



COMUNE DI SALA BOLOGNESE
(Provincia di Bologna)

**PIANO DI LOCALIZZAZIONE DEI PUNTI VENDITA ESCLUSIVI PER LA DIFFUSIONE
DELLA STAMPA QUOTIDIANA E PERIODICA
E DISCIPLINA DEI PUNTI VENDITA NON ESCLUSIVI**

Approvato con delibera consiliare n° 64 del 7.11.2006
Pubblicato all'albo pretorio per 15 gg. dal 10.11.2006 al 25.11.2006
Ripubblicato all'Albo Pretorio per 15 giorni dall'1.12.2006 al 16.12.2006

COMUNE DI SALA BOLOGNESE	1
ALLEGATO A	4
IL QUADRO GENERALE DI RIFERIMENTO	4
Il contesto normativo – Gli effetti della sperimentazione – Il Decreto di riordino –	4
Gli indirizzi regionali	4
ALLEGATO B	10
PIANO DI LOCALIZZAZIONE DEI PUNTI VENDITA ESCLUSIVI PER LA DIFFUSIONE DELLA STAMPA QUOTIDIANA E PERIODICA E DISCIPLINA DEI PUNTI DI VENDITA NON ESCLUSIVI	10
CAPO I	10
PRINCIPI GENERALI	10
ARTICOLO 1 – RIFERIMENTI NORMATIVI	10
ARTICOLO 2 – DEFINIZIONI	10
ARTICOLO 3 – FINALITÀ E CONTENUTI DEL PIANO – AMBITO DI APPLICAZIONE	11
ARTICOLO 4 – COMMISSIONE CONSULTIVA	11
ARTICOLO 5 - VALIDITÀ DEL PIANO.....	12
ARTICOLO 6 - ATTIVITÀ SOGGETTE DISCIPLINA AUTORIZZATORIA	12
ARTICOLO 7 - ESENZIONE DALL'AUTORIZZAZIONE.	12
CAPO II	14
ANALISI TERRITORIALE E DEMOGRAFICA.....	14
ARTICOLO 8 - METODOLOGIA OPERATIVA	14
ARTICOLO 9 – L'EVOLUZIONE DEMOGRAFICA DEL COMUNE	14
ARTICOLO 10 - ANALISI PUNTI DI VENDITA ESISTENTI NEL TERRITORIO COMUNALE	16
ARTICOLO 11 - ANALISI DELLE VENDITE DI QUOTIDIANI E RIVISTE NEGLI ULTIMI DUE ANNI	16
CAPO III	22
PIANIFICAZIONE COMUNALE.....	22
ARTICOLO 12 – SUDDIVISIONE DEL TERRITORIO COMUNALE IN AMBITI	22
12.1 – Criteri di suddivisione per ambiti	22
12.2 – Descrizione ambiti.....	22
ARTICOLO 13 – PIANO DI LOCALIZZAZIONE PUNTI DI VENDITA ESCLUSIVI E NON ESCLUSIVI – POSSIBILITÀ INSEDIATIVA.....	24
ARTICOLO 14 - AUTORIZZAZIONI IN DEROGA	25
ARTICOLO 15 – TRASFERIMENTI ALL'INTERNO DELLO STESSO AMBITO, DEI PUNTI DI VENDITA ESCLUSIVI E NON ESCLUSIVI.	25
ARTICOLO 16 – TRASFERIMENTO DEI PUNTI DI VENDITA ESCLUSIVI E NON ESCLUSIVI IN AMBITO DIVERSO.	25
ARTICOLO 17 – DOMANDE CONCORRENTI – CRITERIO DA APPLICARSI	25
ARTICOLO 18 – DISTRIBUTORI AUTOMATICI.....	26
ARTICOLO 19 - AUTORIZZAZIONI STAGIONALI.....	26
ARTICOLO 20 - EDICOLE SU SUOLO PUBBLICO	26
CAPO IV	27
DISCIPLINA DELL'ATTIVITÀ E PROVVEDIMENTI ABILITATIVI.....	27
ARTICOLO 21 - REQUISITI GENERALI PER L'ESERCIZIO DELL'ATTIVITÀ.....	27
ARTICOLO 22 - REQUISITI DEI LOCALI PER LO SVOLGIMENTO DI ATTIVITÀ'	27
ARTICOLO 23 – DOMANDA E DOCUMENTI A CORREDO PER IL RILASCIO DI NUOVE AUTORIZZAZIONI O PER TRASFERIMENTI IN AMBITO DIVERSO - MODULISTICA	28
ARTICOLO 24 - SUPERFICIE DI VENDITA	28
ARTICOLO 25 - CONTENUTO DELL'AUTORIZZAZIONE.....	28
ARTICOLO 26 – COMUNICAZIONE DI TRASFERIMENTO NELLO STESSO AMBITO O DI AMPLIAMENTO – PUNTI ESCLUSIVI E NON ESCLUSIVI. MODULISTICA	29
ARTICOLO 27 – DURATA DELLE AUTORIZZAZIONI.....	29
ARTICOLO 28 – DISCIPLINA DEL SUBINGRESSO - MODULISTICA.....	30
ARTICOLO 29 – DISCIPLINA DELLA CESSAZIONE DELL'ATTIVITÀ. MODULISTICA	30
ARTICOLO 30 – MODALITÀ DI VENDITA.....	30
ARTICOLO 31 – ORARI	31
ARTICOLO 32 – DIVIETO DI ESERCITARE L'ATTIVITÀ SENZA IL TITOLO AUTORIZZATIVO....	31

ARTICOLO 33 – DISPOSIZIONI TRANSITORIE PER IL RILASCIO DELL’AUTORIZZAZIONE DI DIRITTO	32
ARTICOLO 34 – SANZIONI.....	32
ARTICOLO 35 - REVOCA DELL’AUTORIZZAZIONE E DIVIETO DI PROSECUZIONE DELL’ ATTIVITÀ PER PUNTI VENDITA ESCLUSIVI.....	32
ARTICOLO 36 – REVOCA DELL’AUTORIZZAZIONE E DIVIETO DI PROSECUZIONE DELL’ ATTIVITÀ PER PUNTI VENDITA NON ESCLUSIVI	33
CAPO V	34
DISPOSIZIONI SUI PROCEDIMENTI	34
ARTICOLO 37 - TERMINE DI CONCLUSIONE DEL PROCEDIMENTO	34
ARTICOLO 38 - RINVIO ALLE NORME GENERALI SUI PROCEDIMENTI.....	34
ALLEGATO E	35
NORMATIVE SPECIFICHE DI RIFERIMENTO	35
PER IL SETTORE.....	35
FATTO E DIRITTO	Errore. Il segnalibro non è definito.
<i>ALLEGATO F</i>	<i>58</i>
M O D U L I S T I C A	58
RIVENDITA DI GIORNALI E RIVISTE	59
Modello UNICO valevole per	59
Domanda di AUTORIZZAZIONE AVVIO punto ESCLUSIVO o NON ESCLUSIVO	59
Domanda di AUTORIZZAZIONE TRASFERIMENTO FUORI ZONA punto ESCLUSIVO	59
RIVENDITA DI GIORNALI E RIVISTE	77
Modello UNICO valevole per	77
Comunicazione di AMPLIAMENTO	77
Comunicazione di TRASFERIMENTO NELLA STESSA ZONA	77
RIVENDITA DI GIORNALI E RIVISTE	84
COMUNICAZIONE DI CESSAZIONE DELL’ATTIVITÀ	84
punto esclusivo e/o non esclusivo.....	84

IL QUADRO GENERALE DI RIFERIMENTO

Il contesto normativo – Gli effetti della sperimentazione – Il Decreto di riordino –

Gli indirizzi regionali

Con l'entrata in vigore della legge 426/71 (Disciplina del Commercio), si tentò di assoggettare la vendita di quotidiani e periodici alla nuova normativa di cui alla legge 426 stessa, oggi abrogata dal D. Lgs. 114/98. Ma il tentativo non fu coronato da successo, in quanto si continuò a credere alla teoria in base alla quale, chi vende giornali e periodici, non acquista merci per rivenderle direttamente al consumatore finale, bensì prodotto editoriale in "conto deposito" o in regime di "vendita in sospeso", non qualificandosi, pertanto commerciante al minuto ai sensi della legge 426/71.

Da tutto questo discendeva il non obbligo dell'iscrizione al Rec, dell'autorizzazione amministrativa di cui all'art. 24 della legge, del rispetto di orari e turni di riposo, e la non applicabilità delle sanzioni e dei provvedimenti accessori previsti dalla 426 stessa.

Una schiarita in merito al problema delle competenze in materia di vendita di giornali e riviste si ebbe con l'emanazione del DPR 616/77. L'articolo 52 dello stesso delegò alle regioni l'esercizio delle funzioni amministrative relative alle rivendite di giornali e riviste, nel quadro degli indirizzi determinati e dal governo.

L'articolo 54 del medesimo DPR, attribuì, invece, ai comuni, le funzioni amministrative che riguardano l'autorizzazione alla vendita di giornali e riviste.

La delega di cui al predetto articolo 52, ha trovato una prima attuazione con la legge 416/81, articoli 14 e 50. Con il primo di detti articoli sono stati precisati i criteri ai quali si dovevano uniformare le regioni nell'elaborare gli indirizzi per i comuni in materia di predisposizione dei piani di localizzazione dei punti ottimali di vendita di quotidiani e periodici.

In detti criteri era previsto tra l'altro che:

- le autorizzazioni per la rivendita, in posti fissi, di quotidiani e periodici, dovevano essere rilasciate dai comuni in conformità ad appositi piani predisposti tenuto conto dei criteri stabiliti dalle regioni;
- le autorizzazioni rilasciate per esercizi della grande distribuzione, librerie e rivendite di tabacchi potevano comprendere, a richiesta, anche l'autorizzazione per vendere quotidiani e periodici, qualora ciò fosse programmato nei piani;
- l'obbligo di adottare i piani comunali entro agosto 1982.

Il Consiglio Regionale dell'Emilia Romagna, con proprio atto n. 1607 del 13 gennaio 1983, deliberò i "Primi indirizzi della programmazione regionale in materia di rivendite di giornali e riviste", mentre la Giunta Regionale predispose un progetto di legge, per quanto atteneva alla metodologia e al contenuto del Piano, apparso sul supplemento del Bollettino ufficiale n. 84 del 22 luglio 1986 (ma mai tradotto in atto legislativo).

Successivamente la legge 416/1981 è stata modificata dalla legge 25 febbraio 1987 n. 67, la quale, all'art. 7, modificando l'art. 14 della 416, stabiliva, tra l'altro, che l'autorizzazione comunale era dovuta in determinati casi, se il Comune non si fosse dotato del Piano entro un anno dalla entrata in vigore, appunto della legge 67, ovvero entro il 10 marzo 1988.

Il Comune di Sala Bolognese adottò il piano, a valenza quadriennale, con deliberazione della Giunta Comunale n. 93 del 9 marzo 1988, poi ratificata dal Consiglio Comunale.

In base a tale piano, erano previste tre autorizzazioni (una a Padulle, una Sala e una a Osteria Nuova) che erano comunque già coperte, quindi non erano previste nuove autorizzazioni da rilasciare.

IL DECRETO LEGISLATIVO 114/1998 E LA VENDITA DEI GIORNALI

L'art. 26, comma 4, del D. Lgs. 114/98 (riforma della disciplina del commercio), prevede che, fino al 24 aprile 1999, resta salvo quanto previsto in materia di esercizio dell'attività di vendita di giornali, quotidiani e periodici dalla legge 416/1981, e successive modifiche, ed ai soggetti titolari di dette attività non si applicano le disposizioni di cui all'articolo 25 comma 1 (ovvero: il legislatore ha differito la possibilità per le rivendite di quotidiani e periodici, di commercializzare le merci del corrispondente settore merceologico, a partire dal 24 aprile 1999).

Senonchè, l'articolo 26, comma 4, non è mai entrato in vigore. Infatti, successivamente, l'art. 4, comma 2 della legge 13 aprile 1999 n. 108, ha abrogato il comma 4 dell'art. 26 del Decreto 114/98.

Pertanto, il comma 4 dell'art. 26 del medesimo (114/98) che prevedeva l'estensione merceologica per le rivendite di quotidiani e periodici a tutte le merci del settore merceologico non alimentare a partire dal 24 aprile 1999, non è mai entrato in vigore, essendo stato abrogato a decorrere dallo stesso giorno in cui sarebbe dovuto entrare in vigore.

LA SPERIMENTAZIONE DI CUI ALLA LEGGE 108/99

Con la legge 108 del 13 aprile 1999, in vista di un riordino organico del sistema di vendita della stampa quotidiana e periodica, il governo decise di verificare la validità di nuove forme di vendita di giornali e periodici, con la convinzione che i risultati della sperimentazione avrebbero potuto orientare le future scelte del legislatore.

Con l'articolo 1 della legge 108 si è aggiunta una lettera, la d-bis, all'articolo 14, comma 11, della legge 416/81, in base alla quale non era necessaria alcuna autorizzazione per sperimentare nuove forme di vendita di quotidiani e periodici presso alcuni esercizi, di cui alle tipologie espressamente indicate.

La sperimentazione, della durata di diciotto mesi, (ovvero fino al 24 ottobre 2001) ed estesa a tutto il territorio nazionale, aveva lo scopo di acquisire elementi conoscitivi sulle variazioni provocate nel mercato dalla stampa quotidiana e periodica della messa in vendita di giornali e periodici in esercizi diversi dalle tradizionali rivendite fisse.

I partecipanti alla sperimentazione, potevano, volendolo, limitare la vendita ai quotidiani od ai periodici. Operata la scelta, avevano comunque l'obbligo di assicurare parità di trattamento alle diverse testate poste in vendita. Le pubblicazioni pornografiche sono state espressamente escluse dalla sperimentazione.

La legge conteneva poi alcune altre regole previste per la sperimentazione.

In base a tale normativa, determinati esercizi potevano quindi avviare la sperimentazione dandone una semplice comunicazione al Comune e al Dipartimento per l'informazione e l'editoria della Presidenza del Consiglio dei Ministri, entro 30 giorni dalla data di entrata in vigore della 108 stessa, ovvero entro il 24 maggio 1999.

A detta di molti, però, la sperimentazione non c'è stata o, quanto meno, non è stata effettuata come era nella volontà del legislatore, per il semplice motivo che non tutti coloro che, avendone i requisiti, avevano comunicato di parteciparvi, come previsto dalla legge sopra ricordata, hanno ottenuto il prodotto editoriale da poter vendere. I distributori, infatti, sulla base di loro valutazioni, hanno autonomamente deciso a chi assegnare o meno il prodotto editoriale per la vendita.

Ciò dimostra che editori e distributori locali, che hanno mantenuto il pieno controllo della filiera distributiva, non sono propensi, evidentemente, a liberalizzare la rete di distribuzione, ma semmai ad attivare un processo di rafforzamento della stessa.

L'Università degli Studi di Parma ed il Dipartimento per l'Editoria della Presidenza del Consiglio dei Ministri, hanno provveduto, com'è noto, ad analizzare nel dettaglio gli effetti della sperimentazione nel rapporto intitolato "Monitoraggio della sperimentazione dell'allargamento della rete di vendita dei giornali".

Escludendo ogni intendimento di volere riassumere in poche righe un rapporto che appare estremamente approfondito ed articolato, nondimeno è possibile ricavarne alcuni dati e svolgere alcune considerazioni che appaiono d'interesse anche ai fini della programmazione locale.

A livello nazionale, le copie vendute a seguito della effettuazione della sperimentazione, sono incrementate, nel complesso, dell'1,7 per cento (in valore, l'incremento è del 3,1 per cento).

Analizzando, per lo stesso periodo, la dinamica dei punti vendita tradizionali, emerge che il numero degli stessi passa da 40.969 a 40.446, con una diminuzione dell'1,3 per cento.

I punti vendita in sperimentazione passano, dagli iniziali 4.121 a 3.598, con una diminuzione, in corso di sperimentazione, del 12,7 per cento.

L'incidenza dei punti vendita in sperimentazione su quelli tradizionali passa dal valore iniziale del 10 per cento, al valore dell'8,9 per cento.

Nella tabella che segue è riportato l'andamento dei punti vendita, a livello nazionale, riferibile al semestre da gennaio a giugno dell'anno 2000.

GENNAIO GIUGNO 2000	PDV TRADIZIONALI	+ - %	PDV SPERIMENTALI	+/- %	INCID.ZA
gennaio	40.969		4.121		10
febbraio	40.943		4.085		10
marzo	40.968		4.120		10
aprile	40.508		3.660		9
maggio	40.446		3.598		8,9
giugno	40.446		3.598		8,9
TOTALE		- 1,3		- 12,7	

Fonte: Monitoraggio della sperimentazione dell'allargamento della rete di vendita dei giornali, a cura del Dipartimento per l'Informazione e l'Editoria della presidenza del Consiglio dei Ministri e del Dipartimento di Economia dell'Università degli Studi di Parma

Tali dati consentono di esprimere in via generale alcune considerazioni:

- l'incremento del volume delle vendite in rapporto ai punti vendita aggiuntivi attivati, non può considerarsi del tutto soddisfacente;
- ciò testimonia che si è in presenza di un mercato tendenzialmente saturo e nel contempo, avvalorata l'esistenza di una buona rete di diffusione rappresentata dagli esercizi tradizionali;
- l'incremento dei punti di vendita ha rappresentato una variabile tutt'altro che indifferente dal punto di vista dei costi di distribuzione così come si desume non solo dal basso rapporto fra esercizi attivati e comunicazioni ricevute, ma anche dalla stessa estromissione, in corso di sperimentazione, degli esercizi attivati, segno evidente che all'incrementi dei costi logistici emergenti non ha corrispondono (perlomeno non sempre) un adeguato fatturato di vendita.

L'articolo 1, comma 3, della legge 108/99 prevede che i punti esclusivi di vendita di quotidiani e periodici, dalla data di entrata in vigore della legge (e cioè dal 24 aprile 1999), e fatto salvo quanto in essa stabilito, sono soggetti alla disciplina generale prevista dal D.Lgs. 114/98.

Detta previsione è sfociata in numerosi quesiti ai quali il Mica, con circolare 3482/C del 21 marzo 2000, prot. N. 502695, ha fornito risposta.

Inoltre, l'art. 26, comma 6 del Decreto 14, ha soppresso, tra l'altro, la voce n. 50 della tabella c) allegata al decreto del presidente della Repubblica n. 300 del 26 aprile 1992, come modificata ed integrata dal Decreto del Presidente della Repubblica n. 407 del 9 marzo 1994, che stabiliva in 30 giorni i termini di conclusione del procedimento, con l'istituto del silenzio assenso di cui all'art. 20 della legge 7 agosto 1990, n. 241.

Pertanto, il Piano Comunale deve anche stabilire le modalità di gestione del procedimento ed i termini di conclusione dello stesso.

LA DELEGA AL GOVERNO PER IL RIORDINO DEL SISTEMA DI DIFFUSIONE DEI QUOTIDIANI E PERIODICI. IL DECRETO LEGISLATIVO 170/2001.

L'articolo 3 della legge 108/99 ha delegato il governo ad emanare, entro il 24 aprile 2001, un decreto legislativo per il riordino organico del sistema di vendita di quotidiani e periodici.

Entro il termine previsto di cui sopra, è stato emanato il D.Lgs. 170/2001, di "riordino del sistema di diffusione della stampa quotidiana e periodica", che si applica anche alla stampa estera venduta in Italia:

Tale Decreto fissa i principi e le direttive per la disciplina, da parte delle regioni, delle modalità e condizioni per la vendita di quotidiani e periodici, individuando, nel modo seguente, i punti di vendita esclusivi e non esclusivi:

- a) sono **esclusivi** i punti di vendita previsti nell'apposito piano comunale, nei quali si vendono obbligatoriamente sia i quotidiani che i periodici. Ciò significa che il rivenditore finale non può sottrarsi all'obbligo di porre in vendita i prodotti editoriali che per tipologia, categoria e quantità, sono allo stesso assegnati da editori e distributore locale cui compete, sotto tale profilo, il pieno controllo della filiera distributiva.
- b) sono **non esclusivi** gli esercizi di vendita individuati espressamente dal decreto legislativo nei quali, in aggiunta ad altre merci, si vendono quotidiani o periodici.

Negli esercizi non esclusivi, la vendita di quotidiani o periodici è strettamente correlata ad attività già esistenti, come individuate dall'art. 2 comma 3 del D.Lgs. 170. Conseguentemente, il soggetto titolare di una di dette attività, qualora ottenga l'autorizzazione per l'attivazione di un punto non esclusivo di vendita di giornali o periodici ne può cedere la gestione a terzi, come ramo d'azienda. La stessa attività di vendita di giornali o periodici non può però essere trasferita di sede, indipendentemente da quella alla quale inerisce, in quanto ciò farebbe venir meno quel legame funzionale che permette di rilasciare autorizzazioni per dar vita a punti di vendita qualificati come "non esclusivi".

L'attività di vendita, sia che riguardi esercizi esclusivi o meno, è soggetta ad autorizzazione che rilascia il Comune nel cui territorio è ubicato il punto di vendita da attivare.

L'autorizzazione può essere rilasciata anche per attività di vendita a carattere stagionale, la cui ampiezza o durata deve essere stabilita dal comune e figurare nell'autorizzazione d'esercizio.

Per i punti di vendita esclusivi, l'autorizzazione può essere rilasciata soltanto nel rispetto dei piani comunali previsti dall'art. 6 del D.Lgs di riferimento.

Il comma 5 dell'articolo 2 del D. Lgs. 170/2001, prevede che i titolari di vendite di generi di monopolio, di distributori di carburante, di bar, di medie e grandi strutture e di centri commerciali, di librerie ed esercizi a prevalente specializzazione, che non hanno effettuato la sperimentazione di cui all'articolo 1 della legge 108/99, possono, a richiesta, essere autorizzati all'esercizio di un punto di vendita non esclusivo, a condizione che presentino al Comune territorialmente competente, una dichiarazione nella quale si precisino:

- la tipologia dei prodotti venduti e, cioè, se si intendono vendere quotidiani oppure periodici;
- l'impegno a non variare il prezzo di vendita dei prodotti;
- l'impegno a non inserire le testate poste in vendita a titolo di sperimentazione in alcun altro tipo di vendita, anche relativa ad altri beni, che non siano quelli offerti dall'editoria ed a cedere le testate stesse a condizioni identiche a quelle praticate nei punti di vendita esclusivi;
- impegno a prevedere un apposito ed adeguato spazio espositivo per le testate poste in vendita.

Con regola programmatica generale, è stabilito che il rilascio dell'autorizzazione, anche se a carattere stagionale, può avvenire per i singoli punti di vendita, siano essi esclusivi o meno previa verifica e valutazione, da parte del Comune, dei seguenti parametri:

- **densità della popolazione;**
- **caratteristiche urbanistiche e sociali delle zone nelle quali si ritiene di suddividere il territorio comunale;**
- **entità delle vendite di quotidiani e periodici negli ultimi due anni;**

- **condizioni di accesso al mercato (disponibilità di aree e siti pubblici e privati);**
- **esistenza o meno di altri punti di vendita.**

Pertanto, i Comuni, per poter rilasciare autorizzazioni sia per esercizi esclusivi che non, devono dotarsi di un piano che tenga conto dei suddetti parametri, per entrambi le tipologie.

Il Decreto Legislativo 170/2001, ha stabilito anche che le Regioni dovevano emanare apposite linee di indirizzo. Inoltre, il medesimo decreto, ha fissato i casi esenti da autorizzazione, le modalità di vendita, ed ha espressamente abrogato l'art. 14 della legge 416/81 (che nel frattempo era stato poi modificato dall'art. 7 della Legge 67/1987).

GLI INDIRIZZI REGIONALI

La Regione Emilia Romagna ha emanato gli indirizzi per la predisposizione dei Piani Comunali, con delibera della Giunta Regionale n. 183 dell'11 febbraio 2002, poi approvata dal Consiglio Regionale con atto n. 354 dell'8 maggio 2002.

Le disposizioni regionali hanno stabilito la metodologia che i Comuni devono seguire per l'adozione del Piano, previa consultazione delle associazioni più rappresentative a livello nazionale degli editori e dei distributori nonché delle organizzazioni sindacali maggiormente rappresentative a livello nazionale dei rivenditori.

Il Piano deve quindi determinare la localizzazione ottimale dei punti di vendita esclusivi, le conseguenti esigenze di nuove aperture e trasferimenti, anche con indicazioni di priorità. Pertanto i Comuni definiscono i piani comunali di localizzazione nel rispetto degli indirizzi regionali, mentre per i punti non esclusivi, i Comuni provvedono, autonomamente, alla definizione degli appositi criteri. Del tutto analoghi sono però i parametri di riferimento per la programmazione, come sopra elencati.

L'atto di indirizzo regionale si caratterizza, sotto un certo profilo, per la totale assenza di parametri volti ad orientare l'attività di programmazione locale verso il raggiungimento di obiettivi prefissati in termini di sviluppo e razionalizzazione della rete di diffusione della stampa .

La Regione ha scelto evidentemente di non andare oltre ad un generico richiamo dei parametri della programmazione, così come indicati nel decreto legislativo n.170/01, evitando di definire “griglie” di sorta . Ciò implica che la definizione delle scelte programmatiche sia lasciata, di fatto, alla pressoché autonomia dei comuni .

Tipologie dei chioschi e dei locali di vendita

Gli indirizzi regionali ammettono la possibilità, ma non l'obbligo, di definire le tipologie dei chioschi e delle altre strutture (locali) prevedendo anche dimensioni minime atte a consentire l'ampia esposizione delle testate, per assicurare la parità di trattamento.

Autorizzazioni stagionali

Il decreto legislativo n. 170 del 2001 ammette la possibilità di rilascio delle autorizzazioni di tipo stagionale. In tal senso, appare comunque opportuna la delimitazione, operata dalla regione, circa la validità dell'autorizzazione per un periodo non superiore a sei mesi.

Si reputa che il piano possa prevedere espressamente che tale periodo sia usufruito anche non continuativamente in corso d'anno, sia pure in corrispondenza di determina i periodi per i quali si presume la maggiore affluenza turistica.

Distributori automatici

Il decreto legislativo n. 170 del 2001 non dispone alcunché in ordine alla possibilità di distribuzione del prodotto editoriale con l'ausilio di distributori automatici.

Trattasi di una modalità di distribuzione del prodotto poco utilizzata e tuttavia, meritevole di essere considerata.

In tal senso, è comunque opportuna la previsione di un'apposita disciplina, che assoggetti a normale autorizzazione la vendita effettuata tramite distributori automatici se svolta in locale ad uso esclusivo.

Tale impostazione è condivisa poiché, a ben vedere, la distribuzione del prodotto a mezzo di apparecchiature automatiche è da qualificarsi alla stregua di modalità particolare di erogazione del servizio (rispetto al tradizionale servizio effettuato dal rivenditore), ma nulla modifica in ordine alla tipologia dell'attività e conseguentemente, rispetto al profilo autorizzatorio.

Per altro verso (e per le stesse considerazioni), è conseguente che la collocazione di distributori automatici nell'ambito degli spazi di pertinenza di punti vendita già autorizzati, non assuma rilievo di alcun genere e possa pertanto essere effettuata liberamente.

Modalità di consultazione delle categorie

Gli indirizzi regionali prevedono, ai fini della predisposizione dei piani comunali e per la definizione degli aspetti programmatici inerenti all'attività delle rivendite di giornali e riviste, che sia acquisito il parere preliminare delle organizzazioni degli editori, dei distributori e dei rivenditori, più rappresentative a livello nazionale.

La procedura indicata dagli indirizzi regionali prevede che:

- il parere debba essere acquisito in forma scritta;
- venga istituita dal Comune una apposita commissione consultiva, formata da un rappresentante e relativo supplente per ciascuna delle organizzazioni, di cui dovranno essere determinate le modalità di funzionamento da parte dei comuni.

