

ALLEGATO ALLA DELIBERAZIONE
DEL CONSIGLIO COMUNALE N. 44 DD. 10.11.1994

Il Segretario comunale
VISANI d.ssa Claudia

Il Sindaco
CASET Livio

COMUNE DI NAVE SAN ROCCO
Provincia di Trento

**REGOLAMENTO COMUNALE
PER L'APPLICAZIONE
DELL'IMPOSTA COMUNALE SULLA
PUBBLICITA'
E PER L'EFFETTUAZIONE DEL
SERVIZIO DELLE PUBBLICHE
AFFISSIONI**

Novembre 1994

SOMMARIO

CAPO I - DISPOSIZIONI GENERALI

- Art. 1 - Oggetto del Regolamento
- Art. 2 - Ambito di applicazione
- Art. 3 - Classificazione del Comune per la determinazione delle tariffe
- Art. 4 - Categorie delle località
- Art. 5 - Tipologia e quantità degli impianti pubblicitari
- Art. 6 - Piano generale degli impianti
- Art. 7 - Provvedimento per l'installazione di mezzi pubblicitari
- Art. 8 - Limitazioni e divieti
- Art. 9 - Pubblicità effettuata su spazi ed aree comunali

CAPO II - IMPOSTA COMUNALE SULLA PUBBLICITA'

- Art. 10 - Oggetto
- Art. 11 - Soggetto passivo
- Art. 12 - Modalità di applicazione dell'imposta
- Art. 13 - Tariffe
- Art. 14 - Affissioni dirette
- Art. 15 - Dichiarazione
- Art. 16 - Pagamento dell'imposta
- Art. 17 - Rimborsi
- Art. 18 - Accertamento d'ufficio e riscossione coattiva dell'imposta
- Art. 19 - Riduzioni dell'imposta
- Art. 20 - Esenzioni dall'imposta

CAPO III - SERVIZIO DELLE PUBBLICHE AFFISSIONI

- Art. 21 -

CAPO IV - DISPOSIZIONI FINALI

- Art. 22 - Sanzioni tributarie ed interessi
- Art. 23 - Sanzioni amministrative
- Art. 24 - Gestione del Servizio
- Art. 25 - Norme finali

CAPO I

DISPOSIZIONI GENERALI

Art. 1

Oggetto del regolamento e ambito di applicazione

1. Il presente regolamento disciplina l'effettuazione nel territorio di questo Comune della pubblicità esterna e delle pubbliche affissioni.

2. Stabilisce le modalità per l'applicazione in tutto il territorio del Comune dell'imposta comunale sulla pubblicità e del diritto comunale sulle pubbliche affissioni, in conformità a quanto disposto dal Capo I del Decreto Legislativo 15 novembre 1993, n. 507.

Art. 2

Classificazione del Comune per la determinazione delle tariffe

1. Ai sensi dell'art. 2 del D.Lgs. 507/1993 questo Comune, con popolazione residente di n. 932 abitanti al 31 dicembre 1991, quale risulta dai dati pubblicati dall'Istituto Nazionale di Statistica, è classificato nella classe V.

2. Preso atto della mancanza di flussi turistici di alcun tipo, il Comune non procede alla maggiorazione stagionale delle tariffe delle imposte sulla pubblicità.

Art. 3

Tipologia e quantità degli impianti pubblicitari

1. Ai sensi del comma 3 dell'art. 3 del D.Lgs. 507/1993 vengono determinate le seguenti tipologie e quantità degli impianti pubblicitari:

Tipologie:

Fatti salvi gli attuali spazi esistenti, riconosciuti conformi nelle quantità e qualità alle effettive esigenze, nel caso di necessità di ampliamento e sostituzione degli stessi, si deve fare riferimento alle seguenti fattispecie:

le tipologie pubblicitarie sono classificate in:

- a) pubblicità ordinaria
- b) pubblicità effettuata con veicoli

- c) pubblicità effettuata con pannelli luminosi e proiezioni
- d) pubblicità varia.

