741 dell'11.7.2002. Gli spazi ivi realizzati sono ascritti alla categoria in cui è stata classificata la località.
4. L'uso di cui al comma precedente non comporta alcun compenso in favore dei proprietari dei luoghi oggetto di affissione.

Art. 16 – Accesso agli Impianti Pubblici per Affissioni Dirette.

1. L'accesso da parte di privati ad impianti pubblici per proprie affissioni di natura non commerciale avviene a domanda degli interessati, da presentare alla Ripartizione Tributi – Ufficio Affissioni..
2. La richiesta è effettuata dalla persona fisica che intende affiggere i manifesti per i soggetti di cui all'art. 20 del D. L.gs n. 507/93.

Art. 17 - Tariffe.

1. L'Amministrazione Comunale fissa le misure tariffarie per il servizio delle pubbliche affissioni, con apposito atto deliberativo, nei limiti e con le modalità stabilite dalle norme in vigore. Si osservano le disposizioni tutte contenute negli artt. 3 e 19 del D.Lgs. n. 507/93.
2. Ai sensi dell'art. 10, comma 1, della Legge n. 448/2001 – Finanziaria 2002 – le tariffe del diritto sulle pubbliche affissioni sono deliberate entro il 31 marzo di ogni anno e si applicano a decorrere dal 1° gennaio del medesimo anno. In caso di mancata adozione della deliberazione, si intendono prorogate di anno in anno.

Art. 18 - Riduzioni ed esenzioni.

Per le riduzioni e le esenzioni tariffarie, si richiamano integralmente le norme previste in materia agli artt. 20 e 21 del D.Lgs. n. 507/93.

Art. 19 - Modalità per l'effettuazione delle pubbliche affissioni precedenza e scelta delle posizioni

1. Si osservano le disposizioni tutte contenute nell'art. 22 del D.Lgs. n. 507/93.
2. Le affissioni sono effettuate secondo l'ordine di precedenza risultante dal ricevimento della commissione accompagnata dal versamento dei relativi diritti. La prestazione del servizio è comunque subordinata:
 - a) alla disponibilità di spazi del formato per il quale è richiesta l'affissione;
 - b) all'eventuale precedenza determinata da urgenza per l'esposizione di manifesti di Autorità politiche, militari, amministrative, ecc.
3. In caso di commissioni pervenute per posta nel medesimo giorno, viene data la precedenza alla ditta che commissiona la maggiore esposizione comportante maggior gettito fiscale.
4. La scelta delle posizioni per le affissioni è fatta insidacabilmente dall'Ufficio fra quelle disponibili, ripartite equamente nelle varie zone urbane della stessa categoria. E' fatto salvo il disposto di cui all'art. 19 del D.Lgs. n. 507/93, 5° comma, secondo il quale ove il committente richieda espressamente l'affissione in determinati spazi predisposti dal Comune e disponibile nelle due categorie di cui all'art. 4 del citato D.Lgs. n. 507/93 è tenuto a corrispondere il doppio dei diritti.
5. Il Comune, può rifiutare o rinviare il servizio per causa di forza maggiore fatto salvo il disposto del comma 4° e 5° dell'art. 22 del D.Lgs. n. 507/93.

Art. 20 - Reclami.

1. Eventuali reclami devono essere diretti al Sindaco. Non sono presi in considerazione i reclami presentati 24 ore dopo l'ultimo giorno di scadenza della eseguita affissione.

2. In ogni caso il reclamo ha effetto dal giorno della presentazione.
3. La decisione del Dirigente Responsabile della gestione è definitiva.

Titolo III

Sanzioni e norme di rinvio

Art. 21 - Sanzioni tributarie ed interessi.

Si intende interamente richiamato l'art. 23 del D.Lgs. n. 507/93, così come modificato dal D.Lgs. 18 dicembre 1997 n. 473, nonché quanto previsto espressamente in materia dai D.Lgs. nn. 471- 472- 473 del 18.12.1997 e successive modifiche e integrazioni.

Art. 22 - Norme di rinvio

Per quanto attiene la gestione contabile dell'imposta sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni, e per quant'altro non espressamente disciplinato dal presente Regolamento si intendono richiamate integralmente le norme di cui al D.Lgs. n. 507/93 e successive modificazioni ed integrazioni.

Titolo IV

Disposizioni finali e transitorie

Art. 23 – Norme finali e transitorie.

Il presente regolamento, ai sensi del combinato disposto dell'art. 52 D.L.vo 446/1997 e dell'art. 53, comma 16, L. 388/2000 e s.m.i., ha effetto dal 1° gennaio dell'anno successivo all'approvazione o, se approvato entro il termine di approvazione del bilancio di previsione, dal 1° gennaio dell'anno cui lo stesso si riferisce.

Art. 24 - Abrogazioni

Il presente Regolamento abroga e sostituisce quello precedentemente in vigore.

ERROR: syntaxerror
OFFENDING COMMAND: --nostringval--

STACK:

```
(Regolamento_imposta_pubblicita_e_pubbliche_affissioni)
/Title
()
/Subject
(D:20150911155218)
/ModDate
()
/Keywords
(PDFCreator Version 0.8.0)
/Creator
(D:20150911155218)
/CreationDate
(r.grasso)
/Author
-mark-
```