PIANO DI LOCALIZZAZIONE DEI PUNTI VENDITA ESCLUSIVI PER LA DIFFUSIONE DELLA STAMPA QUOTIDIANA E PERIODICA E DISCIPLINA DEI PUNTI DI VENDITA NON ESCLUSIVI

CAPO I

PRINCIPI GENERALI

ARTICOLO 1 – RIFERIMENTI NORMATIVI

- a) Legge 5 agosto 1981 n° 416 (*Disciplina delle imprese editrici e provvidenze per l'editoria*), con particolare riferimento all'art. 14;
- b) Decreto legislativo 31 marzo 1998 n° 114 (*Riforma della disciplina relativa al settore del commercio, a norma dell'art. 4, comma 4, della L. 15 marzo 1997 n° 59*);
- c) Legge 13 aprile 1999 n° 108 *Nuove norme in materia di punti di vendita per la stampa quotidiana e periodica*);
- d) Decreto legislativo 24 aprile 2001 n° 170 (*Riordino del sistema di diffusione della stampa quotidiana e periodica, a norma dell'articolo 3 della legge 13 aprile 1999 n° 108*);
- e) Deliberazione Consiglio Regionale 8 maggio 2002 n° 354 (*Indirizzi regionali per la predisposizione da parte dei Comuni del piano di localizzazione dei punti di vendita esclusivi della stampa quotidiana e periodica*).
- f) Circolare Ministero Attività Produttive prot. n. 550551 del 2 aprile 2003;
- g) Circolare Ministero Attività Produttive prot. n. 547466 del 4 febbraio 2003;
- h) Circolare Ministero Attività Produttive n. 3538/e – Prot. n. 516192 del 28 dicembre 2001;
- i) Circolare Minindustria n. 3482/c del 21 marzo 2000;
- j) Decreto Legislativo n. 114/1998 “*Riforma della disciplina relativa al settore del commercio, a norma dell'articolo 4, comma 4, della L. 15 marzo 1997, n. 59*”;
- k) Legge 241/1990 “*Nuove norme sul procedimento amministrativo*”;
- l) *Regolamento Comunale disciplinante i procedimenti amministrativi*, approvato con deliberazione consiliare n. 79 del 27 ottobre 2005.

ARTICOLO 2 – DEFINIZIONI

1. Punti di vendita esclusivi: si intendono quelli che, previsti nel piano comunale di localizzazione, **sono tenuti** alla vendita generale di quotidiani e periodici. In particolare rientra fra i punti di vendita esclusivi la vendita tramite distributori automatici di quotidiani e riviste, qualora l'attività avvenga in apposito locale ad essa adibito in modo esclusivo.
2. Punti di vendita non esclusivi: si intendono gli esercizi che, in aggiunta ad altre merci, vale a dire **in abbinamento con le attività espressamente previste dall'art 2, comma 3, del decreto legislativo n. 170 del 2001**, sono autorizzati alla vendita di quotidiani, **oppure** di periodici. In particolare possono essere autorizzate all'esercizio di un punto di vendita non esclusivo:

- a) le rivendite di generi di monopolio;

- b) le rivendite di carburanti e di oli minerali con il limite minimo di superficie pari a metri quadrati 1.500;
 - c) i bar, inclusi gli esercizi posti nelle aree di servizio delle autostrade e nell'interno di stazioni ferroviarie, aeroportuali e marittime, ed esclusi altri punti di ristoro, ristoranti, rosticcerie e trattorie;
 - d) le strutture di vendita come definite dall'articolo 4, comma 1, lettere e), f) e g), del decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 114, con un limite minimo di superficie di vendita pari a metri quadrati 700;
 - e) gli esercizi adibiti prevalentemente alla vendita di libri e prodotti equiparati, con un limite minimo di superficie di metri quadrati 120;
 - f) gli esercizi a prevalente specializzazione di vendita, con esclusivo riferimento alla vendita delle riviste di identica specializzazione.
3. Ambiti territoriali: minima unità territoriale a livello urbanistico o territoriale, nelle quali vengono definiti particolari caratteristiche e vocazioni che possono determinare specifiche possibilità insediative di punti di vendita.

ARTICOLO 3 – FINALITÀ E CONTENUTI DEL PIANO – AMBITO DI APPLICAZIONE

1. Il presente Piano fissa le norme di localizzazione dei punti vendita esclusivi allo scopo di creare un sistema per la diffusione della stampa quotidiana e periodica, che tenga conto degli usi e delle consuetudini locali ed agevoli l'accesso dei consumatori ai punti vendita di giornali e riviste, in applicazione della Legge 13 aprile 1999, n. 108, del Decreto Legislativo 24 aprile 2001, n. 170, della deliberazione di Consiglio Regionale 8 maggio 2002, n. 354.
2. Il Piano fissa altresì i criteri per il rilascio delle autorizzazioni per punti vendita non esclusivi.
3. Esso si propone di razionalizzare la diffusione della stampa attraverso una razionale verifica del sistema gravitazionale e di addensamento delle utenze potenziali ai fini di una migliore produttività del servizio ed un più facile accesso degli utenti ai punti di vendita.
4. Il piano di localizzazione tende a perseguire tali finalità mediante un'indagine conoscitiva a livello territoriale e comunale del livello attuale di dotazione di punti di vendita esclusivi e non esclusivi, delle caratteristiche urbanistiche e sociali delle zone, degli usi e delle consuetudini locali dei consumatori, della densità di popolazione, delle vendite dei quotidiani e periodici negli ultimi due anni, nonché delle previsioni di sviluppo degli insediamenti residenziali e produttivi individuati negli strumenti urbanistici.
5. Tale obiettivo può essere raggiunto mediante una opportuna zonizzazione del territorio.
6. Sono soggette al presente piano di localizzazione le autorizzazioni per i punti di vendita esclusivi, tenuti alla vendita generale di quotidiani e periodici e così come definiti nel precedente articolo; il piano medesimo detta altresì i criteri per il rilascio delle autorizzazioni per l'insediamento di punti di vendita non esclusivi.
7. Non rientrano nel piano di localizzazione le attività di cui all'art. 3 del D. lgs. 170/2001, così come indicate al successivo articolo 7.

ARTICOLO 4 – COMMISSIONE CONSULTIVA E PARERI

1. **Ai sensi dell'art. 11 degli Indirizzi Regionali**, per la definizione degli aspetti programmatici inerenti l'attività delle rivendite di giornali e riviste è stata istituita, con deliberazione di Giunta. n. 15 del 18.02.2006, esecutiva ai sensi di legge, apposita Commissione Consultiva, contenente anche le norme sul funzionamento delle relative sedute.
2. La Commissione suddetta è stata nominata con Decreto del Sindaco prot. n. 2579 del 23.02.2006, sulla base delle designazioni richieste dal Comune con nota prot. n. 15022 del 5.12.2005, e pervenute nei termini, da parte delle seguenti associazioni:
 - le associazioni più rappresentative a livello nazionale degli editori;
 - le associazioni più rappresentative a livello nazionale dei distributori;
 - le organizzazioni sindacali più rappresentative a livello nazionale dei rivenditori.
3. La durata della Commissione è fissata in 5 anni decorrenti dal provvedimento di nomina, come stabilito dall'art. 11, comma 3 degli indirizzi regionali.
4. **Ai sensi dell'art. 10 degli Indirizzi Regionali**, al fine della predisposizione dei piani comunali di localizzazione dei punti di vendita esclusivi è preventivamente sentito il parere delle seguenti organizzazioni: a) le associazioni più rappresentative a livello nazionale degli editori; b) le associazioni più rappresentative a livello nazionale dei distributori; c) le organizzazioni sindacali più rappresentative a livello nazionale dei rivenditori. Il parere, che va acquisito a titolo consultivo a prescindere dalla istituzione della Commissione comunale di cui al punto 12) è richiesto in forma scritta. Le organizzazioni suddette esaminano le proposte entro trenta giorni dal ricevimento della comunicazione ed esprimono il parere. Trascorso tale termine, si intende che il parere è favorevole.

ARTICOLO 5 - VALIDITÀ DEL PIANO

1. La validità del presente Piano è fissata in quattro anni a decorrere dalla data di esecutività della deliberazione con la quale è stato approvato (*art. 2, comma 3 degli Indirizzi Regionali*).
2. Alla scadenza del quadriennio, il Piano mantiene la sua validità nelle more della predisposizione del nuovo piano quadriennale.
- 3. Il Piano potrà tuttavia essere oggetto di revisione anticipata rispetto la scadenza quadriennale, in relazione allo sviluppo degli insediamenti produttivi ed abitativi, previa effettuazione della consultazione nei modi e forme già indicate al precedente articolo 4, comma 4.**

ARTICOLO 6 - ATTIVITÀ SOGGETTE DISCIPLINA AUTORIZZATORIA

1. Sono soggette ad autorizzazione di cui all'art. 2 del D.lgs. 170/2001, i punti di vendita esclusivi e non esclusivi citati al punto precedente, così come definiti al precedente articolo 2.
2. L'autorizzazione per i punti di vendita Non Esclusivi di cui al presente piano è rilasciata, su richiesta dell'interessato, per:
 - a) **solì quotidiani;**
 - b) **solì periodici.**

ARTICOLO 7 - ESENZIONE DALL'AUTORIZZAZIONE.

1. **Non è necessaria l'autorizzazione (art. 3 D. Lgs. 170/2001):**

- a) per la vendita nelle sedi dei partiti, enti, chiese, comunità religiose, sindacati, associazioni, di pertinenti pubblicazioni specializzate;
- b) per la vendita ambulante di quotidiani di partito, sindacali e religiosi, che ricorrano all'opera di volontari a scopo di propaganda politica, sindacale o religiosa;
- c) per la vendita nelle sedi delle società editrici e delle loro redazioni distaccate, dei giornali da esse editi;
- d) per la vendita di pubblicazioni specializzate non distribuite nelle edicole;
- e) per la consegna porta a porta e per la vendita ambulante da parte degli editori, distributori ed edicolanti;
- f) per la vendita in alberghi e pensioni quando essa costituisce un servizio ai clienti;
- g) per la vendita effettuata all'interno di strutture pubbliche o private rivolta unicamente al pubblico che ha accesso a tali strutture.

CAPO II

ANALISI TERRITORIALE E DEMOGRAFICA

ARTICOLO 8 - METODOLOGIA OPERATIVA

1. Per definire la programmazione insediativa dei punti di vendita esclusivi e non esclusivi sono stati acquisiti i dati relativi alla situazione di fatto dei punti di vendita presenti, con la distinzione fra esclusivi e non esclusivi, nell'ambito della suddivisione del territorio per unità territoriali omogenee sotto il profilo urbanistico e territoriale in genere.
2. E' stata altresì verificata la situazione demografica del Comune, e le previsioni di incremento demografico determinate dalle possibilità insediative individuate dagli strumenti urbanistici vigenti ed acquisiti i dati relativi alle vendite verificatesi negli ultimi due anni, con la distinzione fra quotidiani e periodici.
3. Questi elementi nel loro insieme consentono di determinare gli indicatori da utilizzare per definire la previsione insediativa, associando ad essi le valutazioni di carattere territoriale, circa le caratteristiche e le vocazioni di ciascun ambito individuato.
4. Le previsioni, si riferiscono principalmente ai seguenti criteri:
 - necessità di qualificare e sostenere gli esercizi esistenti, sia esclusivi che non esclusivi;
 - previsione di "controllati" incrementi di attività e comunque limitati soprattutto agli ambiti ove sono prevedibili sviluppi urbani;
 - congruità con condizioni oggettive dei livelli di distribuzione che si possono prefigurare.

ARTICOLO 9 – L'EVOLUZIONE DEMOGRAFICA DEL COMUNE

1. L'andamento demografico del comune di Sala Bolognese evidenzia nel tempo un pressoché continuo incremento di popolazione anche considerando le singole realtà territoriali (frazioni).
2. Tale incremento, è confermato anche dal PRG vigente, con un dimensionamento complessivo che porta la popolazione dai 7.154 abitanti presenti nel 2004 agli 8.000 ad esaurimento delle previsioni insediative previste; si precisa inoltre che sono in corso varianti al PRG che porteranno ad un ulteriore incremento di queste previsioni.

LOCALITA'	POPOLAZIONE CENSIMENTO 1981	POPOLAZIONE CENSIMENTO 1991	POPOLAZIONE CENSIMENTO 2001	POPOLAZIONE AL 31/12/2004	FAMIGLIE AL 31/12/2004	POPOLAZIONE AL 31/12/2005	FAMIGLIE AL 31/12/2005	PREVISIONE INCREMENTO DEMOGRAFICO
PADULLE	1558	1676	2117	2.317	942	2427	1019	
SALA BOLOGNESE	963	1294	1604	1.866	709	1845	727	
OSTERIA NUOVA	1816	1742	1730	2.162	915	2196	920	
BAGNO DI PIANO	183	164	375	365	138	369	144	
BONCONVENTO	29	59	437	444	161	446	167	
TOTALE	4.549	4.935	6263	7.154	2865	7283	2977	8000

ARTICOLO 10 - ANALISI PUNTI DI VENDITA ESISTENTI NEL TERRITORIO COMUNALE

1. **I punti di vendita presenti nel territorio comunale sono 3 esclusivi ed 1 non esclusivo**, legato ad una attività di pubblico esercizio e rivendita di generi di monopolio, e sono dislocati secondo quanto indicato nella tabella che segue:

AMBITO		N° PUNTO VENDITA	LOCALITA'	ESCLUSIVI	NON ESCLUSIVI <i>ESERCIZI CHE HANNO AVVIATO LA SPERIMENTAZIONE</i>
N°	NOME	(Riferimento o cartografico)			
1	Zona Urbana e Produttiva Padulle	1	PADULLE <i>Shine Video Sas di Villani A. Via della pace 86</i>	1 (negozio) mq 60	0
2	Zona Urbana Sala Bolognese	2	SALA BOLOGNESE <i>Cavazza Andrea Via Gramsci 105</i>	1 (chiosco) mq 15	0
3	Zona Urbana Osteria Nuova	3	OSTERIA NUOVA <i>Manganelli Marzia Via Gramsci-incrocio Via Lavino</i>	1 (chiosco) mq. 46	0
4	Zona Produttiva Osteria Nuova	---	-----	-----	-----
5	Zona Urbana Bagno di Piano	---	-----	-----	-----
6	Zona Urbana Bonconvento	---	-----	-----	-----
7	Territorio extraurbano	4	BONCONVENTO (extraurbano) <i>Ditta M.L. snc di Ferrari Manuele e C. Via Matteotti 54/a in abbinamento alle attività di bar e rivendita di generi di monopolio</i>	0	1 (per la vendita di quotidiani e periodici)
TOTALE				3	1

ARTICOLO 11 - ANALISI DELLE VENDITE DI QUOTIDIANI E RIVISTE NEGLI ULTIMI DUE ANNI

1. Non si dispongono i dati sulla specifica distribuzione avvenuta nel nostro territorio comunale negli ultimi due anni, in quanto non ci sono stati forniti dal distributore locale.
2. Si è tenuto conto comunque dell'andamento generale sulla scorta degli elementi informativi acquisiti anche dai Comuni limitrofi, **nonché dei dati acquisiti dal sito internet della Fieg, di seguito riportati.** (fonte: www.fieg.it)

**EVOLUZIONE VENDITE MEDIE QUOTIDIANI
(2005 - 2006)**

numero testate	mesi	Vendite in edicola			Abbonamenti			Totale		
		Var. %			Var. %			Var. %		
		2005	2006	06/05	2005	2006	06/05	2005	2006	06/05
54 testate	gennaio	3.807.128	3.855.454	1,3	445.632	431.798	-3,1	4.252.760	4.287.252	0,8
54 testate	febbraio	3.721.529	3.842.234	3,2	451.326	434.780	-3,7	4.172.855	4.277.014	2,5
54 testate	marzo	3.734.759	3.900.315	4,4	464.806	448.869	-3,4	4.199.565	4.349.184	3,6
54 testate	aprile	3.881.144	3.993.048	2,9	453.179	428.718	-5,4	4.334.323	4.421.766	2,0

**EVOLUZIONE VENDITE MEDIE QUOTIDIANI
(2004 - 2005)**

numero testate	mesi	Vendite in edicola			Abbonamenti			Totale		
		Var. %			Var. %			Var. %		
		2004	2005	05/04	2004	2005	05/04	2004	2005	05/04
52 testate	gennaio	3.934.744	3.849.022	-2,2	411.888	408.947	-0,7	4.346.632	4.257.969	-2,0
52 testate	febbraio	3.842.368	3.766.009	-2,0	402.695	413.813	2,76	4.245.063	4.179.822	-1,5
52 testate	marzo	3.875.004	3.772.093	-2,7	416.626	427.561	2,6	4.291.630	4.199.654	-2,1
52 testate	aprile	3.790.753	3.908.361	3,1	413.416	415.311	0,5	4.204.169	4.323.672	2,8
52 testate	maggio	3.827.182	3.782.060	-1,2	405.442	409.155	0,9	4.232.624	4.191.215	-1,0
52 testate	giugno	3.861.639	3.759.273	-2,7	400.768	405.138	1,1	4.262.407	4.164.411	-2,3
52 testate	luglio	3.917.162	3.835.531	-2,1	424.897	424.969	0,0	4.342.059	4.260.500	-1,9
52 testate	agosto	4.064.840	4.103.810	1,0	403.874	412.202	2,1	4.468.714	4.516.012	1,1
54 testate	settembre	3.853.687	3.898.401	1,2	436.598	431.549	-1,2	4.290.285	4.329.950	0,9
54 testate	ottobre	3.777.997	3.862.735	2,2	449.536	434.028	-3,4	4.227.533	4.296.763	1,6
54 testate	novembre	3.840.933	3.937.653	2,5	461.120	433.050	-6,1	4.302.053	4.370.703	1,6
54 testate	dicembre	3.722.059	3.780.882	1,6	470.037	449.445	-4,4	4.192.096	4.230.327	0,9
49 testate	media annua	2.912.560	2.894.978	-0,6	350.854	336.984	-4,0	3.263.414	3.231.962	-1,0

**FEDERAZIONE ITALIANA
EDITORI GIORNALI**

**EVOLUZIONE VENDITE MEDIE QUOTIDIANI
(2003 - 2004)**

numero testate	mesi	Vendite in edicola			Abbonamenti			Totale		
		Var. %			Var. %			Var. %		
		2003	2004	04/03	2003	2004	04/03	2003	2004	04/03
54 testate	gennaio	4.292.415	4.351.254	1,4	413.849	415.165	0,3	4.706.264	4.766.419	1,3
54 testate	febbraio	4.279.099	4.306.936	0,7	414.273	406.862	-1,8	4.693.372	4.713.798	0,4
54 testate	marzo	4.324.964	4.340.990	0,4	420.145	419.463	-0,2	4.745.109	4.760.453	0,3
53 testate	aprile	4.189.017	4.232.931	1,0	415.212	410.966	-1,0	4.604.229	4.643.897	0,9
53 testate	maggio	4.327.768	4.316.160	-0,3	410.913	403.744	-1,7	4.738.681	4.719.904	-0,4
53 testate	giugno	4.316.793	4.350.742	0,8	398.428	401.189	0,7	4.715.221	4.751.931	0,8
53 testate	luglio	4.379.756	4.391.247	0,3	397.666	393.134	-1,1	4.777.422	4.784.381	0,1
54 testate	agosto	4.595.191	4.614.646	0,4	384.508	372.407	-3,1	4.979.699	4.987.053	0,1
53 testate	settembre	3.952.790	3.926.242	-0,7	400.933	401.992	0,3	4.353.723	4.328.234	-0,6
52 testate	ottobre	3.890.553	3.832.448	-1,5	418.041	415.698	-0,6	4.308.594	4.248.146	-1,4
52 testate	novembre	3.901.362	3.879.376	-0,6	418.868	424.025	1,2	4.320.230	4.303.401	-0,4
52 testate	dicembre	3.700.424	3.762.214	1,7	423.704	431.722	1,9	4.124.128	4.193.936	1,7
42 testate	media annua	2.363.975	2.365.847	0,1	169.375	170.365	0,6	2.533.350	2.536.212	0,1

FEDERAZIONE ITALIANA EDITORI GIORNALI

SINTESI PER LA STAMPA

Il quadro della situazione produttiva ed economica della stampa quotidiana e periodica nel periodo che va dal 2002 al 2005 offre indicazioni tutto sommato positive sulla capacità del settore di operare sul mercato, nonostante le crescenti pressioni competitive esercitate dai nuovi mezzi ed un una congiuntura economica ancora caratterizzata da una bassa crescita che fa sentire i suoi effetti su consumi e investimenti.

Sostanziale stabilità delle vendite dei quotidiani, incrementi delle vendite dei periodici, evidenti soprattutto nel segmento dei mensili, forte espansione degli indici di lettura sia per i quotidiani che per i periodici, margini operativi elevati anche se in fase di ridimensionamento, utili in crescita peraltro derivanti principalmente dai proventi della gestione extra caratteristica, introiti pubblicitari in ripresa soprattutto per i periodici, pur in presenza di un mercato complessivo che stenta ad espandersi, influenzato dal non favorevole andamento congiunturale di tutta l'economia italiana. Sono queste le indicazioni di fondo che emergono dagli studi sulla stampa in Italia, elaborato dall'Ufficio studi della Fieg, e sui bilanci delle imprese editrici di quotidiani relativi al 2004, curato dalla Società Deloitte & Touche.

I quotidiani

Sul terreno della diffusione, i dati relativi al 2004 e al 2005 indicano una sostanziale stabilità dei livelli di vendita dei quotidiani. Al leggero incremento delle vendite nel 2004 (+0,6%), è seguita una flessione minima nel 2005 (-0,1%). Nonostante la fase critica che attraversa l'economia del Paese, caratterizzata da una domanda interna che stenta a crescere facendosi sentire tanto sui consumi delle famiglie quanto sui processi di investimento e nonostante la permanenza di tradizionali ostacoli di natura più strutturale all'espansione del mercato, i quotidiani hanno manifestato una notevole capacità di tenuta. Risultato tanto più significativo se si considera che nella maggior parte dei paesi industrializzati la diffusione è in arretramento.

Tra gli ostacoli di natura strutturale, vanno segnalati quelli provenienti da un circuito distributivo al cui interno il canale di commercializzazione rappresentato dagli abbonamenti, che in altri paesi è fondamentale, non riesce a decollare. Nel 2004, gli abbonamenti hanno rappresentato il 9% delle copie vendute dai quotidiani. In pratica, si tratta di una percentuale che in tutti questi anni non ha subito scostamenti di rilievo. Il livello è di retroguardia sul piano europeo e su quello mondiale. In Europa, vi sono paesi come Olanda, Svizzera, Finlandia, Danimarca, Lussemburgo, Norvegia, Svezia, dove le consegna in abbonamento variano tra il 72% e il 90%. Laddove gli abbonamenti sono meno sviluppati, si è pur sempre su livelli di gran lunga superiori al dato italiano: Germania 65%, Belgio, 46%, Francia 52% per i regionali, 25% per i nazionali. Per non parlare di realtà più distanti come il Giappone, dove i quotidiani si vendono pressoché esclusivamente in abbonamento. L'unico paese europeo che è in una situazione più arretrata è la Grecia: non a caso è anche il paese con i livelli di diffusione più depressi. La Spagna, che fino a tre anni fa era sui livelli italiani, ha triplicato le vendite in abbonamento (21%).

Una struttura distributiva che non riesce a svincolarsi dai canali tradizionali, relegando gli abbonamenti in una posizione marginale, costituisce un elemento di freno per ogni strategia di espansione dell'offerta. Basti pensare ai grandi benefici che potrebbero derivare dalla programmazione della produzione in base ad una domanda già definita nelle dimensioni quantitative e dal venir meno di diseconomie indotte dalle oscillazioni delle vendite che sono all'origine di un ammontare di rese abnorme sia nel comparto dei quotidiani (31%) che, come si vedrà più avanti, in quello dei periodici.

In un mercato che stenta a crescere e ad offrire maggiori sbocchi alla produzione tipica dei quotidiani, rappresentata appunto dalle vendite delle copie e degli spazi pubblicitari, i bilanci aggregati delle 59 imprese editrici oggetto di analisi hanno fatto registrare un risultato netto complessivo positivo di 327,8 milioni di euro. In termini relativi, si è trattato di un incremento piuttosto ampio (+24,8%) rispetto al 2003.

Al risultato ha contribuito in misura significativa l'onda lunga delle iniziative di vendite abbinate di quotidiani ed altri prodotti, editoriali e non, che hanno generato nella tradizionale catena del valore dei giornali una cospicua fonte aggiuntiva di ricavi.

Nel 2004, l'aumento del liquidato proveniente dalle vendite di prodotti collaterali è stimabile intorno a 377 milioni di euro, con un incremento del 17% rispetto al 2003 ed un'incidenza sui ricavi tipici dell'11,5%.

I ricavi operativi sono aumentati nel 2004 del 4,1% rispetto all'anno precedente. Quelli derivanti da attività tipiche hanno subito una leggera flessione (-0,2%), più che compensata dall'incremento sostenuto della voce altri ricavi editoriali (+ 212%), nei quali è da ritenere siano confluiti flussi di entrata originati da iniziative collaterali. I costi operativi – che nel biennio precedente erano aumentati ad un ritmo inferiore a quello dei ricavi – hanno fatto registrare una notevole accelerazione (+5,4%).

Il maggiore dinamismo dei costi rispetto ai ricavi operativi ha determinato una riduzione del margine industriale del 6%. Il Mol (margine operativo lordo), che nel 2003 era pari all'11,4% del fatturato editoriale, è sceso nel 2004 al 10,3%.

La diminuzione del Mol è proseguita nel 2005, in quanto nell'anno si è accentuata la tendenza dei costi operativi ad aumentare ad un ritmo più vivace dei ricavi. Questi ultimi, infatti, sono cresciuti del 4,1%, sostenuti dall'aumento del prezzo di vendita al pubblico che ha interessato circa il 60% delle testate quotidiane, attenuando in parte le minori entrate imputabili al graduale ridimensionamento del fenomeno dei collaterali. I ricavi pubblicitari, a loro volta, sono aumentati soltanto del 2,5%; considerato che l'incidenza della pubblicità sui ricavi editoriali complessivi è stata del 44%, il suo apporto all'espansione del fatturato non dovrebbe essere stato superiore all'1,5%.

Quanto ai costi operativi, nel 2005 il loro incremento si è aggirato intorno al 5,9%, oltre un punto e mezzo al di sopra del tasso di crescita dei ricavi editoriali. La spinta al rialzo è provenuta dai costi di approvvigionamento della carta (+5%), dai servizi esternalizzati (+7%) e dal costo del lavoro (+3,5%), anche per effetto del rinnovo del contratto dei poligrafici. Ne è derivata una contrazione del Mol dell'8,9% rispetto al 2004 (circa 40 milioni di euro in meno) e un rapporto Mol/fatturato sceso dal 10,3% del 2004 all'8,7%.

A fronte di un costo complessivo del lavoro dipendente in crescita del 2,6%, va messo in evidenza come il costo del lavoro per addetto abbia avuto una crescita molto più pronunciata (+4,7%). Nel 2003 l'incremento era stato più contenuto (+1,8%).

Anche l'analisi dei costi e dei ricavi per unità di prodotto mostra una maggiore dinamicità dei primi (+5,5% nel 2003, +8,4% nel 2004) rispetto ai secondi (+5,2% e +7,5% nello stesso biennio).