La *pubblicità ordinaria* è effettuata mediante insegne, cartelli, locandine, targhe, standardi (mono o bifacciali), posters 6x3 (mono o bifacciali). Le caratteristiche tecniche degli stessi dovranno formare oggetto del piano generale degli impianti.

E' compresa nella "pubblicità ordinaria" la pubblicità mediante affissioni di manifesti e simili su apposite strutture adibite all'esposizione di tali mezzi.

La *pubblicità effettuata con veicoli* è distinta come appresso:

- a) pubblicità visiva effettuata per conto proprio od altrui all'interno ed all'esterno i veicoli in genere, di vetture autofilotranviarie, battelli, barche e simili, di uso pubblico o privato, di seguito definita "pubblicità ordinaria con veicoli";
- b) pubblicità effettuata per conto proprio su veicoli di proprietà dell'impresa o adibiti ai trasporti per suo conto, compresi i veicoli circolanti con rimorchio, di seguito definita "pubblicità con veicoli dell'impresa".

La *pubblicità con pannelli luminosi* è effettuata 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.

La pubblicità predetta può essere per conto altrui o per conto proprio dell'impresa, con la differenziazione tariffaria stabilita all'art. 14 del D.Lgs. 15.11.1993, n. 507.

E' compresa fra la "pubblicità con proiezioni", la pubblicità realizzata in luoghi pubblici o aperti al pubblico attraverso diapositive, proiezioni luminose e cinematografiche effettuate su schermi o pareti riflettenti.

La *pubblicità varia* comprende:

- a) la pubblicità effettuata con striscioni, festoni di bandierine od altri mezzi simili, che attraversano strade o piazze di seguito definita "pubblicità con striscioni";
- b) la pubblicità effettuata sul territorio del Comune da aeromobili mediante scritte, striscioni, disegni fumogeni, lancio di oggetti o manifestini, compresa quella eseguita su specchi d'acqua o fasce marittime limitrofi al territorio comunale, di seguito definita "pubblicità da aeromobili";
- c) la pubblicità eseguita con palloni frenati o simili, definita "pubblicità con palloni frenati";
- d) la pubblicità effettuata mediante distribuzione, anche con veicoli, di manifestini o di altro materiale pubblicitario, oppure mediante persone circolanti con cartelli od altri mezzi pubblicitari, definita di seguito "pubblicità in forma ambulante";
- e) la pubblicità effettuata a mezzo di apparecchi amplificatori e simili, definita "pubblicità fonica".

Quantità:

Gli impianti pubblicitari del Comune sono quelli in essere che rispondono alle attuali esigenze effettive di necessità.

Art. 4

Piano generale degli impianti

1. I criteri a cui si dovrà fare riferimento per la stesura di un piano generale, che comprende comunque gli attuali spazi esistenti, sono i seguenti:

- gli impianti e la scelta delle località dovranno rispettare il territorio inteso nella sua razionalizzazione/ armonizzazione perseguita dall'Amministrazione, nella principale opera di salvaguardia dello stesso;
- il piano dovrà tener conto e, quindi, rispettare, l'attuale contesto urbanistico, con le sue esigenze di carattere storico, ambientale ed estetico;
- il piano (nella sua stesura) dovrà tener conto delle esigenze effettive, riscontrabili presso gli uffici competenti nonché da concrete esigenze di sviluppo, per soddisfare le richieste di carattere commerciale e socio- culturale;
- la stesura del piano dovrà altresì salvaguardare, rispettare ed armonizzarsi alle norme del Codice della Strada ed al regolamento di esecuzione e di attuazione dello stesso;

2. Alla predisposizione del progetto di piano provvedono gli Uffici comunali ed il progetto del piano è sottoposto a parere della Commissione edilizia.

3. Il piano generale degli impianti pubblicitari è approvato con apposita deliberazione della Giunta comunale.

4. Il piano generale degli impianti può essere adeguato o modificato entro il 31 ottobre di ogni anno, con decorrenza dall'anno successivo, per effetto delle variazioni intervenute nella consistenza demografica del Comune, dell'espansione del centro abitato, dello sviluppo della viabilità e di ogni altra causa rilevante che viene illustrata nella motivazione del provvedimento di modifica.