I periodici

Nel 2004, nonostante la stagnazione dei consumi interni, i periodici hanno fatto registrare sul piano diffusionale i risultati migliori tra i mezzi stampati. Dalle rilevazioni condotte sui punti di vendita si ricavano indicazioni di crescita sia per i **settimanali** (+1,2%) che per i mensili (+6,5%). Per i settimanali, i dati ADS, riguardanti un numero più limitato di testate, mettono in evidenza un ritmo di espansione della diffusione ancora più sostenuto (+3,6%). Per i **mensili**, il dato ADS è perfettamente allineato con quello rilevato sui punti di vendita (+6,5%). Un andamento positivo che, nel 2005, è stato ulteriormente migliorato per i settimanali, grazie al grande successo di alcune iniziative editoriali. Secondo stime attendibili, nel 2005, il livello delle vendite dei settimanali ha superato 17,6 milioni di copie a numero, con un incremento del 2% rispetto all'anno precedente.

Per i mensili, nello stesso anno, la domanda sembra aver subito un qualche rallentamento. Le vendite medie a numero dovrebbero essersi attestate intorno a 24,7 milioni di copie, con un incremento dell'1,5% rispetto al 2004. Sono dati che avvalorano l'immagine di forza della stampa periodica nel suo complesso, pur in presenza di difficoltà di ordine congiunturale e di un contesto operativo caratterizzato da un circuito distributivo che stenta a decollare e ad agire da volano per il collocamento dell'offerta. Il livello delle rese costantemente in aumento è indicativo della funzionalità certamente non ottimale del circuito. Sempre dalle rilevazioni sui punti di vendita emerge che nel 2002 le rese dei settimanali rappresentavano il 34% delle copie distribuite. Nel 2004, le rese hanno raggiunto il 36,4% del distribuito. Per i mensili, le rese nello stesso periodo sono passate dal 49,1% al 50,7%. Sono cifre oggettivamente imponenti che, più e meglio di ogni commento, dimostrano come il sistema distributivo sia affetto da insufficienze gravi della cui rimozione si parla da anni senza che siano stati approntati rimedi efficaci.

Il livello delle copie vendute in abbonamento offre un'ulteriore indicazione di come siano limitate le alternative al sistema tradizionale di commercializzazione dei prodotti editoriali rappresentato dalle edicole. Le vendite in

abbonamento dei periodici nel 2003 rappresentavano il 28% del totale; nel 2004, sono scese al 22%, per risalire leggermente al 23% nel 2005. Altrove, le percentuali delle vendite in abbonamento sono largamente al di sopra del livello italiano, con punte elevate nei paesi del nord Europa (80%) e del nord America (99% negli USA).

Le anomalie del circuito distributivo non hanno impedito che i ricavi editoriali dei periodici crescessero nel 2004 in misura soddisfacente (+8,2%), sospinti proprio dagli introiti generati dalle vendite delle copie (+10,8%). La pubblicità ha invece stentato con un incremento dello 0,4%.

L'evoluzione positiva del fatturato editoriale dei periodici è continuata anche nel 2005, con un incremento stimato intorno al 4,7%, grazie al risultato dei ricavi da vendite (+5%) ed alla ripresa degli introiti pubblicitari (+3,7%). Va peraltro sottolineato che, nel periodo oggetto di analisi, l'incidenza della pubblicità sulla struttura dei ricavi editoriali è andata scemando. Rappresentava il 27,5% del fatturato editoriale nel 2002, mentre il suo peso relativo è sceso al 22,6% nel 2005.

Con un andamento della pubblicità che soltanto nel 2005 ha mostrato segnali di ripresa, obiettivo strategico per l'editoria periodica è stato sempre più quello dell'espansione del mercato puntando su un ventaglio di iniziative editoriali nuove, ma anche su azioni promozionali dirette a stimolare l'attenzione del pubblico.

I dati di vendita dell'ultimo biennio confermano l'efficacia delle scelte operate dagli editori. Peraltro, dalle più recenti rilevazioni sui punti di vendita sembra emergere un rallentamento dell'offerta dei prodotti collaterali a partire dalla seconda metà del 2004. I collaterali che, nel 2003, rappresentavano il 26% dei ricavi da vendite, nel 2004 hanno visto la loro incidenza ridimensionarsi al 21%. Le prime indicazioni relative al 2005 lasciano intravedere risultati sostanzialmente in linea con la tendenza dell'anno precedente.

La lettura

A partire dagli anni 2000, a fronte di un andamento piuttosto stagnante delle vendite, i livelli di lettura di quotidiani e periodici sono cresciuti a ritmi oggettivamente rilevanti. È un fenomeno che merita di essere sottolineato in quanto espressione di un rapporto tra popolazione e giornali molto forte e, soprattutto, capace di resistere e di consolidarsi al di là delle vicende congiunturali.

I lettori di quotidiani in un giorno medio che erano 19,496 milioni nel 2001, sono diventati 20,946 milioni nel 2005: un incremento del 7,5%, pari a circa un milione e mezzo di lettori in più. La percentuale di penetrazione sulla popolazione dai 14 anni in su, che era del 38,9% nel 2001, è salita al 41,7% nel 2005.

Mette conto di evidenziare come nel 2005 l'incremento di lettori più ampio si sia verificato nella fascia di età tra i 18 e i 24 anni (+6,5%). Il dato è importante perché un numero crescente di lettori giovani è garanzia di futuro per i giornali.

I dati di lettura sono molto positivi anche per i periodici: dopo la flessione del 2004 (-1,7%), nel 2005 i lettori di periodici sono aumentati del 3,4%, recuperando ampiamente l'arretramento dell'anno precedente. In un anno il numero dei lettori è aumentato di 1,1 milioni unità; anche rispetto al 2003, il dato del 2005 è largamente superiore (oltre 500mila lettori in più). La percentuale di penetrazione è così salita dal 66% al 67,6%, il che significa che due italiani su tre leggono un periodico.

La pubblicità

La pubblicità è risorsa fondamentale che alimenta tutto il sistema dei media. Come è stato messo in luce dall'VIII Commissione permanente del Senato, nell'indagine conoscitiva approvata a maggioranza nel maggio del 2005, l'ordinamento giuridico italiano si differenzia da altri ordinamenti europei per la mancanza di forme di asimmetria volte a proteggere gli investimenti pubblicitari nella carta stampata rispetto a quelli veicolati attraverso il mezzo televisivo.

L'assenza di tali forme ha determinato una pesante anomalia nella distribuzione delle risorse pubblicitarie con una televisione che raccoglie il 56% delle risorse a fronte del 35,8% a favore della carta stampata.

Il drenaggio di risorse pubblicitarie è stato favorito non solo da un'offerta molto vasta e da limiti di affollamento molto elastici, ma anche da pratiche tariffarie in grado di mettere fuori mercato ogni potenziale concorrente a partire dai mezzi stampati.

In un quadro già caratterizzato da connotazioni di forte problematicità, si è venuta ad inserire la recente proposta di revisione della direttiva "Televisione senza frontiere", presentata dalla Commissione al Parlamento europeo.

La proposta prevede alcune disposizioni in materia pubblicitaria che se dovessero venire approvate nella formulazione attuale, provocherebbero un'ulteriore accentuazione degli squilibri esistenti sul mercato. Pratiche pubblicitarie come il "product placement" di derivazione statunitense, che consiste nell'inserimento di marchi e prodotti nei programmi televisivi, verrebbero ad essere pienamente legittimate. In tal modo il principio della netta separazione tra pubblicità e programmi verrebbe cancellato. È una pratica inaccettabile, anche sul piano etico, in quanto il rischio di condizionamento dei programmi diventa molto elevato.

Vi sono altri aspetti della proposta della Commissione che hanno destato forti preoccupazioni in tutta l'editoria giornalistica europea. In alcuni casi le preoccupazioni dipendono non da ciò che è scritto nella proposta, ma da ciò che non è scritto. Ad esempio non è prevista una metodologia di rilevazione e di misurazione dei tempi di trasmissione dedicati al "product placement", alle sponsorizzazioni e alle telepromozioni. Il rischio è che, per questa strada, si offrano ulteriori vantaggi alle televisioni di cui, oggettivamente, non se ne sente il bisogno.

Quanto all'evoluzione del mercato pubblicitario, i dati Nielsen mettono in evidenza come la ripresa intervenuta nel 2004 (+7,3%) abbia subito un rallentamento nel corso del 2005 (+2,8%). Nel 2004, a fare da traino del mercato erano stati i mezzi televisivi (+10,4%), tant'è che anche la loro quota di mercato era sensibilmente cresciuta (dal 54,5 al 56%). L'aumento dei mezzi stampati era stato contenuto (+1,7%), con conseguente riduzione della loro quota di mercato (dal 37,6 al 35,6%). Nel 2005, nonostante il raffreddamento del ritmo di espansione del mercato complessivo, la stampa ha dimostrato un maggiore dinamismo con un tasso di crescita del 3,5% ed una quota di mercato in leggero recupero (35,8%).

Nel 2004, i quotidiani erano stati i mezzi stampati più reattivi (+2,5%), con i periodici stazionari (+0,6%). Nel 2005, la tendenza si è rovesciata con i periodici in crescita del 4,5% ed i quotidiani del 2,7%.

I dati dell'Osservatorio FCP-FIEG offrono per i quotidiani un'indicazione di crescita più contenuta (+2%). Fattore trainante è stato ancora una volta l'andamento della pubblicità commerciale nazionale (+3,1%), mentre la commerciale locale, in questi ultimi anni la componente più dinamica, ha subito un certo rallentamento (+1,1% rispetto al +3,4% del 2004).

Nei quotidiani, l'aumento più contenuto della pubblicità ha prodotto il graduale ridimensionamento dei relativi ricavi sul totale dei ricavi editoriali. I ricavi pubblicitari rappresentavano il 49,8% del totale nel 2002; sono scesi al 46,1% nel 2004. Nel 2001, i ricavi pubblicitari avevano un'incidenza del 56,1% sul totale.

L'occupazione

Nel 2004, la popolazione giornalistica nei quotidiani è andata aumentando: l'incremento ha riguardato sia i professionisti (+2,4%) che i pubblicisti (+7%), mentre si è verificata una leggera flessione tra i praticanti (-2,4%). Nel complesso si è registrato un aumento complessivo di 151 addetti, pari in termini relativi al +2,4%. Diversa l'evoluzione nei periodici, dove la popolazione giornalistica ha subito flessioni sia tra i professionisti (-10,2%), sia tra i praticanti (-27,6%), sia tra i pubblicisti (-5,5%). Nel complesso, la diminuzione è stata di 211 unità.

La popolazione poligrafica ha subito una nuova contrazione, scendendo da 7.537 (2003) a 7.438 unità (2004). Il delta negativo è stato dell'1,3%. Secondo recenti stime, nel 2005 si sarebbe verificato un ulteriore calo di 167 unità (-2,2%).

Roma, 8 marzo 2006

CAPO III PIANIFICAZIONE COMUNALE

ARTICOLO 12 – SUDDIVISIONE DEL TERRITORIO COMUNALE IN AMBITI

12.1 – Criteri di suddivisione per ambiti

1. Agli effetti della programmazione dei punti vendita esclusivi il territorio comunale, in riferimento alle principali unità territoriali omogenee già individuate dagli strumenti urbanistici vigenti è suddiviso in ambiti omogenei; tali ambiti rivestono anche riferimenti di omogeneità in ordine a fattori di funzionalità urbana e per gravitazione di popolazione ed addetti.

2. Riepilogo ambiti:

N°	AMBITO
1	Zona Urbana e Produttiva Padulle
2	Zona Urbana Sala Bolognese
3	Zona Urbana Osteria Nuova
4	Zona Produttiva Osteria Nuova
5	Zona Urbana Bagno di Piano
6	Zona Urbana Bonconvento
7	Territorio extraurbano

4. Le zone di cui sopra sono individuate e delimitate nella cartografia denominata “Tavola 2”, costituente parte integrante del presente Piano.

12.2 – Descrizione ambiti

Ambito 1 – Zona Urbana e Produttiva Padulle

L’ambito è costituito da un tessuto continuo costituito dalla parte urbana a prevalente destinazione residenziale con i principali servizi pubblici, terziari e commerciali e da una zona produttiva a carattere artigianale nel versante nord.

Sia la parte urbana che produttiva, lambite dalla strada provinciale n° 18 “Padullese”, sono interessate da limitate previsioni di espansione, e quindi si può certamente configurare, ai fini insediativi di punti vendita, come un contesto abbastanza consolidato, già dotato dei principali servizi pubblici di base.

Per questi motivi, l’attuale dotazione di un punto vendita esclusivo, si ritiene già confacente al fabbisogno dell’ambito e non si prevedono nuove attività.

Ambito 2 – Zona Urbana Sala Bolognese

Il centro è caratterizzato prevalentemente da funzioni residenziali configurandosi quindi come ambito prevalentemente consolidato, con servizi commerciali lungo l’asse stradale di attraversamento di via Gramsci.

Non sono presenti rilevanti aree di espansione urbana né produttiva e quindi **si ritiene che l'unico punto di vendita esclusivo presente possa essere considerato sufficiente al fabbisogno della frazione, per la quale non si prevede quindi alcuna possibilità insediativa di nuovi punti vendita, di nessuna tipologia.**

Ambito 3 – Zona Urbana Osteria Nuova

L'ambito è ubicato a ridosso della ferrovia Bologna-Verona e della strada provinciale Persicetana, ed è costituito da un tessuto prevalentemente residenziale.

Sulla strada centrale di via Gramsci sono ubicate le attività commerciali presenti nell'abitato oltre che i servizi scolastici.

Nell'ambito sono previste alcune aree di espansione prevalentemente residenziali che potranno determinare un certo incremento di popolazione, ma non ritenuto idoneo a determinare nuove esigenze di punti vendita di quotidiani e periodici; **si ritiene quindi di mantenere confermato il punto vendita esistente, considerando anche che, nel limitrofo ambito produttivo è prevista la possibilità insediativa di un nuovo punto vendita non esclusivo (vedi ambito 4) che, comunque, potrà anche portare potenziale beneficio all'ambito in questione.**

Ambito 4 – Zona Produttiva Osteria Nuova

Trattasi di un ambito di particolare rilevanza produttiva, su cui è in essere un accordo territoriale per definirne le potenzialità di espansione e qualificazione, anche con possibilità insediative di esercizi pubblici di somministrazione (di cui ai Criteri Comunali approvati con deliberazione consiliare n. 72 del 29 settembre 2005).

Tale prospettiva potrà generare sicuramente nuovi addetti nell'ambito produttivo e quindi un maggior fabbisogno di servizi connessi.

Parallelamente quindi alla previsione di un nuovo esercizio per la somministrazione di alimenti e bevande dal relativo piano di localizzazione, **si manifesta l'opportunità di individuare la possibilità insediativa di un nuovo punto vendita non esclusivo.**

Ambito 5 – Zona Urbana Bagno di Piano

La frazione è dotata esclusivamente di funzioni residenziali e non sono presenti servizi commerciali od altre attività; la strumentazione urbanistica comunale prevede una zona di espansione residenziale ubicata fra l'attuale tessuto urbano e la strada provinciale n° 18 Padullese, che potrà determinare un incremento di popolazione relativamente sensibile in questo ambito e che può giustificare una possibilità insediativa di un nuovo punto vendita non esclusivo.

Ciò alla luce, anche, della previsione di un nuovo esercizio pubblico individuato nel piano di localizzazione delle attività per la somministrazione di alimenti e bevande.

Si ritiene quindi di prevedere l'insediabilità anche un punto di vendita non esclusivo che, unitamente all'esercizio citato, possa rivitalizzare la frazione dotandola di alcuni servizi minimi a soddisfacimento delle necessità locali.

Ambito 6 – Zona Urbana Bonconvento

Anche questo ambito è caratterizzato da una piccola realtà urbana su cui non sono previste particolari dinamiche di sviluppo neppure residenziale, configurandosi quindi come realtà sostanzialmente consolidata su cui non si ritiene di prevedere nuovi punti vendita.

Ciò anche alla luce della presenza, nell'ambito extraurbano ma non lontano, di un punto vendita non esclusivo aggregato all'impianto di distribuzione di carburante ubicato sulla SP 3, Trasversale di Pianura.

Ambito 7 - Territorio extraurbano

Nel territorio extraurbano è presente un unico punto di vendita non esclusivo aggregato all'impianto di distribuzione di carburante ubicato sulla SP 3, Trasversale di Pianura.

Si ritiene di programmare in tale ambito un nuovo punto di vendita non esclusivo, collegato a nuovo impianto di distribuzione carburanti secondo le previsioni del relativo piano, e quindi lungo la principale viabilità.

Tale punto di vendita è quindi limitato esclusivamente all'area insediabilità di questo impianto, e precisamente lungo strada provinciale n° 18 Padullese.

ARTICOLO 13 – PIANO DI LOCALIZZAZIONE PUNTI DI VENDITA ESCLUSIVI E NON ESCLUSIVI – POSSIBILITÀ INSEDIATIVA.

1. Le possibilità insediative sono descritte nei commi seguenti e riepilogate nella tabella che segue.
2. Sono confermate le attuali dotazioni di punti vendita esclusivi e non esclusivi già presenti per ciascun ambito individuato, con possibilità di nuovi insediamenti, solo per punti vendita non esclusivi, nei seguenti ambiti:
 - zona produttiva di Osteria Nuova (ambito n. 4)
 - zona urbana di Bagno di Piano (ambito n. 5)
 - territorio extraurbano (ambito n. 7)
3. Nuovi insediamenti per punti vendita, esclusivi e non esclusivi, potranno essere consentiti altresì in caso di cessazione delle corrispondenti attività già insediate alla data di approvazione del presente piano, anche con possibilità di trasferimento dell'attività nello stesso ambito.
4. Resta inteso che i nuovi punti di vendita non esclusivi potranno essere autorizzati esclusivamente nell'ambito delle tipologie di attività prevalente già indicate al precedente articolo 2.
5. Resta ferma la possibilità di deroga di cui al successivo art. 14.

N°	AMBITO	PUNTI VENDITA					
		ESISTENTI		PREVISIONE		TOTALE DOTAZIONE DI PIANO	
		Esclusivi	Non esclusivi	Esclusivi	Non esclusivi	Esclusivi	Non esclusivi
1	Zona Urbana e Produttiva Padulle	1	0	0	0	1	0
2	Zona Urbana Sala Bolognese	1	0	0	0	1	0
3	Zona Urbana Osteria Nuova	1	0	0	0	1	0
4	Zona Produttiva Osteria Nuova	0	0	0	1	0	1
5	Zona Urbana Bagno di Piano	0	0	0	1	0	1
6	Bonconvento	0	0	0	0	0	0
7	Territorio extraurbano	0	1	0	1	0	2
TOTALE		3	1	0	3	3	4

ARTICOLO 14 - AUTORIZZAZIONI IN DEROGA

1. In deroga a quanto indicato al precedente art. 13, possono essere concesse nuove autorizzazioni per la rivendita di giornali, quotidiani e periodici in posti fissi ubicati o da ubicarsi all'interno di stazioni ferroviarie, interporti, autostazioni; ospedali; campeggi organizzati e villaggi turistici.
2. **Le autorizzazioni, relative ai punti vendita di cui al precedente comma 1, non sono trasferibili al di fuori degli impianti all'interno dei quali sono ubicate e decadono quando cessa il legame fisico e funzionale con l'impianto medesimo.**
3. Ai fini dell'attivazione dei suddetti esercizi interni il richiedente deve possedere il preventivo assenso dell'ente proprietario.

ARTICOLO 15 – TRASFERIMENTI ALL'INTERNO DELLO STESSO AMBITO, DEI PUNTI DI VENDITA ESCLUSIVI E NON ESCLUSIVI.

1. Il trasferimento di sede, all'interno dell'ambito della stessa zona, dei punti di vendita ESCLUSIVI e NON ESCLUSIVI già autorizzati, è sempre consentito, previa comunicazione al Comune.
2. Il trasferimento di cui al comma 1, per i punti di vendita NON ESCLUSIVI, deve avvenire contestualmente al trasferimento dell'attività cui sono funzionalmente e logisticamente collegati, previa comunicazione al Comune.
3. L'istituto della comunicazione da presentarsi ai sensi e per gli effetti di cui ai precedenti commi 1 e 2 è disciplinato al successivo articolo 25.

ARTICOLO 16 – TRASFERIMENTO DEI PUNTI DI VENDITA ESCLUSIVI E NON ESCLUSIVI IN AMBITO DIVERSO.

1. Il trasferimento di un punto vendita, esclusivo o non esclusivo, in altro ambito territoriale, è **soggetto ad autorizzazione, ed è ammesso solo qualora rientri nella disponibilità massima ammessa per l'ambito su cui avviene il trasferimento.**

ARTICOLO 17 – DOMANDE CONCORRENTI – CRITERIO DA APPLICARSI

1. In caso di domande concorrenti, per la stessa zona, concernenti nuove aperture e trasferimenti da zona diversa, si applicano, nell'ordine, i seguenti criteri di priorità:
 - - Richieste di trasferimenti di sede fuori zona;
 - - Nuove aperture
 - - In caso di parità fra domande di analogo contenuto, i procedimenti sono definiti seguendo l'ordine di presentazione al protocollo generale delle domande, se regolari, o quello derivante dalla data alla quale sono regolarizzate.
2. Agli effetti dell'applicazione delle disposizioni di cui al comma 2 del presente articolo, si considerano concorrenti le domande regolarmente pervenute entro il 6° (sesto) giorno successivo alla data di presentazione al protocollo generale della prima domanda, comprendendo nel conteggio anche le eventuali giornate festive. Ciò in relazione al termine stabilito per la comunicazione di avvio del procedimento, da farsi entro dieci giorni dalla data di presentazione al protocollo generale delle domande.

ARTICOLO 18 – DISTRIBUTORI AUTOMATICI

1) L'installazione di distributori automatici negli spazi di pertinenza di punti di vendita già autorizzati, sia esclusivi che non esclusivi, non è soggetta ad alcuna particolare limitazione, ma a semplice comunicazione a carattere informativo, al Comune.

2) La vendita mediante **apparecchi automatici effettuata in apposito locale** ad essa adibito in modo esclusivo è soggetta alle medesime disposizioni concernenti l'apertura di un punto vendita rispettivamente esclusivo soggetto alle disposizioni di cui all'art. 2, comma 2, 2° capoverso e punto vendita non esclusivo, assoggettato alla disciplina di cui all'art. 2, comma 6 del D.lgs 170/2001, in conformità al presente piano di localizzazione.

ARTICOLO 19 - AUTORIZZAZIONI STAGIONALI

1. Il rilascio di autorizzazioni stagionali non è consentito, in quanto non previsto dal presente Piano.

ARTICOLO 20 - EDICOLE SU SUOLO PUBBLICO

1. Ai fini dell'autorizzazione dell'insediamento di un punto vendita in area di proprietà pubblica, dovrà preliminarmente essere acquisita la concessione in uso dell'area stessa dall'Ente proprietario, il cui atto sarà allegato alla domanda di autorizzazione.

CAPO IV DISCIPLINA DELL'ATTIVITÀ E PROVVEDIMENTI ABILITATIVI

ARTICOLO 21 - REQUISITI GENERALI PER L'ESERCIZIO DELL'ATTIVITÀ

1. Il titolare dell'attività di rivendita di quotidiani e periodici deve essere in possesso dei requisiti per l'esercizio dell'attività commerciale previsti all'art. 5 del Decreto Legislativo 31 Marzo 1998, n.114, come di seguito specificati:

✚ Non possono esercitare l'attività di rivendita di quotidiani e periodici, salvo che abbiano ottenuto la riabilitazione coloro:¹

- *coloro che sono stati dichiarati falliti;*
- *coloro che hanno riportato una condanna, con sentenza passata in giudicato, per delitto non colposo, per il quale è prevista una pena detentiva non inferiore nel minimo a tre anni, sempre che sia stata applicata, in concreto, una pena superiore al minimo edittale;*
- *coloro che hanno riportato una condanna a pena detentiva, accertata con sentenza passata in giudicato, per uno dei delitti di cui al titolo II e VIII del libro II del codice penale, ovvero di ricettazione, riciclaggio, emissione di assegni a vuoto, insolvenza fraudolenta, bancarotta fraudolenta, usura, sequestro di persona a scopo di estorsione, rapina;*
- *coloro che hanno riportato due o più condanne a pena detentiva o a pena pecuniaria, nel quinquennio precedente all'inizio dell'esercizio dell'attività, accertate con sentenza passata in giudicato, per uno dei delitti previsti dagli articoli 442, 444, 513, 513bis, 515, 516 e 517 del codice penale, o per delitti di frode nella preparazione o nel commercio degli alimenti, previsti da leggi speciali;*
- *coloro che sono sottoposti ad una delle misure di prevenzione di cui alla legge 27 dicembre 1956 n.1423, o nei cui confronti sia stata applicata una delle misure previste dalla legge 31 maggio 1965, n. 575, ovvero siano stati dichiarati delinquenti abituali, professionali o per tenenza.*

2. A seguito dell'abrogazione dell'articolo 14 della legge 416/81, per effetto delle disposizioni finali contenute nell'articolo 9 del D.Lgs 170/2001, non sono più applicabili:

- il divieto alle persone diverse dal titolare, suoi familiari, parenti e affini fino al terzo grado, di svolgere l'esercizio di rivendita fissa;
- il divieto di affidamento in gestione a terzi;
- il divieto di rilascio dell'autorizzazione alle persone giuridiche;
- il divieto di rilascio alle persone fisiche di più di una autorizzazione.

ARTICOLO 22 - REQUISITI DEI LOCALI PER LO SVOLGIMENTO DI ATTIVITÀ

1. Resta inteso che I locali per lo svolgimento dell'attività debbono possedere i requisiti stabiliti da norme, prescrizioni e autorizzazioni in materia edilizia, urbanistica, igienico-sanitaria e di inquinamento acustico, sulla destinazione d'uso dei locali e degli edifici, nonché sulle norme in materia di sicurezza e prevenzione incendi.

2. Tali requisiti dovranno essere posseduti al momento dell'effettivo inizio dell'attività, sia che si tratti di nuovi punti di vendita, o di trasferimenti o di ampliamenti.