Art. 5

La pubblicità esterna

1. Il piano comprende i mezzi destinati alla pubblicità esterna ed indica le posizioni nelle quali è consentita la loro installazione nel territorio comunale.

2. Nell'interno dei centri abitati il piano prevede, per la installazione di mezzi pubblicitari lungo le strade comunali e provinciali, od in vista di esse, autorizzata dal Comune previo nulla osta tecnico dell'ente proprietario:

- a) le caratteristiche delle zone nelle quali, su aree pubbliche o private, concesse dal soggetto proprietario, può essere autorizzata l'installazione di mezzi pubblicitari e le dimensioni per gli stessi consentite. Per quanto possibile individua le zone utilizzabili per le predette installazioni pubblicitarie;
- b) le caratteristiche degli edifici sui quali può essere autorizzata l'installazione di cartelli ed altri mezzi pubblicitari e le dimensioni per gli stessi consentite;
- c) le tipologie generali e le dimensioni massime delle insegne, targhe ed altri mezzi pubblicitari, compresi quelli luminosi, illuminati o costituiti da pannelli luminosi, correlate a quelle sia degli edifici sui quali devono essere installati, sia delle caratteristiche delle zone ove questi sono situati.

3. Il piano comprende:

- a) la definizione degli edifici, impianti, opere pubbliche, strutture ed aree attrezzate ed altri luoghi di proprietà o in disponibilità del Comune, pubblici od aperti al pubblico, nei quali può essere autorizzata l'installazione di mezzi per la diffusione di messaggi pubblicitari effettuata attraverso forme di comunicazione visiva od acustica percepibili nell'interno e dall'esterno;
- b) la definizione dei luoghi pubblici od aperti al pubblico, di proprietà o gestione privata, nei quali si effettuano le attività pubblicitarie di cui alla precedente lettera a);
- c) i criteri per la localizzazione e le modalità tecniche per la collocazione, in condizioni di sicurezza per i terzi, di striscioni, locandine, standardi, festoni di bandierine e simili.

Art. 6

Provvedimento per l'installazione di mezzi pubblicitari

1. Il presente regolamento prevede una armonizzazione degli iter autorizzativi con quanto previsto dalle statuizioni del Codice della Strada.

In via generale si statuisce che il Comune, in virtù delle linee principali del piano generale degli impianti sopra esposte, si avvale della facoltà di cui al comma 6 dell'articolo 23 del codice della Strada, ossia della facoltà di concedere deroghe, nell'ambito del centro abitato, 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, nonchè dei limiti di cui al D.Lgs. 30 aprile 1992, n. 285, al D.Lgs. 10 settembre 1993, n. 360 e D.P.R. 16 dicembre 1992, n. 495.

2. Chiunque intenda installare nel territorio comunale, anche temporaneamente, impianti pubblicitari, deve farne apposita domanda al Comune.

La domanda deve contenere:

- a) l'indicazione delle generalità, della residenza o domicilio legale ed il codice fiscale del richiedente;
- b) l'ubicazione esatta del luogo ove si intende installare l'impianto;
- c) la descrizione dell'impianto, corredata della necessaria documentazione tecnica e documentazione fotografica della zona, disegno illustrativo;
- d) la dichiarazione di conoscere e sottostare a tutte le condizioni contenute nel presente regolamento.

3. Il richiedente è comunque tenuto a produrre tutti i documenti ed a fornire tutti i dati ritenuti necessari al fine dell'esame della domanda.

4. Ove si intenda installare l'impianto su suolo pubblico dovrà essere preventivamente richiesta ed acquisita apposita concessione per l'occupazione del suolo. Se l'impianto deve essere installato su area o bene privato, dovrà essere attestata la disponibilità di questi.