¹ Cfr. art. 5, 2° comma, D.lgs. 114/1998

ARTICOLO 23 – DOMANDA E DOCUMENTI A CORREDO PER IL RILASCIO DI NUOVE AUTORIZZAZIONI O PER TRASFERIMENTI IN AMBITO DIVERSO - MODULISTICA

1. La domanda di **autorizzazione per nuovi punti di vendita**, sia esclusivi che non esclusivi, e per i **trasferimenti in ambito diversi**, deve essere presentata utilizzando la modulistica allegata, ed è soggetta all'applicazione dell'imposta sul bollo, nella misura vigente nel tempo.
2. Essa deve essere corredata dai seguenti dati e documenti:
 - estratto di mappa della parte di territorio comunale in cui si chiede di attivare la nuova attività;
 - pianta dei locali di vendita e di servizio in scala 1:100 o superiore;
 - prova della disponibilità dei locali;
 - richiesta di concessione di occupazione di suolo pubblico per i chioschi o disponibilità del suolo privato.
3. **Ai sensi dell'art. 2, comma 5, del D.Lgs. 170/2001, la domanda di autorizzazione per punti di vendita non esclusivi deve essere altresì corredata della dichiarazione contenente l'assunzione dell'impegno ad ottemperare le disposizioni di cui all'articolo 1, comma 1, lett. d-bis), nn. 4, 5, 6 e 7 della legge 13 aprile 1999, n. 108, come di seguito riportati:**

la vendita dei prodotti editoriali può anche essere limitata ai soli quotidiani o ai soli periodici;

- *nell'ambito della tipologia prescelta deve essere assicurata parità di trattamento alle testate; l'obbligo della parità di trattamento non si applica alle pubblicazioni pornografiche che sono comunque escluse dalla sperimentazione;*
- *il prezzo di vendita dei prodotti editoriali non può subire variazioni in relazione ai soggetti che effettuano la rivendita;*
- *le condizioni economiche e le modalità commerciali di cessione delle pubblicazioni, comprensive di ogni forma di compenso riconosciuta ai rivenditori, devono essere identiche per le diverse tipologie di esercizi che effettuano la rivendita; le testate poste in vendita a titolo di sperimentazione non possono essere comprese in alcun altro tipo di vendita, anche relativa ad altri beni, che non siano quelli offerti dall'editore e alle stesse condizioni proposte nei punti vendita esclusivi;*
- *gli esercizi che partecipano alla sperimentazione devono prevedere un apposito spazio espositivo per le testate poste in vendita, adeguato rispetto alla tipologia prescelta; gli esercizi della grande distribuzione devono esporre i giornali posti in vendita in un unico spazio;*

ARTICOLO 24 - SUPERFICIE DI VENDITA

1. La superficie di vendita dei negozi **non può eccedere il limite dimensionale previsto per gli esercizi di vicinato** (mq. 150 nei Comuni con popolazione inferiore a 10.000 abitanti, ai sensi dell'art. 4, comma 1, lett. d) del Decreto Legislativo 114/1998 (*Riforma della disciplina relativa al settore del commercio, a norma dell'articolo 4, comma 4, della L. 15 marzo 1997, n. 59*))

ARTICOLO 25 - CONTENUTO DELL'AUTORIZZAZIONE

- 1) L'autorizzazione per la vendita di quotidiani e periodici dovrà contenere i seguenti elementi:
 - titolare dell'autorizzazione;
 - localizzazione dell'attività (indirizzo e località);
 - superficie relativa all'attività di vendita
 - tipologia di vendita (esclusiva o non esclusiva);

- **per i punti non esclusivi: l'indicazione della tipologia di attività principale cui il punto vendita è riferito e l'indicazione della tipologia del prodotto prescelto: quotidiani oppure periodici;**
- validità dell'autorizzazione.

2) Ai sensi dell'art 1, comma 3, della legge 13 aprile 1999, n. 108, **il possesso dell'autorizzazione per la vendita di quotidiani e periodici in forma esclusiva abilita, di diritto, anche alla vendita dei generi del settore non alimentare** di cui all'art.5, comma 1, del decreto legislativo 1998, n.114, limitatamente al dimensionamento di esercizio di vicinato, senza obbligo per l'interessato di dover produrre alcuna comunicazione aggiuntiva (cfr. Circolare 3482/C del 21.03.2000).

ARTICOLO 26 – COMUNICAZIONE DI TRASFERIMENTO NELLO STESSO AMBITO O DI AMPLIAMENTO – PUNTI ESCLUSIVI E NON ESCLUSIVI. MODULISTICA

1. Il trasferimento di sede nello stesso ambito di un punto di vendita esclusivo o di un punto di vendita non esclusivo è soggetto alla semplice comunicazione al Comune, esente dall'imposta di bollo, utilizzando la modulistica allegata, **nell'intesa comunque che il trasferimento dei punti di vendita non esclusivi deve avvenire contestualmente al trasferimento dell'attività cui sono funzionalmente e logisticamente collegati, come già indicato al precedente articolo 15, comma 2.**

2. Parimenti, l'ampliamento di un esercizio già esistente, esclusivo e non esclusivo, nel rispetto comunque della superficie massima di vendita indicata al precedente articolo 23, è soggetta alla semplice **comunicazione** al Comune, esente dall'imposta di bollo, utilizzando la modulistica allegata.

3. Alle suddette comunicazioni devono comunque essere allegati i seguenti documenti a corredo:

- estratto di mappa della parte di territorio comunale in cui si chiede di attivare la nuova attività;
- pianta dei locali di vendita e di servizio in scala 1:100 o superiore;
- prova della disponibilità dei locali;
- richiesta di concessione di occupazione di suolo pubblico per i chioschi o disponibilità del suolo privato.

4. L'istituto della comunicazione al Comune è applicabile ai sensi dell'articolo 7 del D. Lgs. 114/98, cui rinvia l'art. 9, comma 1, del D. Lgs. N. 170/01, per tutto quanto in esso non previsto; pertanto la comunicazione di trasferimento o ampliamento ai sensi e per gli effetti di cui ai precedenti commi 1, 2 sarà eseguita decorsi non meno di 30 (trenta) giorni dalla data di ricezione della comunicazione da parte del Comune.

5. L'interessato presenta tale comunicazione in duplice esemplare all'Ufficio Protocollo del Comune, dei quali uno, viene restituito immediatamente, e conservato quale parte integrante ed aggiuntiva del titolo autorizzativo a suo tempo rilasciato.

6. Al ricevimento di tale comunicazione il competente Ufficio Comunale assegnatario disporrà gli eventuali controlli e verifiche in ordine alla sussistenza delle dichiarazioni rese, con riferimento alle norme che regolano i procedimenti ai sensi della Legge 241/1990, ai sensi del Regolamento Comunale approvato con deliberazione consiliare n. 79 del 27 ottobre 2005, e ai sensi di quanto indicato al successivo Capo V.

7. Il Comune rilascia una presa d'atto, sussistendo le condizioni ed i requisiti di cui al presente piano e di cui alle normative vigenti.

ARTICOLO 27 – DURATA DELLE AUTORIZZAZIONI

1. Fatti salvi i casi di revoca di cui ai successivi articoli 35 e 36, le autorizzazione per attività di vendita della stampa quotidiana e locale, hanno validità permanente e decadono in caso di cessazione dell'attività.

ARTICOLO 28 – DISCIPLINA DEL SUBINGRESSO - MODULISTICA

1. Il trasferimento della gestione o della titolarità della rivendita per atto tra vivi o per causa di morte è soggetto a comunicazione al Comune competente per territorio, in applicazione a quanto disposto dal D. Lgs. n. 114/98, a cui rimanda l'art. 9, comma 1, del D. Lgs. n. 170/01, sempre che sia provato l'effettivo trasferimento dell'esercizio a mezzo di scrittura privata autenticata o atto pubblico, fiscalmente registrati.
2. Nei punti di vendita NON ESCLUSIVI, il soggetto titolare dell'attività può cedere la gestione a terzi, come ramo d'azienda.
- 3. La comunicazione di subingresso, di cui alla modulistica allegata al presente regolamento, ha effetto immediato, senza dover attendere il decorso dei 30 giorni.**
4. L'interessato presenta tale comunicazione in duplice esemplare all'Ufficio Protocollo del Comune, dei quali uno, viene restituito immediatamente, e conservato quale parte integrante ed aggiuntiva del titolo autorizzativo a suo tempo rilasciato.
5. Al ricevimento di tale comunicazione il competente Ufficio Comunale assegnatario disporrà gli eventuali controlli e verifiche in ordine alla sussistenza delle dichiarazioni rese, con riferimento alle norme che regolano i procedimenti ai sensi della Legge 241/1990, ai sensi del Regolamento Comunale approvato con deliberazione consiliare n. 79 del 27 ottobre 2005, e ai sensi di quanto indicato al successivo Capo V.
6. Il Comune rilascia una presa d'atto, sussistendo le condizioni ed i requisiti di cui al presente piano e di cui alle normative vigenti.

ARTICOLO 29 – DISCIPLINA DELLA CESSAZIONE DELL'ATTIVITÀ. MODULISTICA

1. Anche per la cessazione dell'attività, è applicabile l'istituto della comunicazione, di cui all'art. 26, comma 5 del Decreto Legislativo n. 114/1998, da inviarsi al Comune competente per territorio, ed utilizzando la modulistica allegata al presente regolamento.
2. Nel caso di cui al precedente comma si applicano le disposizioni di cui ai commi 1 e 2 dell'articolo 7 del già citato decreto, senza dover attendere il decorso dei 30 giorni dalla data di presentazione, per la produzione degli effetti della comunicazione.
- 3. Resta inteso che la comunicazione di cessazione va presentata prima della data dalla quale l'interessato intende cessare l'attività.**

ARTICOLO 30 – MODALITÀ DI VENDITA

1. I punti vendita esclusivi assicurano nella vendita di quotidiani e periodici parità di trattamento alle diverse testate, come previsto dall'art. 4 del D.Lgs. n. 170/01.
2. La vendita della stampa quotidiana e periodica deve essere effettuata nel **rispetto delle modalità** previste dall'art. 5 del D. Lgs. n. 170/01:
 - a) il prezzo di vendita della stampa quotidiana e periodica stabilito dal produttore non può subire variazioni in relazione ai punti vendita che effettuano la rivendita;

- b) le condizioni economiche e le modalità commerciali di cessione delle pubblicazioni, comprensive di ogni forma di compenso riconosciuta ai rivenditori, devono essere identiche per le diverse tipologie di esercizi che effettuano la vendita;
- c) deve essere previsto un adeguato spazio espositivo per le testate poste in vendita;
- d) è vietata l'esposizione al pubblico di giornali, riviste e materiale pornografico.

ARTICOLO 31 – ORARI

1. L'art. 13 del D. Lgs. 114/98 esclude dall'applicazione delle disposizioni in materia di orari, tra l'altro "... le rivendite di giornali -.. nonché gli esercizi specializzati nella vendita di ... libri".
2. Conseguentemente, ai punti di vendita esclusivi e non esclusivi che si limitano alla vendita di giornali e periodici, non sono applicabili le disposizioni previste, in materia di orari, dal citato D. lgs. 114/98.
3. Ai punti di vendita **esclusivi che vendano altri prodotti oltre a quelli editoriali**, nonché ai **punti di vendita non esclusivi si applica la disciplina degli orari che regola l'attività prevalente** (cfr. Circolare Ministero Attività Produttive – Direzione Generale per il commercio, le assicurazioni e i servizi, n. 3538/C del 28.12.2001)

ARTICOLO 32 – DIVIETO DI ESERCITARE L'ATTIVITÀ SENZA IL TITOLO AUTORIZZATIVO

1. Ai sensi dell'art. 2, comma 2 del D. Lgs. 170/2001, l'attività per la vendita di stampa quotidiana e periodica, in punti esclusivi e non esclusivi, è soggetta al rilascio di autorizzazione da parte del Comune, pertanto l'interessato può dare inizio all'attività di che trattasi solamente dopo aver ottenuto il relativo titolo autorizzativo, secondo quanto disciplinato dal presente documento e dalle vigenti norme legislative.

ARTICOLO 33 – DISPOSIZIONI TRANSITORIE PER IL RILASCIO DELL'AUTORIZZAZIONE DI DIRITTO

1. In relazione all'applicazione delle disposizioni di cui all'art 2. comma 4, del decreto legislativo n. 170 del 2001 è consentito ai soggetti che hanno effettuato la sperimentazione di cui alla legge 13 aprile 1999. n. 108, purchè abbiamo a suo tempo inviato la prescritta comunicazione al Comune, di inoltrare apposita richiesta per il rilascio dell'autorizzazione di diritto, entro i 60 gg. successivi alla data di esecutività della deliberazione con la quale sono approvati i presenti Criteri.

2. Decorso il termine di cui sopra ogni eventuale ed ulteriore richiesta non potrà avere seguito, per decorrenza dei termini.

3. Nel caso di rilascio dell'autorizzazione ai soggetti di cui al precedente comma 1, il contenuto della medesima deve essere corrispondente alla scelta effettuata ai fini dello svolgimento dell'attività nel periodo previsto per la sperimentazione della citata legge 108/1999 (cfr. Circolare 3538/c, punto 2.8).

4. Il competente Servizio Comunale avrà cura di informare i soggetti di cui al comma 1 relativamente alle disposizioni contenute nel presente articolo, non appena il presente Piano Comunale sarà entrato in vigore.

ARTICOLO 34 – SANZIONI

1. Chiunque violi le disposizioni alla presente normativa è soggetto alle sanzioni amministrative di cui all'art. 22 del D.Lgs. n. 114/98, per i casi di:

A) VENDITA SENZA AUTORIZZAZIONE RELATIVA A:

- ✓ apertura di punti di vendita esclusivi e non esclusivi;
- ✓ trasferimento punti di vendita esclusivi fuori zona

B) VENDITA DI PRODOTTI NON CONSENTITI IN ESERCIZIO NON ESCLUSIVO;

C) ATTIVITÀ DI VENDITA DURANTE IL PERIODO DI SOSPENSIONE;

D) VENDITA CON APPARECCHI AUTOMATICI, SENZA AUTORIZZAZIONE;

E) ESPOSIZIONE DI MERCE SENZA PREZZI CHIARI E LEGGIBILI;

2. La sanzione è irrogata dal Dirigente competente.

ARTICOLO 35 - REVOCA DELL'AUTORIZZAZIONE E DIVIETO DI PROSECUZIONE DELL'ATTIVITÀ PER PUNTI VENDITA ESCLUSIVI

1. L'autorizzazione all'attività di vendita per punti esclusivi è **revocata** qualora il titolare:

- a) non dia inizio all'attività di vendita nel termine di un anno dalla data di rilascio dell'autorizzazione, salvo eventuale proroga concessa per motivazioni di comprovata necessità per un periodo massimo di sei mesi;
- b) sospenda l'attività per un periodo superiore ad un anno;
- c) non risulti più provvisto dei requisiti soggettivi di cui all'art. 5 del D. Lgs. n. 114/98.

2. La **prosecuzione** dell'attività di vendita per punti esclusivi è **vietata** qualora il titolare:

- a) in caso di subingresso dia luogo al trasferimento in gestione o della titolarità in assenza di preventiva comunicazione;
- b) in caso di subingresso non dia inizio all'attività di vendita entro un anno dalla data di presentazione della comunicazione, salvo eventuale proroga, concessa per motivazioni di comprovata necessità, per un periodo massimo di sei mesi;
- c) trasferisca il punto vendita in altra ubicazione dello stesso ambito di cui al presente piano, in assenza di preventiva comunicazione.

ARTICOLO 36 – REVOCA DELL'AUTORIZZAZIONE E DIVIETO DI PROSECUZIONE DELL'ATTIVITÀ PER PUNTI VENDITA NON ESCLUSIVI

1. L'autorizzazione all'attività di vendita per punti non esclusivi è **revocata** qualora il titolare:
 - a) non dia inizio all'attività di vendita nel termine di un anno dalla data di rilascio dell'autorizzazione, salvo eventuale proroga concessa unicamente per motivazioni di comprovata necessità, per un periodo massimo di sei mesi;
 - b) sospenda l'attività per un periodo superiore ad un anno;
 - c) non risulti più provvisto dei requisiti soggettivi di cui all'art. 5 del D. Lgs. n. 114/98.
2. La **prosecuzione** dell'attività di vendita per punti non esclusivi è **vietata** qualora il titolare:
 - a) in caso di subingresso dia luogo al trasferimento in gestione o della titolarità in assenza di preventiva comunicazione;
 - b) in caso di subingresso non dia inizio all'attività di vendita entro un anno dalla data di presentazione della comunicazione, salvo eventuale proroga, concessa per motivazioni di comprovata necessità, per un periodo massimo di sei mesi;
 - c) trasferisca il punto vendita in altra ubicazione in assenza di preventiva comunicazione.
 - d) trasferisca la sola attività relativa al punto vendita non esclusivo.

CAPO V DISPOSIZIONI SUI PROCEDIMENTI

ARTICOLO 37 - TERMINE DI CONCLUSIONE DEL PROCEDIMENTO

2. Il termine di conclusione del procedimento derivante dall'istanza di parte per la domanda di apertura di un nuovo punto di vendita (sia esclusivo che non esclusivo) o per il trasferimento di un punto di vendita in ambito diverso, è determinato in **sessanta giorni, decorrenti dalla data di presentazione della domanda, se regolare**, attestata dal protocollo generale dell'Ente, se regolare, **oppure, nel caso di eventuale interruzione del procedimento, dalla data di presentazione delle eventuali integrazioni richieste**, sempre attestata dal protocollo generale dell'Ente.
3. Il termine di cui sopra si intende escluso da eventuali procedimenti edilizi necessari per i locali oggetto dell'insediamento.
4. Alle istanze di cui al precedente comma 1, si applica l'istituto del **silenzio-assenso** di cui all'art. 20 della Legge 241/1990, come riformata dalla legge n. 80 del 14 maggio 2005.²

ARTICOLO 38 - RINVIO ALLE NORME GENERALI SUI PROCEDIMENTI

1. Per quanto non contemplato nel presente atto, relativamente alle norme sul procedimento, si rinvia al regolamento generale del Comune per la disciplina del procedimento amministrativo, approvato con **deliberazione consiliare n. 79 del 27 ottobre 2005**, con riferimento alla legge **241/1990** (Nuove norme in materia di procedimento amministrativo e di diritto di accesso ai documenti amministrativi).
2. **Resta salva la specifica disciplina indicata ai precedenti articoli 17 del presente atto, per quanto concerne "Domande concorrenti – Criteri da applicarsi"**

² **Articolo 20 (*) (Silenzio assenso)**

1. Fatta salva l'applicazione dell'articolo 19, nei procedimenti ad istanza di parte per il rilascio di provvedimenti amministrativi il silenzio dell'amministrazione competente equivale a provvedimento di accoglimento della domanda, senza necessità di ulteriori istanze o diffide, se la medesima amministrazione non comunica all'interessato, nel termine di cui all'articolo 2, commi 2 o 3, il provvedimento di diniego, ovvero non procede ai sensi del comma 2.
2. L'amministrazione competente può indire, entro trenta giorni dalla presentazione dell'istanza di cui al comma 1, una conferenza di servizi ai sensi del capo IV, anche tenendo conto delle situazioni giuridiche soggettive dei controinteressati.
3. Nei casi in cui il silenzio dell'amministrazione equivale ad accoglimento della domanda, l'amministrazione competente può assumere determinazioni in via di autotutela, ai sensi degli articoli 21-quinquies e 21-nonies.
4. Le disposizioni del presente articolo non si applicano agli atti e procedimenti riguardanti il patrimonio culturale e paesaggistico, l'ambiente, la difesa nazionale, la pubblica sicurezza e l'immigrazione, la salute e la pubblica incolumità, ai casi in cui la normativa comunitaria impone l'adozione di provvedimenti amministrativi formali, ai casi in cui la legge qualifica il silenzio dell'amministrazione come rigetto dell'istanza, nonché agli atti e procedimenti individuati con uno o più decreti del Presidente del Consiglio dei Ministri, su proposta del Ministro per la funzione pubblica, di concerto con i Ministri competenti.
5. Si applicano gli articoli 2, comma 4, e 10-bis. (1)

(*) *Articolo così sostituito dal comma 6 ter dell'art. 3 del D.L. 14 marzo 2005, n. 35, introdotto dalla relativa legge di conversione 14 maggio 2005, n. 80.*

(1) *Vedi, anche, D.P.R. 26 aprile 1992, n. 300; D.P.R. 9 maggio 1994, n. 407; D.P.R. 9 maggio 1994, n. 411.*

ALLEGATO E
NORMATIVE SPECIFICHE DI RIFERIMENTO
PER IL SETTORE

98. COMMERCIO DI VENDITA AL PUBBLICO

D.Lgs. 24-4-2001 n. 170

Riordino del sistema di diffusione della stampa quotidiana e periodica, a norma dell'articolo 3 della L. 13 aprile 1999, n. 108.
Pubblicato nella Gazz. Uff. 14 maggio 2001, n. 110.

Epigrafe

Premessa

1. Ambito di applicazione e definizioni.

2. Definizione del sistema di vendita della stampa quotidiana e periodica.

3. Esenzione dall'autorizzazione.

4. Parità di trattamento.

5. Modalità di vendita.

6. Piani comunali di localizzazione dei punti esclusivi di vendita.

7. Stampa estera.

8. Monitoraggio del mercato editoriale.

9. Norme finali.

D.Lgs. 24 aprile 2001, n. 170 ⁽¹⁾.

Riordino del sistema di diffusione della stampa quotidiana e periodica, a norma dell'articolo 3 della [L. 13 aprile 1999, n. 108](#) ^(1/circ).

⁽¹⁾ Pubblicato nella Gazz. Uff. 14 maggio 2001, n. 110.

^(1/circ) Con riferimento al presente provvedimento è stata emanata la seguente istruzione:

- *Ministero delle attività produttive*: [Circ. 28 dicembre 2001, n. 3538/C](#).

IL PRESIDENTE DELLA REPUBBLICA

Visti gli articoli 21, 76 e 87 della [Costituzione](#);

Visto l'articolo 52, primo comma, lettera *a*), del [decreto del Presidente della Repubblica 24 luglio 1977, n. 616](#);

Vista la [legge 5 agosto 1981, n. 416](#), e successive modificazioni;

Visto il [decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 112](#), recante conferimento di funzioni e compiti amministrativi dello Stato alle regioni ed agli enti locali, in attuazione del capo I della [legge 15 marzo 1997, n. 59](#);

Visto il [decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 114](#), recante la riforma della disciplina relativa al settore del commercio, a norma dell'articolo 4, comma 4, della [legge 15 marzo 1997, n. 59](#);

Vista la [legge 13 aprile 1999, n. 108](#), ed in particolare l'articolo 3, recante delega al Governo per l'emanazione di un decreto legislativo diretto a riordinare in maniera organica il sistema di diffusione della stampa quotidiana e periodica;

Visto il parere della Conferenza unificata espresso nella seduta del 21 dicembre 2000;

Visto il parere della VII Commissione parlamentare della Camera dei deputati, in data 1° febbraio 2001 sulla sperimentazione dell'allargamento della rete di vendita dei giornali;

Vista la preliminare deliberazione del Consiglio dei Ministri, adottata nella riunione del 16 febbraio 2001;

Sentita la Commissione paritetica Governo-editori di cui all'articolo 29 della [legge 25 febbraio 1987, n. 67](#), come modificata dalla [legge 13 aprile 1999, n. 108](#), e dal [decreto legislativo 28 agosto 1997, n. 281](#);

Visto il parere della Conferenza unificata di cui all'articolo 8 del [decreto legislativo 28 agosto 1997, n. 281](#), adottato nella seduta del 22 febbraio 2001;

Visto il parere delle competenti Commissioni parlamentari;

Vista la deliberazione del Consiglio dei Ministri, adottata nella riunione del 4 aprile 2001;

Sulla proposta del Presidente del Consiglio dei Ministri, di concerto con il Ministro per gli affari regionali ed il Ministro dell'industria, del commercio e dell'artigianato e del commercio con l'estero;

Emana il seguente decreto legislativo:

1. Ambito di applicazione e definizioni.

1. Il presente decreto detta principi per la disciplina, da parte delle regioni, delle modalità e condizioni di vendita della stampa quotidiana e periodica.

2. Ai fini del presente decreto, si intende per:

- a) punti vendita esclusivi quelli che, previsti nel piano comunale di localizzazione, sono tenuti alla vendita generale di quotidiani e periodici;
 - b) punti vendita non esclusivi, gli esercizi, previsti dal presente decreto, che, in aggiunta ad altre merci, sono autorizzati alla vendita di quotidiani ovvero periodici.
-

2. Definizione del sistema di vendita della stampa quotidiana e periodica.

1. Il sistema di vendita della stampa quotidiana e periodica si articola, su tutto il territorio nazionale, in punti vendita esclusivi e non esclusivi.

2. L'attività di cui al comma 1 è soggetta al rilascio di autorizzazione da parte dei comuni, anche a carattere stagionale, con le eccezioni di cui all'articolo 3. Per i punti di vendita esclusivi l'autorizzazione è rilasciata nel rispetto dei piani comunali di localizzazione di cui all'articolo 6.

3. Possono essere autorizzate all'esercizio di un punto vendita non esclusivo:

- a) le rivendite di generi di monopolio;
- b) le rivendite di carburanti e di oli minerali con il limite minimo di superficie pari a metri quadrati 1.500;
- c) i bar, inclusi gli esercizi posti nelle aree di servizio delle autostrade e nell'interno di stazioni ferroviarie, aeroportuali e marittime, ed esclusi altri punti di ristoro, ristoranti, rosticcerie e trattorie;
- d) le strutture di vendita come definite dall'articolo 4, comma 1, lettere e), f) e g), del [decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 114](#), con un limite minimo di superficie di vendita pari a metri quadrati 700;
- e) gli esercizi adibiti prevalentemente alla vendita di libri e prodotti equiparati, con un limite minimo di superficie di metri quadrati 120;
- f) gli esercizi a prevalente specializzazione di vendita, con esclusivo riferimento alla vendita delle riviste di identica specializzazione.

4. Per gli esercizi che hanno effettuato la sperimentazione ai sensi dell'articolo 1 della [legge 13 aprile 1999, n. 108](#), l'autorizzazione di cui al comma 2 è rilasciata di diritto.

5. I soggetti di cui al comma 3, che non hanno effettuato la sperimentazione, sono autorizzati all'esercizio di un punto di vendita non esclusivo successivamente alla presentazione al comune territorialmente competente di una dichiarazione di ottemperanza alle disposizioni di cui all'articolo 1, comma 1, lettera d-bis), numeri 4), 5), 6) e 7) della [legge 13 aprile 1999, n. 108](#).

6. Il rilascio dell'autorizzazione, anche a carattere stagionale, per i punti di vendita esclusivi e per quelli non esclusivi deve avvenire in ragione della densità della popolazione, delle caratteristiche urbanistiche e sociali delle zone, dell'entità delle vendite di quotidiani e periodici negli ultimi due anni, delle condizioni di accesso, nonché dell'esistenza di altri punti vendita non esclusivi.

3. Esenzione dall'autorizzazione.

1. Non è necessaria alcuna autorizzazione:

- a) per la vendita nelle sedi dei partiti, enti, chiese, comunità religiose, sindacati, associazioni, di pertinenti pubblicazioni specializzate;
 - b) per la vendita ambulante di quotidiani di partito, sindacali e religiosi, che ricorrano all'opera di volontari a scopo di propaganda politica, sindacale o religiosa;
 - c) per la vendita nelle sedi delle società editrici e delle loro redazioni distaccate, dei giornali da esse editi;
 - d) per la vendita di pubblicazioni specializzate non distribuite nelle edicole;
 - e) per la consegna porta a porta e per la vendita ambulante da parte degli editori, distributori ed edicolanti;
 - f) per la vendita in alberghi e pensioni quando essa costituisce un servizio ai clienti;
 - g) per la vendita effettuata all'interno di strutture pubbliche o private rivolta unicamente al pubblico che ha accesso a tali strutture.
-

4. Parità di trattamento.

1. Nella vendita di quotidiani e periodici i punti vendita esclusivi assicurano parità di trattamento alle diverse testate.

2. I punti vendita non esclusivi assicurano parità di trattamento nell'ambito della tipologia di quotidiani e periodici dagli stessi prescelta per la vendita.

5. Modalità di vendita.

1. La vendita della stampa quotidiana e periodica è effettuata nel rispetto delle seguenti modalità:

- a) il prezzo di vendita della stampa quotidiana e periodica stabilito dal produttore non può subire variazioni in relazione ai punti di vendita, esclusivi e non esclusivi, che effettuano la rivendita;
 - b) le condizioni economiche e le modalità commerciali di cessione delle pubblicazioni, comprensive di ogni forma di compenso riconosciuta ai rivenditori, devono essere identiche per le diverse tipologie di esercizi, esclusivi e non esclusivi, che effettuano la vendita;
 - c) i punti di vendita, esclusivi e non esclusivi, devono prevedere un adeguato spazio espositivo per le testate poste in vendita;
 - d) è comunque vietata l'esposizione al pubblico di giornali, riviste e materiale pornografico.
-

6. Piani comunali di localizzazione dei punti esclusivi di vendita.

1. Le regioni emanano gli indirizzi per la predisposizione da parte dei comuni dei piani di localizzazione dei punti di vendita esclusivi, attenendosi ai seguenti criteri:

- a) consultazione delle associazioni più rappresentative a livello nazionale degli editori e dei distributori nonché delle organizzazioni sindacali maggiormente rappresentative a livello nazionale dei rivenditori;
- b) valutazione della densità di popolazione, del numero di famiglie, delle caratteristiche urbanistiche e sociali di ogni zona o quartiere, dell'entità delle vendite, rispettivamente, di quotidiani e periodici, negli ultimi due anni, delle condizioni di accesso, con particolare riferimento alle zone insulari, rurali o montane, nonché dell'esistenza di altri punti di vendita non esclusivi.

2. I comuni sono tenuti ad adottare i piani di localizzazione dei punti esclusivi di vendita entro un anno dall'entrata in vigore del presente decreto legislativo. Gli stessi comuni sono tenuti alla riformulazione di detti piani a seguito dell'emanazione, da parte delle regioni, degli indirizzi di cui al comma 1.

3. In assenza del piano, di cui al comma 1, qualora nel territorio del comune o di una frazione di comune non esistano punti di vendita, l'autorizzazione alla vendita può essere rilasciata anche ad esercizi diversi da quelli menzionati nel presente decreto.

7. Stampa estera.

1. Il presente decreto legislativo si applica anche alla stampa estera posta in vendita in Italia.

8. Monitoraggio del mercato editoriale.

1. La Presidenza del Consiglio dei Ministri, senza oneri aggiuntivi a carico del bilancio dello Stato, assicura il monitoraggio della rete di vendita dei giornali quotidiani e periodici per l'espansione del mercato editoriale. A tale fine, con decreto del Presidente del Consiglio dei Ministri, è individuata la struttura preposta a detto monitoraggio, con la partecipazione dei soggetti del comparto distributivo editoriale e delle regioni di volta in volta interessate.

9. Norme finali.

1. Per quanto non previsto dal presente decreto si applica il [decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 114](#).

2. Sono abrogati l'articolo 14 della [legge 5 agosto 1981, n. 416](#), e l'articolo 7 della [legge 25 febbraio 1987, n. 67](#).

Emilia-Romagna
16. CULTURA, SPETTACOLO E INFORMAZIONE
Radio, televisione e stampa
Delib.G.R. 11-2-2002 n. 183
Indirizzi regionali per la predisposizione da parte dei Comuni dei piani di localizzazione dei punti di vendita esclusivi della stampa quotidiana e periodica.
Pubblicata nel B.U. Emilia-Romagna 29 maggio 2002, n. 71.

[Epigrafe](#)

[Premessa](#)

[Indirizzi regionali](#)

Delib.G.R. 11 febbraio 2002, n. 183 ⁽¹⁾.

Indirizzi regionali per la predisposizione da parte dei Comuni dei piani di localizzazione dei punti di vendita esclusivi della stampa quotidiana e periodica ⁽²⁾.

[\(1\)](#) Pubblicata nel B.U. Emilia-Romagna 29 maggio 2002, n. 71.

[\(2\)](#) La presente delibera è stata approvata con [Delib.C.R. 8 maggio 2002, n. 354](#), pubblicata autonomamente.

La Giunta della Regione Emilia-Romagna

Visto il [D.Lgs. 24 aprile 2001, n. 170](#) "Riordino del sistema di diffusione della stampa quotidiana e periodica, a norma dell'art. 3 della [legge 13 aprile 1999, n. 108](#)";

rilevato che l'art. 6 del summenzionato decreto stabilisce le Regioni emanano gli indirizzi per la predisposizione da parte dei Comuni dei piani di localizzazione dei punti di vendita esclusivi attenendosi ai seguenti criteri:

a) consultazione delle associazioni più rappresentative a livello nazionale degli editori e dei distributori nonché delle organizzazioni sindacali maggiormente rappresentative a livello nazionale dei rivenditori;

b) valutazione della densità di popolazione, del numero di famiglie, delle caratteristiche urbanistiche e sociali di ogni zona o quartiere, dell'entità delle vendite, rispettivamente, di quotidiani e periodici, negli ultimi due anni, delle condizioni di accesso, con particolare riferimento alle zone insulari, rurali o montane, nonché dell'esistenza di altri punti di vendita non esclusivi;

esaminata la proposta di "Indirizzi regionali per la predisposizione da parte dei Comuni dei piani di localizzazione dei punti di vendita esclusiva" elaborata dal Servizio regionale competente;

sentite le rappresentanze delle associazioni più rappresentative a livello nazionale degli editori e dei distributori nonché delle organizzazioni sindacali maggiormente rappresentative a livello nazionale dei rivenditori;

acquisito il parere favorevole della Conferenza Regione-Autonomie locali;

ritenuto pertanto di procedere a presentare al Consiglio, ai fini dell'approvazione, la suddetta proposta di "Indirizzi regionali per la predisposizione da parte dei Comuni dei piani di localizzazione dei punti di vendita esclusiva";

dato atto:

- del parere favorevole espresso dal Direttore generale alle Attività produttive, Commercio, Turismo, dr. Uber Fontanesi, in merito alla legittimità della presente deliberazione, ai sensi dell'art. 37, quarto comma della [L.R. n. 43/2001](#) e della Delib.G.R. 10 dicembre 2001, n. 2774;

- del parere favorevole espresso dal Responsabile del Servizio Programmazione della distribuzione commerciale, dr.ssa Paola Castellini, in merito alla regolarità tecnica della presente deliberazione, ai sensi dell'art. 37, quarto comma della [L.R. n. 43/2001](#) e della Delib.G.R. 10 dicembre 2001, n. 2774;

su proposta dell'Assessore al Turismo, Commercio,

a voti unanimi e palesi, delibera:

- di presentare al Consiglio, per l'approvazione, gli "Indirizzi regionali per la predisposizione da parte dei Comuni dei piani di localizzazione dei punti di vendita esclusivi" della stampa quotidiana e periodica allegati alla presente deliberazione quale parte integrante e sostanziale;

- di pubblicare integralmente il presente atto nel Bollettino Ufficiale della Regione Emilia-Romagna.

Indirizzi regionali per la predisposizione da parte dei comuni dei piani di localizzazione dei punti di vendita esclusivi della stampa quotidiana e periodica

1) Contenuti del presente documento

La Regione, ai sensi di quanto stabilito all'art. 6 del [D.Lgs. n. 170/2001](#), definisce gli indirizzi programmatici per la predisposizione, da parte del Comune, dei piani di localizzazione dei punti di vendita esclusivi della stampa quotidiana e periodica.

Ai sensi del [D.Lgs. n. 170/2001](#) si intende per:

- a) punti vendita esclusivi quelli che, previsti nel piano comunale di localizzazione, sono tenuti alla vendita generale di quotidiani e periodici;
- b) punti vendita non esclusivi, gli esercizi elencati al comma 3 dell'art. 2 del [D.Lgs. n. 170/2001](#) che, in aggiunta ad altre merci, sono autorizzati alla vendita di quotidiani ovvero periodici.

2) Piani comunali di localizzazione dei punti di vendita esclusivi

1) Al fine di favorire la diffusione dell'informazione a mezzo stampa secondo i principi affermati dall'art. 21 [Cost.](#), i Comuni predispongono il piano di localizzazione dei punti di vendita esclusivi, assicurando il più razionale insediamento delle rivendite in ragione della densità della popolazione, del numero delle famiglie, delle caratteristiche urbanistiche e sociali di ogni zona o quartiere, dell'entità delle vendite di quotidiani e periodici negli ultimi due anni, delle condizioni di accesso, nonché dell'esistenza di altri punti vendita esclusivi, e non esclusivi.

2) L'approvazione dei piani comunali di localizzazione dei punti di vendita esclusivi di giornali e riviste ha luogo a seguito della consultazione delle associazioni più rappresentative a livello nazionale degli editori e dei distributori nonché delle organizzazioni sindacali maggiormente rappresentative a livello nazionale dei rivenditori.

3) Il piano comunale ha, di norma, validità quadriennale.

3) Metodologia del piano

1) Al fine delle predisposizioni del piano di cui al punto precedente, i Comuni: a) accertano i punti di vendita esistenti nel territorio comunale, distinti in esclusivi e non esclusivi, secondo i criteri del [D.Lgs. n. 170/2001](#) individuandone l'ubicazione anche in relazione all'eventuale suddivisione del territorio in zone, sulla base delle caratteristiche urbanistiche e sociali di ogni zona o quartiere; b) accertano i punti di vendita soggetti ad autorizzazioni a carattere stagionale; c) individuano, per i centri urbani, la distribuzione territoriale dei punti di vendita esclusivi, anche con riferimento al numero delle famiglie ed alla densità demografica; d) individuano l'addensamento dell'utenza potenziale, tenendo conto degli insediamenti residenziali, direzionali, scolastici, commerciali ed industriali, dall'assetto viario e delle comunicazioni, delle grandi infrastrutture di traffico (quali le stazioni ferroviarie, le autostazioni, i porti e gli aeroporti), delle correnti turistiche permanenti e stagionali, dei centri culturali e sportivi; e) individuano le località rurali e montane in cui, tenuto conto delle particolari condizioni di accesso, occorre favorire la presenza di punti di vendita della stampa quotidiana e periodica.

4) Contenuto del piano

1) Sulla base degli accertamenti di cui al punto 3) e nel rispetto dei criteri fissati dal presente atto, il piano determina: a) la localizzazione ottimale dei punti di vendita in relazione alle finalità enunciate ed agli obiettivi stabiliti dal primo comma, punto 2) del presente atto; b) le conseguenti esigenze di nuova apertura e di trasferimento dei punti di vendita, anche con indicazioni di priorità, e in rapporto alla caratteristica esclusiva dell'esercizio; c) le zone turistiche eventualmente comprensive dell'intero territorio comunale nelle quali è consentito il rilascio di autorizzazione a carattere stagionale di cui all'art. 2 del [D.Lgs. n. 170/2001](#).

I Comuni possono altresì definire le tipologie dei chioschi e delle altre rivendite, prevedendo anche dimensioni minime che consentano un'ampia esposizione delle diverse testate.

5) Autorizzazione

1) L'attività di rivendita di giornali e riviste non può essere esercitata senza la specifica autorizzazione di cui all'art. 2 del [D.Lgs. n. 170/2001](#) rilasciata dal Comune.

2) Per gli esercizi che hanno effettuato la sperimentazione ai sensi dell'art. 1 della [legge 13 aprile 1999, n. 108](#), l'autorizzazione di cui al comma 1 è rilasciata di diritto - prescindendo quindi dalla verifica con il piano di localizzazione o con i parametri, demografici, economici e sociali di cui all'art. 2, comma 6 del [D.Lgs. n. 170/2001](#).

3) Qualora il Comune non sia dotato di piano comunale e nel territorio del comune, di una frazione di esso ovvero di una circoscrizione comunale non esistano punti di rivendita, è dovuta l'autorizzazione, allorché nelle aree urbane non esistano altri punti fissi di rivendita ad una distanza stradale, calcolata per il percorso più breve, di 400 metri.

4) La rivendita di giornali, quotidiani e periodici in posti fissi ubicati o da ubicarsi all'interno di: a) stazioni ferroviarie, interporti, autostazioni; b) ospedali; c) campeggi organizzati e villaggi turistici è soggetta ad autorizzazione.

5) Le autorizzazioni relative ai punti di vendita non sono trasferibili al di fuori degli impianti all'interno dei quali sono ubicati e decadono quando cessa il legame fisico e funzionale con l'impianto medesimo.

6) Ai fini dell'attivazione dei suddetti esercizi interni il richiedente deve possedere il preventivo assenso dell'ente proprietario.

6) Esercizio abusivo dell'attività

1) L'esercizio abusivo dell'attività di vendita di giornali e riviste è sottoposto in base a quanto previsto dall'art. 9, comma 1 del [D.Lgs. n. 170/2001](#), alla medesima disciplina sanzionatoria prevista per l'esercizio abusivo dell'attività di commercio al dettaglio in sede fissa.

7) Autorizzazioni a carattere stagionale

1) L'autorizzazione a carattere stagionale di cui all'art. 2 del [D.Lgs. n. 170/2001](#), può essere rilasciata, per un periodo non superiore a sei mesi nel corso dell'anno, nelle località in cui si verificano consistenti flussi turistici.

8) Domande concorrenti

1) In caso di domande concorrenti, i Comuni individuano criteri di priorità in modo da assicurare comunque la preferenza: a) nel caso di concorrenza fra domande di trasferimento di punti di vendita esistenti e domande di aperture di nuovi punti di vendita inerenti la stessa area di localizzazione, ai soggetti che intendono trasferire l'esercizio da aree che il piano di localizzazione di cui all'art. 2 qualifica come servite da un numero eccedente di punti di vendita; b) nel caso di concorrenza fra domande per l'esercizio di punti di vendita esclusivi e punti di vendita non esclusivi ai soggetti che intendono effettuare l'esercizio esclusivo dell'attività di vendita; c) a parità di condizioni, è seguito l'ordine cronologico di presentazione delle domande.

9) Distributori automatici

1) La vendita tramite distributori automatici di quotidiani e riviste nonché di soli quotidiani ovvero di sole riviste, in apposito locale ad essa adibito in modo esclusivo, si deve intendere, rispettivamente, come punto di vendita esclusivo soggetto, pertanto, alle disposizioni di cui all'art. 2, comma 2, secondo capoverso e punto di vendita non esclusivo assoggettato come tale alla disciplina di cui all'art. 2, comma 6 del [D.Lgs. n. 170/2001](#). Per tale fattispecie, il Comune, nell'effettuare la pianificazione di cui all'art. 6, comma 2 del [D.Lgs. n. 170/2001](#), deve tener conto della loro consistenza nel territorio.

10) Pareri

1) Al fine della predisposizione dei piani comunali di localizzazione dei punti di vendita esclusivi è preventivamente sentito il parere delle seguenti organizzazioni: a) le associazioni più rappresentative a livello nazionale degli editori; b) le associazioni più rappresentative a livello nazionale dei distributori; c) le organizzazioni sindacali più rappresentative a livello nazionale dei rivenditori.

2) Il parere, che va acquisito a titolo consultivo a prescindere dalla istituzione della Commissione comunale di cui al punto 12) è richiesto in forma scritta. Le organizzazioni suddette esaminano le proposte entro trenta giorni dal ricevimento della comunicazione ed esprimono il parere. Trascorso tale termine, si intende che il parere è favorevole.

11) Commissioni comunali

1) Per la definizione degli aspetti programmatici inerenti all'attività delle rivendite di giornali e riviste, i Comuni costituiscono apposita Commissione consultiva, chiamandone a farvi parte un rappresentante e il relativo supplente per ciascuna delle organizzazioni indicate al punto 10).

2) I Comuni decidono sulla composizione delle Commissioni e sulle modalità del loro funzionamento.

3) Le Commissioni durano in carica cinque anni.

12) Autorizzazione al subingresso

1) Il trasferimento della titolarità di un esercizio di rivendita di giornali e riviste per atto tra vivi o a causa di morte comporta il trasferimento dell'autorizzazione sempre che sia provato l'effettivo trasferimento dell'esercizio.

2) Ai fini e per gli effetti di cui all'art. 9, comma 1 del [D.Lgs. n. 170/2001](#), il trasferimento della gestione o della titolarità per atto inter vivos o mortis causa è soggetto alla sola comunicazione al Comune competente per territorio. Il subentrante può iniziare l'attività di vendita senza attendere il decorso dei 30 giorni dal ricevimento della comunicazione.



Legge 13 aprile 1999, n. 108

" Nuove norme in materia di punti vendita per la stampa quotidiana e periodica "

pubblicata nella *Gazzetta Ufficiale* n. 94 del 23 aprile 1999

Art. 1. - (*Sperimentazione di nuove forme di vendita dei giornali*)

1. All'undicesimo comma dell'articolo 14 della legge 5 agosto 1981, n. 416, come sostituito dall'articolo 7 della legge 25 febbraio 1987, n. 67, è aggiunta, in fine, la seguente lettera:

"*d-bis*) per la sperimentazione di nuove forme di vendita di giornali quotidiani e periodici da effettuare in predeterminati esercizi commerciali secondo i criteri e con le modalità che seguono:

1) la sperimentazione ha la finalità di acquisire elementi conoscitivi sulle variazioni provocate nel mercato della stampa quotidiana e periodica dalla messa in vendita dei giornali in esercizi diversi dalle rivendite fisse autorizzate;

2) la sperimentazione ha la durata di diciotto mesi e viene effettuata in tutto il territorio nazionale;

3) la sperimentazione viene effettuata dalle rivendite di generi di monopolio, dalle rivendite di carburanti e di oli minerali con il limite minimo di superficie pari a metri quadrati 1.500, dai bar, dalle strutture di vendita come definite dall'articolo 4, comma 1, lettera *e*), del decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 114, con un limite minimo di superficie di vendita pari a metri quadrati 700 e dagli esercizi adibiti prevalentemente alla vendita di libri e prodotti equiparati, con un limite minimo di superficie di metri quadrati 120. Gli esercizi a prevalente specializzazione di vendita possono svolgere, ugualmente a titolo di sperimentazione, attività di vendita delle riviste di identica specializzazione;

4) la vendita dei prodotti editoriali può anche essere limitata ai soli quotidiani o ai soli periodici; nell'ambito della tipologia prescelta deve essere assicurata parità di trattamento alle testate; l'obbligo della parità di trattamento non si applica alle pubblicazioni pornografiche che sono comunque escluse dalla sperimentazione;

5) il prezzo di vendita dei prodotti editoriali non può subire variazioni in relazione ai soggetti che effettuano la rivendita;

6) le condizioni economiche e le modalità commerciali di cessione delle pubblicazioni, comprensive di ogni forma di compenso riconosciuta ai rivenditori, devono essere identiche per le diverse tipologie di esercizi che effettuano la rivendita; le testate poste in vendita a titolo di sperimentazione non possono essere comprese in alcun altro tipo di vendita, anche relativa ad altri beni, che non siano quelli offerti dall'editore e alle stesse condizioni proposte nei punti vendita esclusivi;

7) gli esercizi che partecipano alla sperimentazione devono prevedere un apposito spazio espositivo per le testate poste in vendita, adeguato rispetto alla tipologia prescelta; gli esercizi della grande distribuzione devono esporre i giornali posti in vendita in un unico spazio;

8) i comuni devono escludere dalla sperimentazione gli esercizi che non rispettano le disposizioni che disciplinano la sperimentazione".

2. Entro trenta giorni dalla data di entrata in vigore della presente legge, gli esercizi che intendono partecipare alla sperimentazione di cui alla lettera *d-bis*) dell'undicesimo comma dell'articolo 14 della legge 5

agosto 1981, n. 416, introdotta dal comma 1 del presente articolo, devono darne comunicazione al comune territorialmente competente e, per conoscenza, al Dipartimento per l'informazione e l'editoria della Presidenza del Consiglio dei ministri. Nella comunicazione deve essere indicata quale tipologia di vendita, tra quelle di cui al numero 4) della citata lettera *d-bis*), si intende sperimentare. Entro sessanta giorni dal ricevimento di tale comunicazione, il comune può escludere dalla sperimentazione il singolo esercizio qualora individui violazioni dei criteri per l'insediamento delle attività commerciali adottati sul territorio. I comuni sono tenuti a trasmettere alle regioni gli elenchi degli esercizi che partecipano alla sperimentazione.

3. I punti esclusivi di vendita di quotidiani e periodici, dalla data di entrata in vigore della presente legge, e fatto salvo quanto in essa stabilito, sono soggetti alla disciplina generale prevista dal decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 114.

4. La commissione paritetica Governo-editori di cui all'articolo 29 della legge 25 febbraio 1987, n. 67, integrata dai rappresentanti delle organizzazioni sindacali rappresentative a livello nazionale dei rivenditori e dei distributori, nonché dal rappresentante della Conferenza unificata di cui all'articolo 8 del decreto legislativo 28 agosto 1997, n. 281, procederà almeno trimestralmente ad un esame periodico dell'andamento della sperimentazione. La commissione sarà altresì integrata, a seconda degli ambiti territoriali esaminati, dai rappresentanti delle regioni interessate e delle associazioni e sindacati territoriali di categoria. La commissione formula anche indicazioni e pareri sulla congruità, rispetto alla finalità della sperimentazione, della dislocazione sul territorio degli esercizi complementari e sulla loro sovrapposizione rispetto alla rete dedicata. Pareri ed indicazioni possono essere richiesti dalle stesse regioni sulla base degli elenchi ad esse trasmessi dai comuni ai sensi del comma 2 del presente articolo. Nel caso in cui la commissione non sia in grado di esprimere il parere, sulle questioni in esame decide comunque il presidente della commissione paritetica.

Art. 2. - (*Valutazione e criteri*)

1. Entro nove mesi dall'avvio della sperimentazione, il Sottosegretario di Stato alla Presidenza del Consiglio dei ministri, sentite le rappresentanze delle categorie interessate, riferisce alle competenti Commissioni parlamentari sull'andamento della sperimentazione, anche al fine di proporre al Governo eventuali iniziative legislative ed amministrative di modifica della sperimentazione.

2. Entro trenta giorni dal termine della fase di sperimentazione, il Sottosegretario di Stato alla Presidenza del Consiglio dei ministri riferisce alle competenti Commissioni parlamentari sui risultati accertati congiuntamente dal Dipartimento per l'informazione e l'editoria della Presidenza del Consiglio dei ministri e dalla Conferenza unificata di cui all'articolo 8 del decreto legislativo 28 agosto 1997, n. 281. Il Dipartimento può avvalersi della collaborazione di una struttura professionalmente esercente l'attività di ricerche di mercato nel settore del commercio individuata con decreto del Presidente del Consiglio dei ministri, sentita la commissione paritetica Governo-editori di cui all'articolo 29 della legge 25 febbraio 1987, n. 67, integrata dai rappresentanti delle organizzazioni sindacali rappresentative a livello nazionale dei rivenditori e dei distributori.

3. La valutazione sulla fase di sperimentazione deve essere basata sui seguenti criteri: parametri quantitativi, incremento complessivo delle vendite dei prodotti editoriali e per settori di intervento e qualitativi, analisi dei flussi di vendita e variazioni della composizione dell'offerta. Le competenti Commissioni parlamentari esprimono il loro parere sull'efficacia della fase di sperimentazione entro quindici giorni dalla relazione di cui al comma 2.

Art. - - .

(*Delega al Governo*)

1. Sulla base del parere di cui all'articolo 2, comma 3, il Governo, entro ventiquattro mesi dalla data di entrata in vigore della presente legge, sentita la Conferenza unificata di cui all'articolo 8 del decreto legislativo 28 agosto 1997, n. 281, nonché la commissione paritetica Governo-editori di cui all'articolo 29 della legge 25 febbraio 1987, n. 67, integrata dai rappresentanti delle organizzazioni sindacali rappresentative a livello nazionale dei rivenditori e dei distributori, è delegato ad emanare un decreto legislativo diretto a riordinare in maniera organica il sistema di diffusione della stampa quotidiana e periodica, sulla base dei seguenti criteri direttivi:

a) definizione della disciplina cui le regioni devono uniformarsi per la parte relativa alla vendita dei giornali e delle riviste, tenuto conto dell'esercizio delle funzioni delegate di cui all'articolo 52, primo comma, lettera a), del decreto del Presidente della Repubblica 24 luglio 1977, n. 616;

b) definizione dei criteri cui devono attenersi le regioni nell'elaborazione di indirizzi per i comuni in tema di predisposizione dei piani di localizzazione dei punti esclusivi di vendita;

c) definizione di un nuovo sistema di vendita dei prodotti editoriali su tutto il territorio nazionale, articolato in punti vendita esclusivi e punti vendita non esclusivi quali quelli di cui alla lettera d), mediante il rilascio di autorizzazioni, anche a carattere stagionale, in ragione della densità della popolazione, delle caratteristiche urbanistiche e sociali delle zone, dell'entità delle vendite di quotidiani e periodici negli ultimi due anni, delle condizioni di accesso, nonché dell'esistenza di altri punti vendita non esclusivi;

d) previsione che i soggetti di cui al numero 3) della lettera d-bis) dell'undicesimo comma dell'articolo 14 della legge 5 agosto 1981, n. 416, introdotta dal comma 1 dell'articolo 1 della presente legge, presentando al comune territorialmente competente una dichiarazione di ottemperanza alle previsioni di cui alla medesima lettera d-bis), numeri 4), 5), 6) e 7), e di cui al comma 2 del citato articolo 1, siano autorizzati a vendere anche quotidiani e/o periodici; previsione che tale disciplina si applichi agli esercizi a prevalente specializzazione di vendita limitatamente alle riviste di identica specializzazione;

e) previsione che i piani comunali di localizzazione dei punti esclusivi di vendita, o la loro riformulazione, debbano essere adottati entro un anno dalla data di entrata in vigore del decreto legislativo e che in assenza di tali piani, qualora nel territorio non esistano punti vendita esclusivi o aggiuntivi, il sindaco possa rilasciare l'autorizzazione alla vendita anche ad esercizi diversi;

f) individuazione dei casi in cui non è necessaria alcuna autorizzazione, tenuto conto anche di quanto previsto dall'articolo 14 della legge 5 agosto 1981, n. 416, come sostituito dall'articolo 7 della legge 25 febbraio 1987, n. 67;

g) previsione che tutti i soggetti autorizzati alla vendita assicurino parità di trattamento alle testate; per i circuiti alternativi alle edicole la parità di trattamento deve essere assicurata nell'ambito della tipologia prescelta.

2. Lo schema di decreto legislativo di cui al comma 1 è trasmesso alla Camera dei deputati ed al Senato della Repubblica per la formulazione, entro trenta giorni dalla data di assegnazione, del parere da parte delle competenti Commissioni parlamentari. Decorso tale termine, il decreto è emanato anche in mancanza di detto parere.

Art. 4. - (*Disposizioni transitorie - Abrogazione*)

1. Fino alla data di entrata in vigore del decreto legislativo di cui all'articolo 3, gli esercizi commerciali in cui è stata effettuata la sperimentazione possono continuare a vendere i prodotti editoriali prescelti. Ai medesimi esercizi l'autorizzazione alla vendita dei giornali, quotidiani e periodici, è rilasciata, qualora richiesta, di diritto.

2. È abrogato il comma 4 dell'articolo 26 del decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 114.