Art. 7

Limitazioni e divieti

1. E' fatto divieto di esercitare pubblicità sonora dalle ore 12.00 alle ore 15.00 e dalle ore 22.00 alle ore 09.00.

2. La pubblicità effettuata mediante striscioni posti trasversalmente alle vie o piazze è consentita quando non arreca danno al decoro o alla sicurezza stradale.

Art. 8

Disciplinare di concessione e canone

1. Il canone dovuto per l'installazione di mezzi pubblicitari su suolo pubblico viene istituito e regolamentato dal Consiglio comunale e periodicamente aggiornato dalla Giunta comunale, nel rispetto dei criteri e parametri stabiliti dal Consiglio.

Art. 9

Pubblicità effettuata su spazi ed aree comunali

1. Qualora la pubblicità sia effettuata su beni di proprietà comunale o dati in godimento dal Comune, o appartenenti al demanio o al patrimonio indisponibile

comunale, la corresponsione dell'imposta non esclude il pagamento di eventuali canoni di affitto o di concessione, nonché della tassa per l'occupazione degli spazi ed aree pubbliche, ove applicabile.

CAPO II

IMPOSTA COMUNALE SULLA PUBBLICITA'

Art. 10

Oggetto

1. L'imposta sulla pubblicità si applica alla diffusione di messaggi pubblicitari, attraverso forme di comunicazione visive o acustiche, effettuate in luoghi pubblici o aperti al pubblico e che sia da tali luoghi percepibile.

2. Ai fini dell'imposizione si considerano rilevanti i messaggi diffusi nell'esercizio di una attività economica allo scopo di promuovere la domanda di beni o servizi, ovvero finalizzati a migliorare l'immagine del soggetto pubblicizzato.

Art. 11

Soggetto passivo

1. E' tenuto al pagamento dell'imposta sulla pubblicità colui che dispone a qualsiasi titolo del mezzo attraverso il quale il messaggio pubblicitario viene diffuso.

2. E' solidalmente obbligato al pagamento dell'imposta colui che produce o vende la merce o fornisce i servizi oggetto della pubblicità.

Art. 12

Modalità di applicazione dell'imposta

1. L'imposta si determina in base alla superficie della minima figura piana geometrica nella quale è circoscritto il mezzo pubblicitario, indipendentemente dal numero dei messaggi in esso contenuti.

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; non si applica l'imposta per superfici inferiori a trecento centimetri quadrati.

2. Per i mezzi pubblicitari polifacciali l'imposta è calcolata in base alla superficie complessiva adibita alla pubblicità.

3. Per i mezzi di dimensione volumetrica l'imposta è calcolata sulla base della superficie complessiva risultante dallo sviluppo del minimo solido geometrico in cui può essere circoscritto il mezzo stesso.

4. I festoni di bandierine e simili nonchè i mezzi di identico contenuto, ovvero riferibili al medesimo soggetto passivo, collocati in connessione tra loro si considerano, agli effetti del calcolo della superficie imponibile, come un unico mezzo pubblicitario.

Art. 13

Tariffe

1. Le tariffe dell'imposta sulla pubblicità sono applicate nella misura stabilita dalla legge e con deliberazione comunale, fermo restando che, ai sensi dell'art. 13 comma 2 lettera g) della L.R. 04.01.1993, n. 1, i criteri generali per la determinazione delle tariffe sono di competenza del Consiglio mentre alla Giunta comunale spetta la determinazione del "quantum".

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

Art. 14

Affissioni dirette

1. Il Comune di Nave San Rocco stabilisce di destinare una superficie complessiva di metri quadrati 30 per impianti da attribuire a soggetti privati per l'effettuazione di affissioni dirette; per tale fattispecie si applica la tariffa sulla pubblicità prevista dall'art. 12, commi 1 e 4 del D.Lgs. 507/1993.

Art. 15

Dichiarazione

1. Il soggetto passivo di cui all'art. 11 è tenuto, prima di iniziare la pubblicità, a presentare al Comune apposita dichiarazione, anche cumulativa, su modello predisposto e messo a disposizione dal Comune, nella quale devono essere indicate le caratteristiche, la durata della pubblicità e l'ubicazione dei mezzi pubblicitari utilizzati.