Art. 5. - (*Entrata in vigore*)

1. La presente legge entra in vigore il giorno successivo a quello della sua pubblicazione nella *Gazzetta Ufficiale*.

14. Autorizzazioni per la vendita.

1. Al fine di incrementare la diffusione e di realizzare l'economica gestione della distribuzione, le regioni devono uniformarsi, nell'esercizio delle funzioni delegate di cui alla lettera a) del primo comma dell'articolo 52, per la parte relativa alla rivendita di giornali e di riviste, del D.P.R. 24 luglio 1977, n. 616, ai criteri di cui al successivo comma.
2. Le regioni, nella elaborazione di indirizzi per i comuni in tema di predisposizione dei piani di localizzazione dei punti ottimali di vendita, si attengono alle seguenti prescrizioni:
 - a. deve essere prevista la consultazione delle associazioni più rappresentative a livello nazionale degli editori e dei distributori, e delle organizzazioni sindacali più rappresentative a livello nazionale dei rivenditori, nonché delle altre categorie che ne facciano richiesta;
 - b. per i centri urbani, deve essere previsto il rilascio delle autorizzazioni in ragione della densità della popolazione, del numero delle famiglie, delle caratteristiche urbanistiche e sociali di ogni zona o quartiere, della entità delle vendite, rispettivamente, di quotidiani e periodici, negli ultimi due anni, nonché delle condizioni di accesso;
 - c. per le zone turistiche, può essere previsto il rilascio di autorizzazioni a carattere stagionale;
 - d. per i punti di vendita nelle zone rurali, insulari e montane si deve tener conto in modo particolare delle condizioni di accesso;
 - e. per la vendita automatica si deve tenere conto delle esigenze derivanti dalla esistenza di altri punti di vendita in relazione alle precedenti lettere b), c) e d).
3. L'esercizio delle rivendite fisse di cui al comma precedente può essere svolto unicamente dal titolare o dai suoi familiari o parenti, o affini fino al terzo grado. È consentita la collaborazione di terzi, ma è vietato l'affidamento in gestione a terzi. L'affidamento in gestione è consentito soltanto nel caso di comprovato impedimento per malattia o infortunio, o di superamento dell'età pensionabile.
4. Le autorizzazioni sono concesse con priorità ai terzi cui è stata affidata la rivendita.
5. Le autorizzazioni di rivendita in posti fissi di giornali quotidiani e periodici sono rilasciate dai comuni in conformità ai piani comunali predisposti sulla base dei criteri fissati dalle regioni.
6. L'autorizzazione per la rivendita di soli giornali quotidiani e periodici può essere rilasciata esclusivamente alle persone fisiche. Qualora vi sia abbinamento di altri settori merceologici, l'autorizzazione può essere rilasciata a persone fisiche e a persone giuridiche. Alle persone fisiche non può essere rilasciata più di una autorizzazione.
7. L'autorizzazione al commercio rilasciata per gli esercizi della grande distribuzione, per le librerie e per le rivendite di tabacchi, comprende, qualora richiesta, anche l'autorizzazione alla rivendita di giornali quotidiani e periodici, quando gli stessi esercizi sono programmati a tal fine nei piani comunali di cui al presente articolo.
8. I piani comunali di localizzazione dei punti fissi di vendita, o la loro riformulazione in base al presente articolo, devono essere adottati entro un anno dalla entrata in vigore della presente legge.
9. In assenza del piano comunale, qualora nel territorio di un comune, di una frazione di comune ovvero di una circoscrizione comunale non esistano punti di rivendita, il sindaco è tenuto a rilasciare l'autorizzazione per la prima rivendita anche ad esercizi esistenti fra quelli di cui al settimo comma del presente articolo. È parimenti dovuta l'autorizzazione qualora nelle aree urbane non esistano altri punti fissi di rivendita ad una distanza stradale, calcolata per il percorso più breve, di 400 metri.
10. In caso di chiusura temporanea e ricorrente dei punti fissi di vendita o di impedimento temporaneo dei titolari di rivendite in posti fissi, questi devono affidare a titolari di altre licenze o ad altri soggetti la vendita, anche porta a porta, di quotidiani e periodici. Se non è adempiuto tale obbligo, le imprese editoriali e di distribuzione possono provvedere direttamente.
11. Non è necessaria alcuna autorizzazione:
 - a. per la vendita nelle sedi dei partiti, enti, chiese, comunità religiose, sindacati o associazioni, di pertinenti pubblicazioni specializzate; per la vendita ambulante di quotidiani di partito, sindacali e religiosi, che ricorrano all'opera di volontari a scopo di propaganda politica, sindacale o religiosa; per la vendita nelle sedi delle società editrici e delle loro redazioni distaccate, dei giornali da esse editi;
 - b. per la vendita di pubblicazioni specializzate non distribuite nelle edicole;
 - c. per la consegna, porta a porta e per la vendita ambulante da parte degli editori, distributori ed edicolanti, nel qual caso, quando non si avvalgono di personale che sia alle proprie dipendenze, le prestazioni relative si considerano in ogni caso inerenti a rapporti di collaborazione coordinata e continuativa

ai sensi dell'articolo 49, terzo comma, lettera a), del D.P.R. 29 settembre 1973, n. 597. Sui compensi corrisposti per tali prestazioni deve essere operata, a titolo di imposta, la ritenuta di cui all'articolo 25 del D.P.R. 29 settembre 1973, n. 600, con l'aliquota minima della tabella della aliquota IRPEF, qualora si tratti di compensi determinati in relazione ad un numero di ore giornaliere di attività non superiore a tre;

- d. per la vendita in alberghi e pensioni quando essa costituisce un servizio ai clienti.
12. I soggetti autorizzati alla vendita di giornali quotidiani e periodici dal presente articolo sono tenuti ad assicurare parità di trattamento alle diverse testate⁽¹⁾.

(1) Così sostituito dall'art. 7, L. 25 febbraio 1987, n. 67.

Roma,02.04.2003

Ministero delle Attività Produttive 00187 – Via Sallustiana, 53
Direzione Generale per il Commercio, le Assicurazioni ed i Servizi
Ufficio D2 – Disciplina Commercio
Prot. N. 550551 Allegati
Risposta al Foglio N. 25228
Del 4 ott. 2002
Al Comune
Ufficio commercio

TRECATE

Alla Presidenza del Consiglio
dei Ministri

Dipartimento per l'editoria e
per l'informazione

Via Boncompagni, 50

R O M A

OGGETTO: Vendita di giornali e riviste – punti di vendita non esclusivi – art. 2, comma 4 del 24 aprile 2001, n.170

Codesto Comune, con la nota indicata, chiede chiarimenti in merito a quanto stabilito dall'art.2, comma 4, del d. lgs. 24 aprile 2001, n. 170 il quale dispone che : *“Per gli esercizi che hanno effettuato la sperimentazione ai sensi dell'articolo 1 della legge 13 aprile 1999, n. 108, l'autorizzazione (per la vendita di giornali e periodici) di cui al comma 2 è rilasciata di diritto”*.

In merito al contenuto di tale articolo la scrivente, con la circolare n. 3538 del 28.12.2001, ha fornito un'interpretazione in base alla quale ha ritenuto che l'autorizzazione spetta di diritto a coloro i quali hanno avanzato domanda di partecipazione alla sperimentazione anche senza averla poi messa in atto.

Si prega trattare per ogni lettera un solo argomento e indicare nella risposta il N. di Protocollo e la Divisione cui si risponde

Riguardo a tale interpretazione codesto Comune chiede ulteriori chiarimenti in relazione al fatto che la Regione Piemonte *“ha invitato i Comuni a procedere con le dovute cautele nell'applicazione della citata circolare ministeriale, atto non pienamente idoneo a garantire la legittimità dell'azione amministrativa nella misura in cui appare palesemente difforme dall'atto legislativo di riferimento”*.

Premesso quanto sopra, in merito a tale quesito concernente l'interpretazione del contenuto dell'art. 2, comma 4 del d.lgs. n.170 la scrivente non può che riconfermare quanto già detto nella circolare n.3538 del 28 dicembre 2001 e cioè che *“ il rilascio dell'autorizzazione(...) per l'attivazione di un punto non esclusivo di vendita non è soggetto , (...) a valutazione discrezionale (...) essendo subordinato alla sola condizione dell'effettuazione della sperimentazione ”* ed ha, inoltre, ritenuto *“ sufficiente ai fini del possesso del presupposto richiesto l'aver inviato al comune competente per territorio, la comunicazione prevista dall'art.1, comma 2 della citata legge n.108 (...) pertanto (...) i soggetti in grado di dimostrare l'invio della comunicazione al comune devono essere considerati rientranti nella categoria degli aventi diritto al rilascio della relativa autorizzazione”* (cfr. punto 2.6 della circolare).

IL DIRETTORE GENERALE

(Mario Spigarelli)

DL/Giornali e riviste Trecate

Roma, 04.02.2003

Ministero delle Attività Produttive 00187 – Via Sallustiana, 53
Direzione Generale per il Commercio, le Assicurazioni ed i Servizi
Ufficio D2 – Disciplina Commercio
Prot. N. 547466 Allegati
Risposta al Foglio N. 526
del 24 gennaio 2003

Al Comune

Via Roma, n.21

MONTEFORTINO

Alla Regione Marche

Servizio Commercio

Via Gentile da Fabriano, n.9

ANCONA

OGGETTO : Attuazione D.L.gs. n.170/2001, art.2, comma 4 – Rilascio dell'autorizzazione agli esercizi che hanno effettuato la sperimentazione.

Si fa riferimento alla nota a margine indicata, nella quale codesto Comune propone alla scrivente un quesito in merito all'applicazione della normativa in oggetto in relazione a quanto è stato innovato nel titolo V della Costituzione in materia di competenze regionali.

In particolare chiede *“di conoscere se ai fini del rilascio di autorizzazioni per la vendita di giornali e riviste occorre rispettare le disposizioni normativa statali (...) e le eventuali circolari o risoluzioni ministeriali , ovvero attendere specifiche disposizioni regionali”*.

Al riguardo la scrivente ritiene che fino a che le Regioni non intervengano con una specifica disciplina innovativa di settore, la normativa vigente sia quella statale.

Si prega trattare per ogni lettera un solo argomento e indicare nella risposta il N. di Protocollo e la Divisione cui si risponde

Conseguentemente anche le interpretazioni rese in materia, attraverso pareri e circolari ministeriali, possono considerarsi, nelle more, utili fonti a fini applicativi.

Quanto sopra in relazione al fatto che ai fini della continuità dell'azione amministrativa occorre garantire che non vi siano vuoti normativi nei vari settori.

Premesso quanto sopra in merito al quesito con il quale si chiede

l'interpretazione del contenuto dell'art. 2, comma 4 del d.lgs. n.170 concernente il requisito richiesto ai fini del rilascio dell'autorizzazione per le rivendite di giornali e riviste, si precisa che la scrivente, al riguardo non può che riconfermare quanto già detto nella circolare n.3538 del 28 dicembre 2001 e cioè che *“ il rilascio dell'autorizzazione(...) per l'attivazione di un punto non esclusivo di vendita non è soggetto , (...) a valutazione discrezionale (...) essendo subordinato alla sola condizione dell'effettuazione della sperimentazione ”* ed ha, inoltre, ritenuto *“ sufficiente ai fini del possesso del presupposto richiesto l'aver inviato al comune competente per territorio, la comunicazione prevista dall'art.1, comma 2 della citata legge n.108 ”* (cfr. punto 2.6 della circolare).

IL DIRETTORE GENERALE

(Mario Spigarelli)

DL\Giornali e riviste Montefortino.doc

1

Ufficio D2 – Disciplina del commercio

Alle Regioni

Assessorato al Commercio

Prot. n. 516192 del 28/12/2001 LORO SEDI

Alla Provincia Autonoma di Bolzano

Assessorato al Commercio

SEDE

CIRCOLARE N. : 3538/c

Alla Provincia Autonoma di Trento

Assessorato al Commercio

SEDE

All' A.N.C.I.

Via dei Prefetti, 46

00100 ROMA

Alle Camere di Commercio, Industria,

Artigianato, Agricoltura

LORO SEDI

Al Coordinamento interregionale

c/o la Regione Liguria

Via D'Annunzio 113

16121 GENOVA

All' Unioncamere

Piazza Sallustio, 21

00187 ROMA

2

Alla Confcommercio

Piazza G.G. Belli, 2

00153 ROMA

Alla Confesercenti

Via Nazionale, 60

00184 ROMA

e, p.c. : Alla Presidenza del Consiglio
dei Ministri

Dipartimento per l'editoria

e l'informazione

Via Boncompagni 50

00186 ROMA

Oggetto: Decreto legislativo 24 aprile 2001, n. 170. Riordino del sistema di diffusione della stampa quotidiana e periodica a norma dell'articolo 3 della legge 13 aprile 1999, n. 108. Circolare esplicativa.

1. Ambito di applicazione

1.1 Ai sensi degli articoli 1 e 2 del decreto n. 170 i punti di vendita sono distinti in *esclusivi e non esclusivi*.

1.2 Ai sensi dell'art. 1, comma 2, lett. a), del decreto rientrano nella dizione di punti di vendita esclusivi le rivendite previste nel piano comunale di localizzazione e tenute alla vendita "*generale di quotidiani e periodici*".

1.3 Stante il tenore della citata disposizione di cui all'art. 1, comma 2, lett. a), i punti di vendita esclusivi sono *tenuti alla vendita sia dei giornali che dei periodici*.

1.4 Il nuovo sistema di diffusione della stampa quotidiana e periodica disciplinato dal decreto legislativo n. 170 prevede due sole fattispecie di vendita: l'una esercitata dai punti esclusivi, che sono legittimati a vendere ambedue le tipologie di prodotto editoriale, ossia i quotidiani e i periodici; l'altra esercitata dai punti non esclusivi, che sono legittimati a vendere o ambedue le tipologie di prodotto editoriale o solo una delle due dette tipologie di prodotto, ossia o i quotidiani o i periodici.

Detta precisazione è conseguente a quanto esplicitato dalla Presidenza del Consiglio dei Ministri – Dipartimento per l'informazione e l'editoria, con nota 8 ottobre 2001, n. 1/10235/SI, e che si riporta nel prosieguo.

“La distinzione tra punti di vendita esclusivi e punti non esclusivi deriva dal differente sistema autorizzatorio di competenza dei comuni: le due tipologie si differenziano profondamente nel provvedimento di autorizzazione che si riferisce alla connotazione di punto esclusivo e punto non esclusivo in base alla

normativa vigente. La circostanza della vendita di quotidiani e periodici ovvero di una soltanto delle due tipologie riguarda i punti non esclusivi che rimangono comunque in tale categoria avendo come attività principale la vendita di altre merci che non possono, si ripete, automaticamente passare nella categoria dei punti esclusivi per il fatto di vendere le due tipologie”.

Da ciò consegue che tutti gli esercizi che sono tenuti alla vendita sia dei quotidiani che dei periodici devono ritenersi appartenenti alla categoria dei punti di vendita esclusivi, come individuati dall’art. 1, comma 2, lett. a), del decreto, mentre gli esercizi elencati dalle lettere dalla a) alla f), del comma 3 dell’art. 2, del decreto n. 170, appartengono alla categoria dei punti di vendita non esclusivi, come individuati dall’art. 1, comma 2, lett. b), del decreto n. 170, sia che vendano ambedue le tipologie di prodotto editoriale, ossia i quotidiani e i periodici, sia una sola di dette tipologie (o i quotidiani o i periodici).

1.5 Visto il tenore della disposizione di cui al citato art. 1, comma 2, lett.a), nonché quanto esplicitato al precedente punto 1.4, ai fini della determinazione della rete di vendita dei prodotti editoriali esistente e della programmazione della medesima, si osserva che rientrano nella dizione di punti esclusivi di vendita anche gli esercizi non rientranti tra quelli elencati al n.3) della lettera dbis di cui all’art. 1 della legge 13 aprile 1999, n. 108, i quali erano denominati in vigore della precedente disciplina “promiscui”, essendo caratterizzati dalla vendita di quotidiani e periodici congiuntamente ad altre merci.

Quanto sopra considerato che la precedente disciplina in materia di vendita della stampa quotidiana e periodica, ossia la legge 5 agosto 1981, n. 416, come modificata dalla legge 25 febbraio 1987, n. 67, non precludeva la possibilità per un esercente di svolgere nel medesimo locale, congiuntamente all’attività di vendita di quotidiani e periodici, un’attività di vendita di altri prodotti: trattandosi, in tal caso, di attività non rientranti tra quelle determinatesi a seguito dell’entrata in vigore della legge n. 108, i predetti esercizi non possono che essere considerati quali punti di vendita esclusivi ai fini della predisposizione dei piani di localizzazione da parte degli enti locali. Anche in tale caso, infatti, si determina la condizione della vendita *generale* di quotidiani e periodici richiesta dalla disposizione che ne connota l’appartenenza alla categoria.

1.6 Rientrano nella dizione di punti esclusivi di vendita, altresì, quelli che, attivati in vigore della legge 5 agosto 1981, n. 416 per la vendita dei soli quotidiani e periodici, abbiano esteso od estendano la loro attività al settore merceologico non alimentare grazie alla facoltà concessa dal decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 114.

Al riguardo, si richiama la circolare 21 marzo 2000, n. 3482, nella quale la scrivente si è espressa in merito a quanto disposto di cui all’art. 1, comma 3, della legge n. 108, il quale prevedeva che “i punti esclusivi di vendita di quotidiani e periodici, dalla data di entrata in vigore della legge e, fatto salvo quanto in essa stabilito, sono soggetti alla disciplina generale del decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 114”.

In relazione a detta disposizione, infatti, ha sostenuto che la medesima consentiva, tra l’altro, “la possibilità per i titolari di rivendite esclusive di giornali e periodici di vendere prodotti appartenenti al settore merceologico non alimentare fatto salvo il rispetto dei requisiti igienico sanitari” (cfr. punto 3, lett. b).

La disposizione recata dall’art. 9, comma 1, del decreto n. 170, analoga a quella contenuta nel citato art. 1, comma 3, della legge 13 aprile 1999, n. 108, non può che avere la medesima conseguenza.

Sul predetto specifico punto la scrivente ritiene opportuno ulteriormente precisare che l’abrogazione del disposto di cui all’art. 26, comma 4, del decreto n. 114 ad opera dell’art. 4, comma 2, della legge n. 108, non poteva comportare l’impossibilità per i titolari di autorizzazione per la vendita di quotidiani e periodici di usufruire della facoltà dell’ampliamento al settore merceologico non alimentare.

La norma di cui al citato art. 26, comma 4, infatti, non poteva che risultare superflua a seguito dell’inserimento della specifica previsione dell’applicazione della disciplina generale del decreto n. 114 nella normativa relativa alla vendita di quotidiani e periodici connotata dal carattere di specialità.

1.7 Nella citata nota n.1/10235/SI Il Dipartimento per l’informazione e l’editoria della Presidenza del Consiglio dei Ministri ha precisato che “*Il punto di vendita non esclusivo, secondo quanto figura nel decreto legislativo n. 170, può effettuare la vendita di tutte e tre le tipologie, solo quotidiani, solo periodici, quotidiani e periodici, senza che cambi automaticamente la natura di punto non esclusivo in quanto effettua la vendita di altre merci in modo non occasionale e comunque prevalente (..)*”

Ad avviso del predetto Dipartimento, infatti, “*sembra abbastanza difficile che un punto non esclusivo, cioè che vende altre merci, proceda alla vendita di tutti i quotidiani e periodici assicurando loro parità di trattamento: in genere il punto esclusivo sceglierà categorie di quotidiani ovvero periodici limitate (sportivi, locali, di cucina, ecc...)*”.

L’interpretazione sostenuta dal Dipartimento trova conferma, ad avviso della scrivente, nei presupposti sanciti dalla legge n. 108 nell’affidare al Governo la delega per l’emanazione del decreto legislativo “diretto a disciplinare in maniera organica il sistema di diffusione della stampa quotidiana e periodica”, che ha poi assunto la forma del decreto n. 170 in discorso.

Ci si riferisce, nello specifico, all’art. 3 della legge n. 108, nel quale vengono enunciati i criteri direttivi ai quali il Governo si è dovuto attenere nell’emanazione del decreto delegato.

Tra i predetti criteri la lettera d) dell'art. 3 della citata legge n. 108 inserisce la "previsione che i soggetti di cui al n. 3 della lettera d-bis (..), presentando una dichiarazione di ottemperanza (..) nonché i soggetti "di cui al comma 2 del citato art. 1 siano autorizzati a vendere anche quotidiani e/o periodici".

Da quanto sopra, ad avviso della scrivente, emerge che il Governo è stato delegato alla emanazione di un decreto nel quale fosse prevista la possibilità di vendere nei punti non esclusivi ambedue i prodotti editoriali (quotidiani e periodici), sia per gli esercizi che hanno partecipato alla sperimentazione (ossia i soggetti di cui al comma 2 dell'art. 1 della legge n. 108), sia per quelli di nuova attivazione (ossia i soggetti di cui al n. 3 della lettera d-bis elencati, poi, nel decreto n. 170, all'art. 2, comma 3).

Conseguentemente a quanto sopra espresso, rientrano nella dizione di punti di vendita non esclusivi anche gli esercizi che, avendo effettuato la sperimentazione ai sensi dell'art. 1 della citata legge n. 108, ottengano l'autorizzazione prevista dall'art. 2, comma 4, del decreto n. 170 per ambedue le tipologie di prodotto editoriale, ossia per la vendita sia dei quotidiani che dei periodici (cfr. punto 2.7 della presente circolare).

1.8 Ai sensi del combinato disposto dell'art. 1, comma 2, lett. b), e dell'art. 2, comma 3, nonché di quanto precisato al precedente punto **1.7**, rientrano nella dizione di punti non esclusivi di vendita anche quelli espressamente elencati nel menzionato art. 2, comma 3, che ottengono la relativa autorizzazione, dopo l'entrata in vigore del decreto n. 170, per la vendita di una delle due tipologie di prodotto editoriale, ossia per la vendita dei soli quotidiani ovvero, alternativamente, per la vendita dei soli periodici.

Al riguardo, si evidenzia che l'elencazione contenuta nel citato art. 2, comma 3, è analoga a quella recata dalla legge n. 108, salvo l'espressa indicazione, in aggiunta, delle tipologie di esercizio individuate all'art. 4, comma 1, lettere f) e g), del decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 114, e dal medesimo denominate grandi strutture di vendita e centri commerciali (Al riguardo si richiama l'attenzione sul contenuto della circolare della scrivente 8 maggio 2000, n. 3486).

1.9 Rientrano, altresì, nella dizione di punti non esclusivi di vendita anche gli esercizi che hanno effettuato la sperimentazione ai sensi dell'art. 1 della legge n. 108, che ottengano l'autorizzazione, prevista dall'art. 2, comma 4, del decreto legislativo n. 170, per la vendita dei soli quotidiani ovvero per la vendita dei soli periodici, in conseguenza della scelta effettuata ai sensi della citata legge n. 108 (cfr. punto **2.7** della presente circolare).

1.10 Ai sensi del decreto n. 170, un punto non esclusivo di vendita può essere attivato solo presso gli esercizi che già svolgano le tipologie di attività espressamente elencate all'art. 2, comma 3, del decreto medesimo e trova giustificazione proprio in quanto è strettamente correlato all'attività già esistente, vista la finalità primaria delle disposizioni che lo regolamentano di ampliare la diffusione del prodotto editoriale.

Di conseguenza, si ritiene che al soggetto titolare di una delle attività previste dall'art. 2, comma 3, del decreto n. 170, il quale ottenga l'autorizzazione per l'attivazione di un punto non esclusivo di vendita, possa essere consentito cedere detta seconda attività mediante lo strumento della gestione del ramo di azienda.

Non può essere consentito, invece, il trasferimento di sede della sola attività relativa al punto non esclusivo, in quanto ciò determinerebbe il venir meno del legame funzionale con l'azienda che lo ha originato.

2. Autorizzazione

2.1 Per effetto del disposto di cui all'art. 2, comma 2, primo periodo, del decreto n. 170, l'attività, anche se stagionale, da esercitarsi sia in un punto esclusivo di vendita che in un punto non esclusivo, è soggetta al rilascio dell'autorizzazione da parte del comune competente per territorio.

2.2 Per effetto del combinato disposto dei commi 2, secondo periodo, e 6 dell'art. 2 del decreto legislativo n. 170, l'autorizzazione all'esercizio di un punto esclusivo di vendita è rilasciata nel rispetto dei piani comunali di localizzazione disciplinati dall'art. 6 del decreto medesimo.

Il tenore delle disposizioni non consente, pertanto, il rilascio dell'autorizzazione per un punto esclusivo di vendita in assenza del piano di localizzazione.

La validità di un piano adottato in vigenza della precedente disciplina è sostenuta nella predetta nota 1/10235/SI dal Dipartimento per l'informazione e l'editoria il quale scrive testualmente "*Si ritiene che piani di localizzazione vigenti, adottati in precedenza ai sensi dell'art. 14 della legge n. 416/1981, rimangono operanti fino all'emanazione dei nuovi criteri stabiliti tenendo conto degli indirizzi delle Regioni. Infatti il sistema delineato dal decreto legislativo n. 170 si basa su nuovi criteri direttivi delle Regioni che solo in loro assenza possono essere determinati da parte del comune, in riferimento alla nuova normativa, con un proprio piano da adeguare ai criteri regionali quando emanati*".

Ovviamente quanto sostenuto dal Dipartimento può essere ritenuto applicabile solo nel caso in cui i piani di localizzazione adottati in vigenza della precedentedisciplina prevedano possibilità di rilasci o nel caso di cessazioni di attività, in quanto non risponderebbe a criteri di efficienza e di equità costringere l'utente a subire i tempi necessari alle amministrazioni competenti per l'avvio della nuova programmazione.

Resta ferma, infatti, l'abrogazione dell'articolo 14 della legge n. 416, operata dall'art. 9, comma 2, del decreto n. 170.

Di conseguenza, e considerato che il decreto n. 170 non reca disposizioni transitorie, si ritiene opportuna, ove ciò non sia già avvenuto, l'adozione entro termini celeri di un nuovo provvedimento comunale recante il piano di localizzazione.

Detto piano, che ai sensi dell'art. 6, comma 2, del decreto "i comuni sono tenuti ad adottare (...) entro un anno dall'entrata in vigore del (...) decreto" sarà oggetto di "riformulazione", come espressamente sancito dalla disposizione medesima, "a seguito della emanazione, da parte delle regioni, degli indirizzi di cui al comma 1" dell'art. 6.

Nel predisporre il piano di localizzazione, i comuni, in assenza degli indirizzi che le regioni sono tenute ad emanare ai sensi dell'art. 6, comma 1, del decreto legislativo e per le quali non è previsto un termine, non possono che far riferimento ai criteri indicati nell'art. 2, comma 6, visto il richiamo ai medesimi, operato dalla disposizione in parola, anche nel caso di rilascio dell'autorizzazione per i punti esclusivi di vendita.

Nel piano di localizzazione si ritiene necessaria l'indicazione della durata di efficacia del medesimo, stante l'assenza di una specifica disposizione nel decreto n. 170 e vista la necessità di individuare tempi certi di riferimento per gli interventi correttivi che si rendano necessari al variare delle condizioni sociali, demografiche ed economiche nel territorio di riferimento.

Resta fermo, ad avviso della scrivente, che devono considerarsi superati i provvedimenti regionali adottati ai sensi della previgente disciplina, vista l'espressa abrogazione dell'art. 14 della legge n. 416 operata dal decreto n. 170.

2.3 Ai sensi dell'art. 2, comma 6, del decreto n. 170, il rilascio dell'autorizzazione all'esercizio, anche a carattere stagionale, per i punti di vendita esclusivi e per quelli non esclusivi è subordinato alla verifica dei parametri demografici, economici e sociali, richiamati nella disposizione medesima.

Ai sensi della predetta disposizione, infatti, il comune dovrà valutare la sussistenza delle condizioni per il rilascio dell'autorizzazione "(...) in ragione della densità della popolazione, delle caratteristiche urbanistiche e sociali delle zone, dell'entità delle vendite di quotidiani e periodici negli ultimi due anni, delle condizioni di accesso, nonché dell'esistenza di altri punti vendita non esclusivi".

A tale proposito nella predetta nota n. 1/10235/SI il Dipartimento per l'informazione e l'editoria ha precisato di non ritenere applicabile "*il criterio (...) basato sull'applicazione per il rilascio delle autorizzazioni ai punti non esclusivi degli stessi criteri stabiliti per i punti esclusivi, tra l'altro, affidato ad una valutazione discrezionale da parte del comune*", richiamando l'art. 6, lett. b) del decreto n. 170, il quale "*contiene come unico riferimento nella predisposizione degli indirizzi dei piani di localizzazione dei punti di vendita esclusivi l'esistenza di altri punti di vendita non esclusivi*".

Al riguardo, la scrivente ritiene che da quanto sopra non può conseguire l'automatico rilascio dell'autorizzazione ai punti di vendita non esclusivi sulla base della dichiarazione di ottemperanza prevista dall'art. 2, comma 5, del decreto n. 170, ritenendo in ogni caso soggetto detto rilascio ad una valutazione discrezionale, viste le inevitabili conseguenze che le attivazioni di detti punti di vendita comportano ai fini della programmazione.

Detta valutazione, pertanto, deve avvenire entro il termine per il procedimento stabilito dai comuni ai sensi di quanto sancito dalla legge 7 agosto 1990, n. 241, e che, in assenza di detta indicazione, non può che avvenire entro trenta giorni dal ricevimento dell'istanza con un provvedimento di accoglimento o rigetto della medesima (cfr. art. 2, comma 3, della legge n. 241).

Pertanto, al fine di garantire uniformità di trattamento ed equità, si ritiene opportuna l'adozione da parte del comune di un provvedimento recante i criteri ai quali fare riferimento ai fini del rilascio delle autorizzazioni all'esercizio dei punti non esclusivi di vendita, in grado di rappresentare un riferimento concreto ai fini della espressione della determinazione.

2.4 Eventuali istanze di rilascio di autorizzazione per l'attivazione di punti di vendita esclusivi e non esclusivi, inoltrate ai comuni competenti per territorio prima dell'adozione del piano di localizzazione e dei criteri, in assenza di disponibilità nei piani adottati in vigenza della precedente disciplina, ad avviso della scrivente, non possono essere oggetto di valutazione, considerato che detti strumenti, come evidenziato ai punti 2.2 e 2.3, rappresentano il necessario presupposto per procedere alla predetta valutazione.

2.5 Ai sensi dell'art. 2, comma 5, del decreto n. 170, il rilascio dell'autorizzazione per l'esercizio di un punto non esclusivo di vendita è subordinato alla presentazione da parte dell'interessato "al comune territorialmente competente di una dichiarazione di ottemperanza alle disposizioni di cui all'art. 1, comma 1, lett. d-bis), nn. 4, 5, 6 e 7 della legge n. 108".

Ad avviso della scrivente il tenore della disposizione, nonché la necessità di snellire l'azione amministrativa e di evitare aggravio del procedimento, rende opportuno che la dichiarazione di ottemperanza in parola sia contenuta nell'istanza di rilascio dell'autorizzazione.

2.6 L'art. 2, comma 4, del decreto n. 170 dispone che "Per gli esercizi che hanno effettuato la sperimentazione, ai sensi dell'articolo 1 della legge 13 aprile 1999, n. 108, l'autorizzazione di cui al comma 2 è rilasciata di diritto".

Il rilascio dell'autorizzazione in parola (per l'attivazione di un punto non esclusivo di vendita) non è soggetto, pertanto, a valutazione discrezionale ai sensi del citato decreto, essendo subordinato alla sola condizione dell'effettuazione della sperimentazione.

Al riguardo si fa presente di ritenere sufficiente ai fini del possesso del presupposto richiesto l'aver inviato al comune competente per territorio la comunicazione prevista dall'art. 1, comma 2, della citata legge n. 108, con la quale gli esercizi interessati alla partecipazione alla sperimentazione indicavano la tipologia di prodotto editoriale prescelta per la vendita.

Quanto sopra in conseguenza del fatto che la normativa recata dalla citata legge n. 108 considerava praticabile la sperimentazione per tutte le tipologie di esercizi, espressamente elencate, fermo restando che non intervenisse l'esclusione da parte del comune entro i sessanta giorni prescritti (cfr art.1, comma 2, secondo periodo, della legge n. 108).

Ove, pertanto, la suddetta esclusione non sia intervenuta, i soggetti in grado di dimostrare l'invio della comunicazione al comune devono essere considerati rientranti nella categoria degli aventi diritto al rilascio della relativa autorizzazione.

Il rilascio di diritto dell'autorizzazione ai predetti soggetti, infatti, non può essere pregiudicato dalle eventuali difficoltà ad iniziare o proseguire la vendita dovute ai rapporti con il settore della distribuzione in quanto detto ultimo aspetto attiene alla sfera contrattuale tra le parti.

La suddetta interpretazione è conseguente a quanto esplicitato dal Dipartimento per l'informazione e l'editoria con nota 12 ottobre 2001, n. 1/10402/S1, ossia che "(...) *l'invio al comune della comunicazione di partecipazione alla sperimentazione della vendita di giornali e/o periodici da parte di punti vendita non esclusivi dia diritto al rilascio dell'autorizzazione di cui al comma 2 dell'art. 2 del decreto n. 170*" e che, ai fini del "*rilascio dell'autorizzazione permanente, si deve intendere effettuata la vendita anche nei casi in cui il soggetto interessato, avendo presentato la prescritta comunicazione al comune e chiesto al distributore la consegna di giornali non li abbia ricevuti con l'impossibilità, quindi, di venderli*".

Resta fermo, invece, ad avviso della scrivente, il mancato diritto ad ottenere l'autorizzazione da parte dei soggetti che, pur rientrando nelle tipologie previste dalla citata legge n. 108, abbiano effettuato la vendita senza avere inviato la prescritta comunicazione al comune competente.

2.7 Come precisato al punto 2.6, l'autorizzazione di cui all'art. 2, comma 4, del decreto n. 170 è rilasciata previa presentazione di apposita istanza al comune competente per territorio.

In considerazione del fatto che il decreto legislativo non prevede un termine per la presentazione della predetta istanza da parte degli interessati e al fine di evitare incertezze, si ritiene di suggerire alle amministrazioni competenti al rilascio di informare gli interessati della possibilità dell'esercizio del diritto sancito dalla disposizione, onde verificare la volontà degli stessi.

Detta conoscenza, peraltro, risulta necessaria per la determinazione della rete di vendita dei prodotti editoriali in parola esistente ai fini sia della programmazione che della indicazione dei parametri e criteri di riferimento.

2.8 Nel caso di rilascio dell'autorizzazione ai soggetti di cui all'art. 2, comma 4, del decreto n. 170, il contenuto della medesima deve essere corrispondente alla scelta effettuata ai fini dello svolgimento dell'attività nel periodo previsto per la sperimentazione dalla citata legge n. 108.

Ai sensi dell'art. 1, comma 2, secondo periodo, della legge n. 108, infatti, agli esercizi ammessi alla vendita sperimentale era consentita la scelta della tipologia del prodotto editoriale da commercializzare (solo quotidiani; solo periodici; quotidiani e periodici).

Di conseguenza, agli esercizi che hanno scelto sia i quotidiani che i periodici non può non essere rilasciata una autorizzazione relativa ad ambedue le tipologie di prodotto.

Diversamente, infatti, risulterebbe limitato il diritto al rilascio sancito dall'art. 2, comma 4, del decreto n. 170.

3. Esenzione dall'autorizzazione

3.1 I casi di esenzione dall'autorizzazione sono elencati nell'art. 3 del decreto n. 170. Trattasi dei medesimi casi previsti dall'abrogato art. 14 della legge n. 416, con l'aggiunta della "*vendita effettuata all'interno di strutture pubbliche o private rivolta unicamente al pubblico che ha accesso a tali strutture*" (cfr. comma 1, lett. g).

In detto ultimo caso, pertanto, è consentita la vendita di quotidiani e periodici in tutte le strutture pubbliche o private nelle quali l'accesso non sia consentito *a chiunque* indistintamente, ma sia, con qualunque modalità, riservato, limitato o regolamentato, ossia consentito esclusivamente a cerchie determinate di soggetti.

Resta fermo che non possono rientrare nel caso in parola i centri commerciali i quali, oltre a non avere l'accesso al pubblico regolamentato, sono espressamente ricompresi tra i punti di vendita non esclusivi (cfr. art. 2, comma 3, lett. d).

Non possono non rientrarvi, invece, tutte le strutture nelle quali l'accesso sia soggetto al pagamento di un titolo di ingresso.

Per le restanti strutture ad ingresso riservato, limitato o regolamentato deve risultare rispettata la condizione dell'esistenza di una forma di controllo all'accesso (quale si determina, a titolo di esempio, nel caso degli ospiti di ospedali, case di cura o case di riposo).

L'irrinunciabile esigenza di fornire un servizio in caso di difficoltà ad accedere alla normale rete di distribuzione, infatti non può interferire sulla corretta programmazione dei punti di vendita esclusivi e non esclusivi demandata agli enti territoriali.

4. Condizioni di vendita

4.1 Gli articoli 4 e 5 del decreto n. 170 sanciscono le modalità di vendita alle quali gli esercenti la vendita si devono attenere.

Si richiama l'attenzione sull'art. 5, comma 1, lett. d), che vieta "l'esposizione al pubblico di giornali riviste e materiale pornografico".

Risulta evidente come il divieto discenda direttamente dalla tipologia del prodotto tipografico a prescindere dal contenuto più o meno osceno della copertina.

5. Norme finali

5.1 L'art. 9, comma 1, del decreto n. 170 sancisce che "Per quanto non previsto dal decreto si applica il decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 114".

Come già precisato dalla scrivente con riferimento ad analoga disposizione contenuta nella citata legge n. 108, nella circolare 21 marzo 2000, n. 3482, le disposizioni del decreto n. 114 applicabili alla vendita in parola sono quelle nel prosieguo evidenziate.

Nello specifico:

□ Il possesso dei requisiti generali per l'esercizio dell'attività commerciale previsti dall'art. 5, comma 2, considerato che non possono ritenersi applicabili quelli di cui al comma 5 del medesimo articolo, trattandosi di attività non alimentare, e che l'art. 26, comma 6, ha abrogato, fra l'altro la legge 11 giugno 1971, n. 426, e il registro esercenti il commercio da essa previsto (salvo le disposizioni concernenti il registro relativamente all'attività di somministrazione di alimenti e bevande di cui alla legge 25 agosto 1991, n. 287)

□ La possibilità per i titolari di rivendite di giornali e periodici di vendere i prodotti appartenenti al settore merceologico non alimentare fatto salvo il rispetto dei requisiti igienico-sanitari (cfr. al proposito anche il precedente punto **1.6**, ultimo periodo).

12

□ L'applicabilità dell'istituto della comunicazione al comune competente per territorio di cui all'art. 26, comma 5, del decreto legislativo n. 114, in caso di cessazione dell'attività e di trasferimento della gestione o della proprietà per atto tra vivi o per causa di morte.

5.2 Per effetto della disposizione di cui all'art. 9, comma 1, su citata, in caso di violazione delle disposizioni recate dal decreto legislativo n. 170, si applicano le norme di cui all'art. 22 del decreto n. 114, in quanto compatibili, ad esclusione del comma 5, il quale si riferisce espressamente agli esercizi di vicinato.

5.3 L'art. 9, comma 2, del decreto abroga l'intero art. 14 della legge n. 416. In conseguenza della predetta abrogazione cessano di sussistere i divieti sanciti dalla precedente disciplina per l'esercizio della vendita di quotidiani e periodici.

Nello specifico, con l'abrogazione in parola, non è più applicabile:

□ Il divieto alle persone diverse dal titolare o dai suoi familiari o parenti o affini fino al terzo grado di svolgere l'esercizio della rivendita fissa;

□ Il divieto di affidamento in gestione a terzi;

□ Il divieto di rilascio dell'autorizzazione alle persone giuridiche;

□ Il divieto di rilascio alle persone fisiche di più di una autorizzazione.

5.4 Si richiama l'attenzione sull'art. 13 del decreto n. 114, il quale esclude dall'applicazione delle disposizioni in materia di orari dal medesimo recate, tra l'altro, "(..) *le rivendite di giornali* (..)" nonché "(..) *gli esercizi specializzati nella vendita di* (..) *libri* (..)".

Di conseguenza, ai punti di vendita esclusivi che si limitino alla vendita dei quotidiani e dei periodici, nonché ai punti di vendita non esclusivi di cui all'art.

2, comma 3, lett. e) del decreto n. 170, non sono applicabili le disposizioni in materia di orari di apertura e di chiusura di cui al citato decreto n. 114.

Ai punti di vendita esclusivi che vendano altri prodotti oltre quelli editoriali, nonché ai punti di vendita non esclusivi, va applicata la disciplina degli orari prevista per l'attività prevalente.

6. Varie

6.1 L'art. 2, comma 3, lett. e), del decreto n. 170 dispone che possono essere autorizzati all'esercizio di un punto di vendita non esclusivo anche *“gli esercizi adibiti prevalentemente alla vendita di libri e prodotti equiparati, con un limite minimo di superficie di metri quadrati 120”*.

Ai sensi dell'art. 1 della legge 7 marzo 2001, n. 62, recante “Nuove norme sull'editoria e sui prodotti editoriali e modifiche alla legge 5 agosto 1981, n. 416”, i prodotti editoriali su supporto informatico, comprese le pubblicazioni su internet, sono da considerarsi equiparati ai libri (prodotti editoriali cartacei).

6.2 Si richiama l'attenzione sull'art. 11 della citata legge n. 62, il quale reca disposizioni, nel caso di vendita al consumatore finale da chiunque e con qualsiasi modalità effettuata, in materia di prezzo dei libri. Dette disposizioni, per effetto del decreto legge 5 aprile 2001, n. 99, recante “Disposizioni urgenti in materia di disciplina del prezzo di vendita dei libri”, convertito nella legge 9 maggio 2001, n. 198, hanno efficacia dal 1° settembre 2001 e si applicano a titolo sperimentale per il periodo di un anno.

Nel corso del periodo della sperimentazione non si applica alla disciplina del prezzo dei libri l'art. 15 del decreto n. 114 del 1998.

In considerazione del rapporto di collaborazione, che da sempre intercorre con la scrivente, i soggetti in indirizzo sono pregati di dare diffusione alla presente, onde agevolare una uniforme applicazione delle disposizioni del decreto n. 170 sul territorio nazionale.

Il testo della presente circolare è disponibile sul sito **INTERNET** di questo Ministero alla pagina: **www.minindustria.it/dgcas/commercio/indice.htm**.

IL MINISTRO

(Prof. Antonio Marzano)

DP/circolare giornali 2

Roma, 21 marzo 2000

Div.II

Prot. n. 502695

AGLI UFFICI PROVINCIALI
DELL'INDUSTRIA, DEL COMMERCIO
E DELL'ARTIGIANATO

LORO SEDI

E, p.c.: ALLA PRESIDENZA DEL CONSIGLIO

DEI MINISTRI – DIPARTIMENTO PER

L'INFORMAZIONE E L'EDITORIA

UFFICIO PER L'EDITORIA E PER LA

STAMPA

VIA BONCOMPAGNI, 15

00187 R O M A

ALL' ANCI

VIA DEI PREFETTI, 46

00186 R O M A

CIRCOLARE N. 3482 / C

ALLE REGIONI

ASSESSORATO AL COMMERCIO

LORO SEDI

ALL'UNIONCAMERE

PIAZZA SALLUSTIO, 21

00187 ROMA

ALLA CONFCOMMERCIO

PIAZZA G. G. BELLINI, 2

00153 R O M A

ALLA CONFESERCENTI

VIA NAZIONALE, 60

00184 R O M A

Oggetto: Legge 13 aprile 1999, n. 108 – Nuove norme in materia di punti di vendita per la stampa quotidiana e periodica.

In relazione ai numerosi quesiti concernenti la legge di cui all'oggetto, la scrivente Direzione Generale fa presente quanto segue.

1. L'art. 1, comma 1, n. 3, della legge n. 108 del 1999 dispone la possibilità di effettuare la sperimentazione di nuove forme di vendita dei giornali quotidiani e periodici, in predeterminati esercizi commerciali, tra i quali, "le strutture di vendita come definite dall'art. 4, comma 1, lett. e), del decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 114, con un limite minimo di superficie di vendita pari a metri quadrati 700 e dagli esercizi adibiti prevalentemente alla vendita di libri e prodotti equiparati, con un limite minimo di superficie di metri quadrati 120".

Ciò premesso, si osserva che le strutture di vendita richiamate sono, ai sensi del predetto art. 1, comma 1, lett. e), del decreto legislativo n. 114, "le medie strutture di vendita" ossia, "gli esercizi aventi superficie superiore ai limiti di cui al punto d) e fino a 1500 mq nei comuni con popolazione residente inferiore a 10.000 abitanti e a 2500 mq nei comuni con popolazione residente superiore a 10.000 abitanti."

Trattasi, pertanto, degli esercizi denominati medie strutture, con superficie di vendita compresa tra i 150 mq e 1500 mq o tra i 250 mq e i 2500 mq a seconda della classe demografica di appartenenza dei comuni nei quali sono collocati e salva la possibilità di diversa individuazione da parte regionale delle zone alle quali applicare detti limiti massimi di superficie "in base alle caratteristiche socio-economiche, anche in deroga al criterio della consistenza demografica" (cfr. art. 10, comma 4, d.lgs. 114).

In conseguenza di quanto sopra e, visto il tenore della disposizione della legge n. 108, ad avviso della scrivente, gli esercizi ai quali poter applicare la sperimentazione, non possono essere quelli individuati con la locuzione "grandi strutture di vendita" dall'articolo 4, comma 1, lett. f), del decreto legislativo n. 114.

2. L'art. 1, comma 3, della legge n. 108, prevede che "i punti esclusivi di vendita di quotidiani e periodici, dalla data di entrata in vigore della legge e, fatto salvo quanto in essa stabilito, sono soggetti alla disciplina generale prevista dal decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 114" (cfr. art.1, comma 3).

Al riguardo, la scrivente ritiene quanto segue.

La legge n. 108 con l'art. 1 aggiunge quanto in essa previsto all'undicesimo comma dell'art. 14 della legge 5 agosto 1981, n. 416, come sostituito dall'art. 7 della legge 25 febbraio 1987, n. 67.

Di conseguenza, salvo gli aspetti relativi alla sperimentazione, resta fermo quanto previsto dal citato art. 14 della legge n. 416, come sostituito dall'art. 7 della legge n. 67.

Ciò significa che per l'esercizio della vendita di giornali e riviste permane sia il regime di pianificazione che quello autorizzatorio, considerato che resta vigente la disposizione di cui al citato art. 7 della legge n. 67 che prevede che "le autorizzazioni di rivendita in posti fissi di giornali quotidiani e periodici sono rilasciate dai comuni in conformità ai piani comunali predisposti sulla base dei criteri fissati dalle regioni", nonché tutte le altre disposizioni in esso contenute e concernenti, in via generale, l'esercizio dell'attività commerciale specificamente finalizzata alla vendita dei prodotti in discorso, ivi comprese le esclusioni dal regime autorizzatorio sancite dalle lettere a), b), c) e d) del predetto articolo.

3. Conseguentemente a quanto sopra esplicitato, quanto previsto al comma 3 della legge n. 108 comporta, in materia di esercizio dell'attività di vendita di giornali e riviste, l'applicabilità solo di alcune disposizioni della disciplina generale recata dal decreto legislativo n. 114.

Nello specifico:

a) il possesso dei requisiti generali per l'esercizio dell'attività commerciale previsti dall'art. 5, comma 2, considerato che non possono ritenersi applicabili quelli di cui al comma 5 del medesimo articolo, trattandosi di attività non alimentare, e che l'art. 26, comma 6 ha abrogato, fra l'altro, la legge n. 426 del 1971 e il Registro esercenti il commercio da essa previsto (salvo le disposizioni concernenti il registro relativamente alla attività di somministrazione di alimenti e bevande di cui alla legge 25 agosto 1991, n. 287, e alla attività ricettiva di cui alla legge 17 marzo 1983, n. 217);

b) la possibilità per i titolari di rivendite esclusive di giornali e periodici di vendere i prodotti appartenenti al settore merceologico non alimentare, fatto salvo il rispetto dei requisiti igienico-sanitari;

c) l'applicabilità dell'istituto della comunicazione al comune competente per territorio di cui all'art. 26, comma 5, del decreto legislativo n. 114, in caso di cessazione dell'attività o di trasferimento della gestione o della proprietà per atto tra vivi o per causa di morte, fermo restando il disposto di cui al terzo comma dell'art. 7 della legge n. 67 ("l'esercizio delle rivendite fisse (...) può essere svolto unicamente dal titolare o dai suoi familiari o parenti o affini fino al terzo grado. E' consentita la collaborazione di terzi. L'affidamento in gestione è consentito soltanto nel caso di comprovato impedimento per malattia o infortunio o di superamento dell'età pensionabile").

4. Si richiama l'attenzione, infine, sulla disposizione di cui all'art. 26, comma 6, del decreto n. 114, la quale ha soppresso, tra l'altro, la voce n. 50 della tabella c) allegata al Decreto del Presidente della Repubblica 26 aprile 1992, n. 300, come modificata ed integrata dal Decreto del Presidente della Repubblica 9 marzo 1994, n. 407.

Conseguentemente, non è applicabile al rilascio dell'autorizzazione per l'esercizio dell'attività di vendita di giornali e riviste, l'istituto del silenzio-assenso di cui all'art. 20 della legge 7 agosto 1990, n. 241.

Si conclude precisando che il Dipartimento per l'informazione e l'editoria della Presidenza del Consiglio dei Ministri, al quale il testo della presente circolare è stato trasmesso, non ha comunicato alla scrivente eventuali osservazioni.

Resta fermo che, ove non concordi su quanto esplicitato nel restante testo, il predetto Dipartimento, al quale la presente è inviata per conoscenza, è pregato di far conoscere alla scrivente ed ai soggetti in indirizzo le proprie eventuali determinazioni.

Gli UU.PP.I.CA. sono pregati di trasmettere la presente circolare a tutti i comuni delle rispettive circoscrizioni.

IL DIRETTORE GENERALE

(dott. Piero Antonio Cinti)

4

DP/li/Circ. giornali e riviste

ALLEGATO F

MODULISTICA

Comune di Sala Bolognese		Al Sindaco del Comune di Sala Bolognese Servizio Sviluppo Economico Piazza Marconi 1 – 40010 Sala Bolognese (BO)	
tit. _____ prot. n° _____ del ____/____/____	Responsabile del procedimento Geom. Giovanni Tagliaferro Respons. 3° A.P.O. TECNICA	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;"> MARCA DA BOLLO </div>	

RIVENDITA DI GIORNALI E RIVISTE Modello UNICO valevole per Domanda di AUTORIZZAZIONE AVVIO punto ESCLUSIVO o NON ESCLUSIVO Domanda di AUTORIZZAZIONE a SEGUITO DI SPERIMENTAZIONE già effettuata in punto non esclusivo Domanda di AUTORIZZAZIONE TRASFERIMENTO FUORI ZONA punto ESCLUSIVO
--

II/La sottoscritto/a _____

nato/a a _____ il _____ di nazionalità

_____, residente a _____ Via _____

Codice fiscale _____, Tel. _____

in qualità di _____

della ditta/società _____

con sede in _____ Via _____

C.F/P.IVA _____

Tel. _____

VISTO il D.Lgs. 24 aprile 2001, n. 170;

VISTA la Legge 13 aprile 1999, n. 108;

VISTO il D.Lgs. 31 marzo 1998, n. 114;

VISTO il Piano di localizzazione dei punti vendita esclusivi per la diffusione della stampa quotidiana e periodica e per la disciplina dei punti vendita non esclusivi, approvato con delibera consiliare del Comune di Sala Bolognese, n. ____ del _____, esecutiva:

consapevole che le dichiarazioni false, la falsità negli atti e l'uso di atti falsi comportano l'applicazione delle sanzioni penali previste dall'art. 76 DPR n. 445/2000, (artt. 483, 495 e 496 del codice penale) e la decadenza dai benefici conseguiti,

C H I E D E

(nei riquadri successivi, barrare le caselle a seconda dei casi che ricorrono)

SEZIONE A - AVVIO ATTIVITA'

IL RILASCIO DI AUTORIZZAZIONE ALLA RIVENDITA DI GIORNALI E RIVISTE

- Ex novo in forma esclusiva** (**tenuto** alla vendita di quotidiani e periodici)
- Ex novo in forma non esclusiva** (vendita di quotidiani, **oppure** di periodici, abbinata alla tipologia di esercizio indicata alla pagina seguente);
- A seguito di partecipazione alla sperimentazione** prevista dalla Legge n. 108/1999, come da comunicazione effettuata al Comune di Sala Bolognese con nota di cui al protocollo generale n. ____ del _____, ed accettata dal Comune con nota prot. N. ____ del _____;

- Per la vendita di soli quotidiani
- Per la vendita di soli periodici
- Per la vendita di quotidiani e periodici

L'attività di vendita verrà esercitata in Sala Bolognese, in Via _____, n. ____ (che si trova nell'ambito n. ____, così come definito nel Piano Comunale).