2. In caso di variazione della pubblicità, che comporti la modificazione della superficie esposta o del tipo di pubblicità effettuata, con conseguente nuova

imposizione, deve essere presentata nuova dichiarazione; il Comune procede al conguaglio tra l'importo dovuto in seguito alla nuova dichiarazione e quello pagato per lo stesso periodo.

3. In assenza di variazioni la dichiarazione ha effetto anche per gli anni successivi; tale pubblicità si intende prorogata con il pagamento della relativa imposta effettuato entro il 31 gennaio dell'anno di riferimento, sempre che non venga presentata denuncia di cessazione entro il medesimo termine.

4. 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. 507/1993, si presume effettuata in ogni caso dal primo 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. 16

Pagamento dell'imposta

1. L'imposta è dovuta per le fattispecie di cui agli art. 12, commi 1 e 3, 13 e 14, commi 1 e 3, del D.Lgs. 507/1993, per anno solare di riferimento cui corrisponde un'autonoma obbligazione tributaria; per le altre fattispecie il periodo di imposta è quello specificato nelle relative disposizioni.

2. Il pagamento dell'imposta deve essere effettuato mediante versamento a mezzo di conto corrente postale intestato al Comune ovvero direttamente presso le Tesorerie comunali con modalità che verranno stabilite con apposito decreto del Ministro delle Finanze ovvero, in caso di affidamento in concessione, al suo concessionario anche mediante conto corrente postale.

3. Per la pubblicità relativa a periodi inferiori all'anno solare l'imposta deve essere corrisposta in unica soluzione; per la pubblicità annuale l'imposta può essere corrisposta in rate trimestrali anticipate qualora sia di importo superiore a € 1.549,37.

Art. 17

Rimborsi

1. Il contribuente può chiedere il rimborso di somme versate e non dovute, mediante apposita istanza, entro il termine di due anni dal giorno in cui è stato effettuato il pagamento, ovvero da quello in cui è stato definitivamente accertato il diritto al rimborso. Il Comune provvede nel termine di novanta giorni.

Art. 18

Accertamento d'Ufficio e riscossione coattiva dell'imposta

1. Per gli accertamenti d'ufficio da parte del Comune e per la riscossione coattiva dell'imposta dovuta e non pagata, si applicano le disposizioni degli articoli 9 e 10 del D.Lgs. 507/1993.

Art. 19

Riduzioni dell'imposta

1. La tariffa dell'imposta è ridotta alla metà:

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

Art. 20

Esenzioni dall'imposta

1. Sono esenti dall'imposta:

- a) la pubblicità realizzata all'interno dei locali adibiti alla vendita di beni o alla prestazione di servizi quando si riferisca all'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 all'attività in esse esercitata e non superino, nel loro insieme, la superficie complessiva di mezzo metro quadrato per ciascuna vetrina o ingresso;
- b) 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 all'attività svolta, nonchè quelli riguardanti la localizzazione e l'utilizzazione dei servizi di pubblica utilità, che non superino la superficie di mezzo metro quadrato e quelli riguardanti la locazione o la compravendita degli immobili sui quali sono affissi, di superficie non superiore ad un quarto di metro quadrato;
- c) la pubblicità comunque effettuata all'interno, sulle facciate esterne o sulle recinzioni dei locali di pubblico spettacolo qualora si riferisca alle rappresentazioni in programmazione;

- d) la pubblicità, escluse le insegne, relativa ai giornali ed alle pubblicazione periodiche, se esposta sulle sole facciate esterne delle edicole o nelle vetrine o sulle porte di ingresso dei negozi ove si effettua la vendita;
- e) la pubblicità esposta all'interno delle stazioni dei servizi di trasporto pubblico di ogni genere inerente l'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;
- f) la pubblicità esposta all'interno delle vetture ferroviarie, degli aerei e delle navi, ad eccezione dei battelli di cui all'art. 13;
- g) la pubblicità comunque effettuata in via esclusiva dallo Stato e dagli enti pubblici territoriali;
- h) le insegne, le targhe e simili apposte per l'individuazione delle sedi di comitati, associazioni, fondazioni ed ogni altro ente che non persegue scopo di lucro;
- i) le insegne, le targhe e simili la cui esposizione sia obbligatoria per disposizione di legge o di regolamento sempre che le dimensioni del mezzo usato, qualora non espressamente stabilite, non superino il mezzo metro quadrato di superficie.

CAPO III

SERVIZIO DELLE PUBBLICHE AFFISSIONI

Art. 21

Il Comune di Nave San Rocco non istituisce il Servizio delle Pubbliche Affissioni, trattandosi di ente con meno di tremila abitanti, ai sensi dell'art. 18 comma 2 del D.Lgs. 507/1993.

CAPO IV

DISPOSIZIONI FINALI

Art. 22

Sanzioni tributarie ed interessi

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 dovuti, una soprattassa pari all'ammontare dell'imposta o del diritto evasi.

2. Per l'omesso o tardivo pagamento dell'imposta o delle singole rate di essa è dovuta una soprattassa pari al 20 per cento dell'imposta il cui pagamento è stato omesso o ritardato.

3. Tali soprattasse sono ridotte ad un quarto 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.

4. Sulle somme dovute per l'imposta sulla pubblicità e per le reattive soprattasse si applicano interessi di mora nella misura del 7 per cento 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. 23

Sanzioni amministrative

1. Per le violazioni alle disposizioni legislative e regolamentari riguardanti l'effettuazione della pubblicità si applicano sanzioni amministrative per la cui applicazione si osservano le norme contenute nelle sezioni I e II del Capo I della legge 24 novembre 1981, n. 689, salvo quanto di seguito previsto.

2. Per le violazioni alle disposizioni del presente regolamento ed a quelle contenute nei provvedimenti relativi alla installazione degli impianti, si applica la sanzione da **€ 103,00** a **€ 1.032,00** con notificazione agli interessati, entro centocinquanta giorni dall'accertamento, degli estremi delle violazioni riportati in apposito verbale. Con menzione nel medesimo verbale viene inoltre disposta la rimozione degli impianti pubblicitari abusivi; in caso di inottemperanza all'ordine di

rimozione entro il termine stabilito, si provvede d'ufficio, addebitando ai responsabili le relative spese.

3. Indipendentemente dalla procedura di rimozione degli impianti e dall'applicazione delle sanzioni, può essere effettuata, direttamente dal Comune, o dal concessionario del servizio, la immediata copertura della pubblicità abusiva, in modo che sia provata di efficacia pubblicitaria, ovvero la rimozione delle affissioni abusive, con successiva notifica di apposito avviso.

4. I mezzi pubblicitari esposti abusivamente possono, con ordinanza del Sindaco, essere sequestrati a garanzia del pagamento delle spese di rimozione e di custodia, nonché dell'imposta e dell'ammontare delle relative soprattasse ed interessi; nella medesima ordinanza viene stabilito un termine entro il quale gli interessati possono chiedere la restituzione del materiale sequestrato previo versamento di una congrua cauzione stabilita nella ordinanza stessa.

Art. 24

Gestione del Servizio

1. La gestione del servizio di accertamento e riscossione dell'imposta sulla pubblicità è effettuata dal Comune normalmente in forma diretta.

2. Qualora il Comune lo ritenga più conveniente sotto il profilo economico e funzionale, esso può essere affidato in concessione secondo le disposizioni del D.Lgs. 507/1993. In tal caso il concessionario subentra al Comune in tutti i diritti ed obblighi inerenti la gestione del servizio.

Art. 25

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 del Capo I del Decreto Legislativo 15.11.1993, n. 507.

2. Viene abrogato il Regolamento comunale per l'applicazione dell'imposta sulla pubblicità e dei diritti sulle pubbliche affissioni, approvato con deliberazione del Consiglio comunale n. 86 in data 22.12.1988.