- In locali adibiti in FORMA ESCLUSIVA
- In locali in abbinamento alla seguente tipologia di attività principale:

- le rivendite di generi di monopolio
- le rivendite di carburanti e di oli minerali con il limite minimo di superficie pari a metri quadrati 1.500;
- i bar, inclusi gli esercizi posti nelle aree di servizio delle autostrade e nell'interno di stazioni ferroviarie, aeroportuali e marittime, ed esclusi altri punti di ristoro, ristoranti, rosticcerie e trattorie;
- le strutture di vendita come definite dall'articolo 4, comma 1, lettere e), f) e g), del decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 114, con un limite minimo di superficie di vendita pari a metri quadrati 700;
- gli esercizi adibiti prevalentemente alla vendita di libri e prodotti equiparati, con un limite minimo di superficie di metri quadrati 120;
- gli esercizi a prevalente specializzazione di vendita, con esclusivo riferimento alla vendita delle riviste di identica specializzazione

con superficie complessiva di vendita di mq. _____, di cui mq. _____ per l'esercizio della stessa (nel caso di locali per vendita in forma esclusiva, le due superfici indicati coincidono)

Foglio _____ Mapp _____ Sub _____

SEZIONE B - TRASFERIMENTO SEDE PUNTO ESCLUSIVO FUORI AMBITO

Il rilascio della autorizzazione amministrativa per il trasferimento dell'esercizio attualmente condotto in forza della autorizzazione n. ____ del _____, esercitato in

◇ LOCALI

◇ CHIOSCO

Con superficie di mq. _____

Da Via _____

n° _____ (Ambito n. ____ così definito nel Piano Comunale)

A Via _____

n° _____ (Ambito n. ____ così definito nel Piano Comunale)

Foglio _____ Mapp _____ Sub _____

Destinazione d'uso dei locali _____

◇ LOCALI

◇ CHIOSCO

Con superficie di mq. _____

DICHIARA

Sotto la propria responsabilità

DICHIARAZIONI COMUNI PER TUTTI I RICHIEDENTI

Di essere in possesso dei requisiti di cui all'art. 5 del D.L.vo n. 114/98 e precisamente:

- a) di non essere stato dichiarato fallito;
 - b) di non aver riportato una condanna con sentenza passata in giudicato, per delitto non colposo, per il quale è prevista una pena detentiva non inferiore nel minimo a 3 anni, sempre che sia stata applicata, in concreto, una pena superiore al minimo edittale;
 - c) di non aver riportato una condanna a pena detentiva, accertata con sentenza passata in giudicato, per uno dei delitti di cui al Titolo II e VIII del libro II del Codice Penale, ovvero di ricettazione, riciclaggio, emissione di assegni a vuoto, insolvenza fraudolenta, bancarotta fraudolenta, usura, sequestro di persona a scopo di estorsione, rapina;
 - d) di non aver riportato due o più condanne a pena detentiva o a pena pecuniaria, nel quinquennio precedente all'inizio dell'esercizio dell'attività, accertate con sentenza passata in giudicato, per uno dei delitti previsti dagli articoli 442, 444, 513, 513-bis, 515, 516 e 517 del Codice Penale, o per delitti di frode nella preparazione o nel commercio degli alimenti, previsti da leggi speciali;
 - e) di non essere sottoposto ad una delle misure di prevenzione di cui alla legge 27.12.1956, n. 1423 (*misure di prevenzione nei confronti delle persone pericolose per la sicurezza e per la pubblica moralità*);
 - f) di non essere stato dichiarato delinquente abituale, professionale o per tendenza.
- che non sussistono nei propri confronti "cause di divieto, di decadenza o di sospensione di cui all'art. 10 della legge 31.05.1965, n. 575" (antimafia) – *In caso di società, tutte le persone di cui al D.P.R. n. 252/1998, art. 2, compilano l'allegato A.*
- (**per le società**) che la composizione societaria è la seguente, e che le medesime cause ostative di cui sopra non sussistono a carico dei soci dell'impresa, i quali hanno presentato l'allegata autocertificazione:

<u>Generalità</u>	<u>Carica</u>	<u>Luogo e Data di Nascita</u>

Solo per i cittadini extracomunitari residenti in Italia: di essere titolare di permesso di soggiorno n. _____ rilasciato dalla Questura di _____ il _____ con scadenza il _____;

di avere titolo nei locali presso i quali avvio o trasferisco l'attività per:
(barrare solo la casella corrispondente al titolo

- compravendita
- affitto
- conferimento d'azienda
- scissione d'azienda
- scioglimento della società con conferimento
- fusione
- comodato

come risulta dall'atto, repertorio n. _____, registrato in data _____ con efficacia dal giorno _____, stipulato tra le seguenti parti:

_____ **ovvero**, a titolo di subentro nel contratto di _____
tra la Ditta cedente e il Sig/Ditta _____

- che nella zona è disponibile una autorizzazione per la rivendita di giornali e riviste;
- che per i locali/chiosco è stata ottenuta la concessione edilizia n. _____ del _____;
- che è stata ottenuta la autorizzazione di usabilità/Certificato di conformità ed agibilità edilizia n. _____ del _____ intestata a _____;

oppure

- di aver presentato contestualmente, ovvero in data _____, prot. N. _____, re regolare istanza di rilascio di certificato di usabilità allo Sportello Edilizia;

oppure

- di aver presentato contestualmente, ovvero in data _____, prot. N. _____ presso lo Sportello Edilizia, la seguente pratica edilizia relativa all'intervento sui locali (descrivere)

- qualora prevista) autorizzazione allo scarico n. _____ del _____ intestata a _____ rilasciata da _____

oppure

- di aver presentato domanda di voltura nell'autorizzazione allo scarico suddetta in data _____, prot. N. _____ presso lo Sportello Edilizia;

- di essere a conoscenza e di rispettare le norme contenute nel D. Lgs 170/2001 ed in particolare le norme relative alla parità di trattamento (art. 4) e alle modalità di vendita (art. 5), come riportato nel testo allegato alla presente istanza che ne costituisce parte integrante e sostanziale;

- di essere a conoscenza che ai sensi dell'art. 13 del D. Lgs. 114/98, le rivendite di giornali **sono esclusi dalla applicazione delle disposizioni in materia di orario** e che, conseguentemente, ai punti di vendita di vendita esclusivi e non esclusivi che si limitano alla vendita di giornali e periodici non sono applicazioni le disposizioni previste dal citato D. Lgs. 114/98, mentre ai punti **esclusivi che vendano altri prodotti oltre a quelli editoriali**, nonché ai **punti di vendita non esclusivi si applica la disciplina degli orari che regola l'attività prevalente** (cfr. Circolare Ministero Attività Produttive – Direzione Generale per il commercio, le assicurazioni e i servizi, n. 3538/C del 28.12.2001)

- di essere a conoscenza che il **trasferimento della titolarità** di un esercizio di rivendita di giornali e riviste per atto tra vivi o a causa di morte comporta il trasferimento dell'autorizzazione sempre che sia provato l'effettivo trasferimento dell'esercizio, mediante contratto redatto a mezzo di scrittura privata autenticata o di atto pubblico, fiscalmente registrato e che, ai fini e per gli effetti di cui all'art. 9, comma1, del D. Lgs. 170/2001, il trasferimento della gestione o della titolarità per atto inter vivos o mortis causa **è soggetto alla sola comunicazione al Comune**, ed ha effetto immediato senza attendere il decorso dei 30 giorni dalla data di presentazione al protocollo;

- di essere a conoscenza che ai sensi dell'art. 1, comma 3, della legge 108/1999, il possesso dell'autorizzazione per la vendita di quotidiani e periodici **in forma esclusiva abilita, di diritto, anche alla vendita dei generi del settore non alimentare** di cui all'art. 5, comma 1 del D. Lhgs. 114/98, limitatamente al dimensionamento di esercizio di vicinato;

- di essere a conoscenza delle norme comunali in materia di punti di rivendita giornali e riviste, adottate con deliberazione consiliare n. ___ del _____, comprese le cause di revoca dell'autorizzazione e di applicazione delle sanzioni previste;

- di essere a conoscenza **CHE L'ATTIVITA' PUO' ESSERE INIZIATA SOLO DOPO AVER OTTENUTO L'AUTORIZZAZIONE COMUNALE.**

DICHIARAZIONI AGGIUNTIVE RIGUARDANDI I PUNTI DI VENDITA NON ESCLUSIVI:

- Di aver effettuato la sperimentazione di cui alla Legge n. 108/99, di avere rispettato le disposizioni di cui all'articolo 1, comma 1, della legge 13 aprile 1999, n. 108, che ha introdotto la lettera d-bis all'11° comma dell'art. 14 della legge 416/1981, ed in particolare i numeri 4), 5), 6) e 7), come riportati

nel testo della normativa allegata alla presente istanza, che ne costituisce parte integrante e sostanziale e pertanto di avere diritto al rilascio dell'autorizzazione alla vendita di giornali o riviste;

- In caso di prima richiesta per punto di vendita non esclusivo **senza avere effettuato la sperimentazione: di assumere l'impegno ad ottemperare le disposizioni** di cui all'articolo 1, comma 1, della legge 13 aprile 1999, n. 108, che ha introdotto la lettera d-bis all'11° comma dell'art. 14 della legge 416/1981, ed in particolare i numeri 4), 5), 6) e 7), come riportati nella specifica dichiarazione allegata alla presente domanda:
- di essere a conoscenza che per i punti di vendita **“non esclusivi”** il soggetto titolare può cedere la gestione a terzi, come ramo d'azienda, **ma l'attività non può essere trasferita di sede separatamente dall'attività principale;**

SEZIONE C: ORARI DI APERTURA

che gli orari di apertura al pubblico e le giornate di chiusura sono i seguenti:

ORARIO INVERNALE dal _____ al _____

Mattino

Pomeriggio

Lunedì _____	_____
Martedì _____	_____
Mercoledì _____	_____
Giovedì _____	_____
Venerdì _____	_____
Sabato _____	_____
Domenica _____	_____

ORARIO ESTIVO dal _____ al _____

Mattino

Pomeriggio

Lunedì _____	_____
Martedì _____	_____
Mercoledì _____	_____
Giovedì _____	_____
Venerdì _____	_____
Sabato _____	_____
Domenica _____	_____

DATA, _____

Firma _____

Quando la sottoscrizione non è apposta in presenza del dipendente comunale incaricato al ricevimento dell'istanza, occorre allegare, all'istanza medesima, copia fotostatica di un documento di identità del sottoscrittore.

INFORMATIVA AI SENSI DELL'ART. 13 DEL D.LGS. 196/2003

Si informa la S.V. che:

- i suoi dati saranno conservati e trattati, anche in forma automatizzata, presso il Comune cui è presentata la domanda ai fini dell'espletamento dell'istruttoria necessaria al rilascio dell'autorizzazione per il commercio su area pubblica;
- il conferimento dei dati è obbligatorio;
- il mancato conferimento dei dati comporterà l'impossibilità rilasciare l'autorizzazione;

- d) i dati potranno essere comunicati alla Regione Emilia Romagna per il monitoraggio del commercio su aree pubbliche e per ogni altra finalità prevista dalla legge ed ad altre amministrazioni pubbliche per eventuali altre finalità di legge, oltre ai soggetti aventi diritto di cui all'art. 22 della l. 7 agosto 1990 n. 241.
- e) Lei potrà esercitare i diritti di cui all'art. 7 del d.lgs. 196/2003;
- f) titolare del trattamento dei Suoi dati è il comune cui è presentata la domanda, cui potrà essere richiesto anche il nominativo del responsabile del trattamento;
- g) in base all'art. 22, co. 2 del d.lgs. 196/2003, si comunica, inoltre, che i suoi dati giudiziari vengono trattati in base agli obblighi di cui alla l. 31 maggio 1965 n. 575 e al DPR 3 giugno 1998 n. 252.

SI ALLEGA (barrare i documenti del caso che ricorre)	
<input type="checkbox"/> Copia della carta d'identità o di un documento di riconoscimento in corso di validità del richiedente e dell'eventuale delegato alla gestione;	✓
<input type="checkbox"/> (per i cittadini extracomunitari) Fotocopia del permesso di soggiorno valido (rilasciato per lavoro autonomo o dipendete ovvero per motivi familiari) con contestuale esibizione del titolo in originale);	
<input type="checkbox"/> copia dell'atto costitutivo (in caso di società)	✓
<input type="checkbox"/> n. _____ Autocertificazioni assenza cause ostative (in caso di società) di cui allegato A)	✓
<input type="checkbox"/> n. _____ Dichiarazione di ottemperanza, in caso di nuova apertura di un punto di vendita non esclusivo, di cui Allegato B)	✓
<input type="checkbox"/> Estratto di mappa della parte di territorio comunale in cui si chiede di attivare l'attività;	✓
<input type="checkbox"/> Planimetria dei locali quotata in scala 1/100 conforme allo stato di fatto;	✓
<input type="checkbox"/> Prova della disponibilità dei locali;	✓
<input type="checkbox"/> Richiesta di concessione di occupazione di suolo pubblico per i chioschi o disponibilità del suolo privato;	✓
<input type="checkbox"/> Copia della precedente autorizzazione (in caso di trasferimento)	

**DICHIARAZIONI DI ALTRE PERSONE (AMMINISTRATORI, SOCI) INDICATE ALL'ART. 2
D.P.R. 252/1998 (solo per le società quando è compilato il quadro autocertificazione)**

Cognome _____	Nome _____
Codice Fiscale _____	
Data di nascita _____	Cittadinanza _____ Sesso: M F
Luogo di nascita: Stato _____	Provincia _____ Comune _____
Residenza: Provincia _____	Comune _____
Via, piazza, ecc. _____ N. _____ CAP _____	
in qualità di _____ della Società denominata _____	
<i>(indicare il rapporto esistente con la società, esempio: socio, amministratore, etc.)</i>	

DICHIARA

Di essere in possesso dei requisiti morali previsti dall'art. 5, comma 2 e 4, del d.lgs. n. 114/1998.
Che non sussistono nei propri confronti "cause di divieto, di decadenza o di sospensione di cui all'art. 10 della legge 31 maggio 1965, n. 575" (antimafia).

Il sottoscritto è consapevole che le dichiarazioni false, la falsità negli atti e l'uso di atti falsi comportano l'applicazione delle sanzioni penali previste dall'art. 76 DPR n. 445/2000.

Data, _____ Firma _____

Cognome _____	Nome _____
Codice Fiscale _____	
Data di nascita _____	Cittadinanza _____ Sesso: M F
Luogo di nascita: Stato _____	Provincia _____ Comune _____
Residenza: Provincia _____	Comune _____
Via, piazza, ecc. _____ N. _____ CAP _____	
in qualità di _____ della Società denominata _____	
<i>(indicare il rapporto esistente con la società, esempio: socio, amministratore, etc.)</i>	

DICHIARA

Di essere in possesso dei requisiti morali previsti dall'art. 5, comma 2 e 4, del d.lgs. n. 114/1998.
Che non sussistono nei propri confronti "cause di divieto, di decadenza o di sospensione di cui all'art. 10 della legge 31 maggio 1965, n. 575" (antimafia).

Il sottoscritto è consapevole che le dichiarazioni false, la falsità negli atti e l'uso di atti falsi comportano l'applicazione delle sanzioni penali previste dall'art. 76 DPR n. 445/2000.

Data, _____ Firma _____

INFORMATIVA AI SENSI DELL'ART. 13 DEL D.LGS. 196/2003

Si informa la S.V. che:

- i suoi dati saranno conservati e trattati, anche in forma automatizzata, presso il Comune cui è presentata la domanda ai fini dell'espletamento dell'istruttoria necessaria al rilascio dell'autorizzazione per il commercio su area pubblica;
- il conferimento dei dati è obbligatorio;
- il mancato conferimento dei dati comporterà l'impossibilità rilasciare l'autorizzazione;
- i dati potranno essere comunicati alla Regione Emilia Romagna per il monitoraggio del commercio su aree pubbliche e per ogni altra finalità prevista dalla legge ed ad altre amministrazioni pubbliche per eventuali altre finalità di legge, oltre ai soggetti aventi diritto di cui all'art. 22 della l. 7 agosto 1990 n. 241.
- Lei potrà esercitare i diritti di cui all'art. 7 del d.lgs. 196/2003;
- titolare del trattamento dei Suoi dati è il comune cui è presentata la domanda, cui potrà essere richiesto anche il nominativo del responsabile del trattamento;
- in base all'art. 22, co. 2 del d.lgs. 196/2003, si comunica, inoltre, che i suoi dati giudiziari vengono trattati in base agli obblighi di cui alla l. 31 maggio 1965 n. 575 e al DPR 3 giugno 1998 n. 252.

ALLEGATO B) DICHIARAZIONE ALLEGATA ALLA ISTANZA PER LA DOMANDA PER LA RICHIESTA DI AUTORIZZAZIONE A PUNTO DI VENDITA NON ESCLUSIVO

Ai sensi della L. 5-8-1981 n. 416 – Disciplina delle imprese editrici e provvidenze per l'editoria.

II/La sottoscritto/a _____
nato/a a _____ il _____ di nazionalità _____,
residente a _____ Via _____
Codice fiscale _____, Tel. _____
in qualità di _____
della ditta/società _____
con sede in _____ Via _____
C.F/P.IVA _____
Tel. _____

DICHIARA

- Di aver effettuato la sperimentazione** di cui alla Legge n. 108/99, **di avere rispettato le disposizioni di cui all'articolo 1, comma 1, della legge 13 aprile 1999, n. 108**, che ha introdotto la lettera d-bis all'11° comma dell'art. 14 della legge 416/1981, ed in particolare i numeri 4), 5), 6) e 7), **come sotto riportati** e pertanto di avere diritto al rilascio dell'autorizzazione alla vendita di giornali o riviste;
- In caso di prima richiesta per punto di vendita non esclusivo **senza avere effettuato la sperimentazione: di assumere l'impegno ad ottemperare le disposizioni di cui all'articolo 1, comma 1, della legge 13 aprile 1999, n. 108**, che ha introdotto la lettera d-bis all'11° comma dell'art. 14 della legge 416/1981, ed in particolare i numeri 4), 5), 6) e 7), **come sotto riportati.**

14. Autorizzazioni per la vendita.

... omissis ...**d-bis)** per la sperimentazione di nuove forme di vendita di giornali quotidiani e periodici da effettuare in predeterminati esercizi commerciali secondo i criteri e con le modalità che seguono:

1) la sperimentazione ha la finalità di acquisire elementi conoscitivi sulle variazioni provocate nel mercato della stampa quotidiana e periodica dalla messa in vendita dei giornali in esercizi diversi dalle rivendite fisse autorizzate;

2) la sperimentazione ha la durata di diciotto mesi e viene effettuata in tutto il territorio nazionale;

3) la sperimentazione viene effettuata dalle rivendite di generi di monopolio, dalle rivendite di carburanti e di oli minerali con il limite minimo di superficie pari a metri quadrati 1.500, dai bar, dalle strutture di vendita come definite dall'articolo 4, comma 1, lettera e), del [decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 114](#), con un limite minimo di superficie di vendita pari a metri quadrati 700 e dagli esercizi adibiti prevalentemente alla vendita di libri e prodotti equiparati, con un limite minimo di superficie di metri quadrati 120. Gli esercizi a prevalente specializzazione di vendita possono svolgere, ugualmente a titolo di sperimentazione, attività di vendita delle riviste di identica specializzazione;

4) la vendita dei prodotti editoriali può anche essere limitata ai soli quotidiani o ai soli periodici; nell'ambito della tipologia prescelta deve essere assicurata parità di trattamento alle testate; l'obbligo della parità di trattamento non si applica alle pubblicazioni pornografiche che sono comunque escluse dalla sperimentazione;

5) il prezzo di vendita dei prodotti editoriali non può subire variazioni in relazione ai soggetti che effettuano la rivendita;

6) le condizioni economiche e le modalità commerciali di cessione delle pubblicazioni, comprensive di ogni forma di compenso riconosciuta ai rivenditori, devono essere identiche per le diverse tipologie di esercizi che effettuano la rivendita; le testate poste in vendita a titolo di sperimentazione non possono essere comprese in alcun altro tipo di vendita, anche relativa ad altri beni, che non siano quelli offerti dall'editore e alle stesse condizioni proposte nei punti vendita esclusivi;

7) gli esercizi che partecipano alla sperimentazione devono prevedere un apposito spazio espositivo per le testate poste in vendita, adeguato rispetto alla tipologia prescelta; gli esercizi della grande distribuzione devono esporre i giornali posti in vendita in un unico spazio;

8) i comuni devono escludere dalla sperimentazione gli esercizi che non rispettano le disposizioni che disciplinano la sperimentazione ^(11/c).

I soggetti autorizzati alla vendita di giornali quotidiani e periodici dal presente articolo sono tenuti ad assicurare parità di trattamento alle diverse testate ^(11/d) ^(11/e).

DATA, _____

Firma _____

Quando la sottoscrizione non è apposta in presenza del dipendente comunale incaricato al ricevimento dell'istanza, occorre allegare, all'istanza medesima, copia fotostatica di un documento di identità del sottoscrittore.

Allegato F2) – Comunicazione di subingresso

Comune di Sala Bolognese		Al Sindaco del Comune di Sala Bolognese	
		Servizio Sviluppo Economico	
		Piazza Marconi 1 – 40010 Sala Bolognese (BO)	
tit. _____ prot. n° _____ del ____/____/____	Responsabile del procedimento Geom. Giovanni Tagliaferro Respons. 3° A.P.O. TECNICA	Esente da bollo	

**COMUNICAZIONE DI SUBINGRESSO IN
RIVENDITA DI GIORNALI E RIVISTE
punto esclusivo o non esclusivo**

Il sottoscritto

Cognome _____ Nome _____

Data di nascita _____ Cittadinanza _____

Luogo di nascita: Comune _____ (prov. _____) Stato _____

Residenza: Comune _____ (prov. _____)

Via/P.zza _____ **n.** _____ **CAP** _____

Tel. _____; cellulare _____ Fax _____;

Email _____@_____

[] TITOLARE DELLA OMONIMA IMPRESA INDIVIDUALE

PARTITA IVA _____ Iscritta al Registro Imprese della Camera di Commercio di _____
al n. _____

Sede: Comune _____ (prov. _____)

Via/P.zza _____ **n.** _____ **CAP** _____

Tel. _____; cellulare _____ Fax _____;

Email _____@_____

[] LEGALE RAPPRESENTANTE DELLA SOCIETÀ

CF _____ P. IVA _____

denominazione o ragione sociale _____

Sede: Comune _____ (prov. _____)

Via/P.zza _____ **n.** _____ **CAP** _____

Iscritta al Registro Imprese della Camera di Commercio di _____

al n. _____

Tel. _____; cellulare _____ Fax _____;

Email _____@_____

Consapevole che le dichiarazioni false, la falsità negli atti e l'uso di atti falsi comportano l'applicazione delle sanzioni penali previste dall'art. 76 del DPR 445/2000 e la decadenza dai benefici conseguenti

DICHIARA

Di subentrare nella gestione della rivendita di giornali e riviste di cui al D. Lgs. 170/2001 precedentemente esercitati da _____, in possesso della autorizzazione comunale n. _____ del _____

nei **locali** oppure **chiosco**

di via/piazza _____ n. _____ con superficie di vendita di mq _____ e superficie complessiva di mq _____,

in possesso dei seguenti titoli edilizi _____

_____ intestati a _____

e che trattasi di:

punto esclusivo

punto non esclusivo, per la vendita di _____ (*indicare: quotidiani o periodici*)

in abbinamento alla seguente attività/esercizio _____

A QUESTO FINE RILASCIO LE SEGUENTI

DICHIARAZIONI

Di essere in possesso dei requisiti di cui all'art. 5 del D.L.vo n. 114/98 e precisamente:

- g) di non essere stato dichiarato fallito;
- h) di non aver riportato una condanna con sentenza passata in giudicato, per delitto non colposo, per il quale è prevista una pena detentiva non inferiore nel minimo a 3 anni, sempre che sia stata applicata, in concreto, una pena superiore al minimo edittale;
- i) di non aver riportato una condanna a pena detentiva, accertata con sentenza passata in giudicato, per uno dei delitti di cui al Titolo II e VIII del libro II del Codice Penale, ovvero di ricettazione, riciclaggio, emissione di assegni a vuoto, insolvenza fraudolenta, bancarotta fraudolenta, usura, sequestro di persona a scopo di estorsione, rapina;
- j) di non aver riportato due o più condanne a pena detentiva o a pena pecuniaria, nel quinquennio precedente all'inizio dell'esercizio dell'attività, accertate con sentenza passata in giudicato, per uno dei delitti previsti dagli articoli 442, 444, 513, 513-bis, 515, 516 e 517 del Codice Penale, o per delitti di frode nella preparazione o nel commercio degli alimenti, previsti da leggi speciali;
- k) di non essere sottoposto ad una delle misure di prevenzione di cui alla legge 27.12.1956, n. 1423 (*misure di prevenzione nei confronti delle persone pericolose per la sicurezza e per la pubblica moralità*);
- l) di non essere stato dichiarato delinquente abituale, professionale o per tendenza.

che non sussistono nei propri confronti "cause di divieto, di decadenza o di sospensione di cui all'art. 10 della legge 31.05.1965, n. 575" (antimafia) – *In caso di società, tutte le persone di cui al D.P.R. n. 252/1998, art. 2, compilano l'allegato A.*

Solo per i cittadini extracomunitari residenti in Italia: di essere titolare di permesso di soggiorno n. _____ rilasciato dalla Questura di _____ il _____ con scadenza il _____;

Che i locali rispondono ai requisiti igienico-sanitari prescritti dalle vigenti norme;

Che i locali sono in regola con le norme in materia di destinazione urbanistica e le altre norme edilizie;

Che il subingresso nell'azienda precedentemente autorizzata è avvenuto per:

(barrare solo la casella corrispondente al titolo certificante il proprio diritto al subingresso)

compravendita

- affitto
- conferimento d'azienda
- scissione d'azienda
- scioglimento della società con conferimento
- fusione
- comodato

come risulta dall'atto, repertorio n. _____, registrato in data _____ con efficacia dal giorno _____, stipulato tra le seguenti parti:

ovvero, a titolo di subentro nel contratto di _____
tra la Ditta cedente e il Sig/Ditta _____

- di essere a conoscenza e di rispettare le norme contenute nel D. Lgs 170/2001** ed in particolare le norme relative alla parità di trattamento (art. 4) e alle modalità di vendita (art. 5), come riportato nel testo allegato alla presente istanza che ne costituisce parte integrante e sostanziale;
- di essere a conoscenza che ai sensi dell'art. 13 del D. Lgs. 114/98, le rivendite di giornali **sono esclusi dalla applicazione delle disposizioni in materia di orario** e che, conseguentemente, ai punti di vendita di vendita esclusivi e non esclusivi che si limitano alla vendita di giornali e periodici non sono applicazioni le disposizioni previste dal citato D. Lgs. 114/98, mentre ai punti **esclusivi che vendano altri prodotti oltre a quelli editoriali**, nonché ai **punti di vendita non esclusivi si applica la disciplina degli orari che regola l'attività prevalente** (cfr. Circolare Ministero Attività Produttive – Direzione Generale per il commercio, le assicurazioni e i servizi, n. 3538/C del 28.12.2001)
- di essere a conoscenza che il **trasferimento della titolarità** di un esercizio di rivendita di giornali e riviste per atto tra vivi o a causa di morte comporta il trasferimento dell'autorizzazione sempre che sia provato l'effettivo trasferimento dell'esercizio, mediante contratto redatto a mezzo di scrittura privata autenticata o di atto pubblico, fiscalmente registrato e che, ai fini e per gli effetti di cui all'art. 9, comma1, del D. Lgs. 170/2001, il trasferimento della gestione o della titolarità per atto inter vivos o mortis causa **è soggetto alla sola comunicazione al Comune**, ed ha effetto immediato senza attendere il decorso dei 30 giorni dalla data di presentazione al protocollo;
- di essere a conoscenza che ai sensi dell'art. 1, comma 3, della legge 108/1999, il possesso dell'autorizzazione per la vendita di quotidiani e periodici **in forma esclusiva abilita, di diritto, anche alla vendita dei generi del settore non alimentare** di cui all'art. 5, comma 1 del D. Lhgs. 114/98, limitatamente al dimensionamento di esercizio di vicinato;
- di essere a conoscenza delle norme comunali in materia di punti di rivendita giornali e riviste, adottate con deliberazione consiliare n. ___ del _____, comprese le cause di decadenza dell'autorizzazione e delle sanzioni previste;**

DICHIARAZIONI AGGIUNTIVE RIGUARDANDI I PUNTI DI VENDITA NON ESCLUSIVI:

- di assumere l'impegno ad ottemperare le disposizioni di cui all'articolo 1, comma 1, della legge 13 aprile 1999, n. 108, che ha introdotto la lettera d-bis all'11° comma dell'art. 14 della legge 416/1981, ed in particolare i numeri 4), 5), 6) e 7), come riportati nel testo della dichiarazione allegata alla presente comunicazione;**
- di essere a conoscenza che per i punti di vendita **“non esclusivi”** il soggetto titolare può cedere la gestione a terzi, come ramo d'azienda, **ma l'attività non può essere trasferita di sede separatamente dall'attività principale;**

ORARI DI APERTURA

che gli orari di apertura al pubblico e le giornate di chiusura sono i seguenti:

ORARIO INVERNALE dal _____ al _____

Mattino

Pomeriggio

Lunedì _____

Martedì _____

Mercoledì _____

Giovedì _____

Venerdì _____

Sabato _____		_____
Domenica _____		_____
ORARIO ESTIVO dal _____ al _____		
Mattino		Pomeriggio
Lunedì _____		_____
Martedì _____		_____
Mercoledì _____		_____
Giovedì _____		_____
Venerdì _____		_____
Sabato _____		_____
Domenica _____		_____

Allego i seguenti documenti che provano l'avvenuta cessione d'azienda

- Contratto di compravendita
- Contratto di affitto
- Contratto di conferimento d'azienda
- Contratto di scissione d'azienda
- Contratto di cessione di quote
- Contratto di scioglimento della società con conferimento
- Contratto di fusione
- Contratto di comodato

Altri documenti allegati:

- Fotocopia del documento di identità
- Eventuali autocertificazioni antimafia delle altre persone fisiche e delle persone giuridiche tenute a presentarle
- Atto costitutivo registrato, *in copia semplice (solo in caso di società)*
- Permesso di soggiorno specifico per lavoro autonomo *in originale (da esibire) e in copia semplice (da consegnare) (solo per il/la cittadino/a extracomunitario/a)*
- Autorizzazione del giudice tutelare, *in originale o copia conforme (solo in presenza di minori)*
- Autorizzazioni precedenti
- _____

NOTE informative sul procedimento:

1. L'attività può essere iniziata **IMMEDIATAMENTE DALLA DATA DI PROTOCOLLO DELLA PRESENTE COMUNICAZIONE**
2. L'interessato presenta tale comunicazione in duplice esemplare all'Ufficio Protocollo del Comune, dei quali uno, viene restituito immediatamente, e conservato quale parte integrante ed aggiuntiva del titolo autorizzativo a suo tempo rilasciato.
3. Al ricevimento di tale comunicazione il competente Ufficio Comunale assegnatario disporrà gli eventuali controlli e verifiche in ordine alla sussistenza delle dichiarazioni rese, con riferimento alle norme che regolano i procedimenti ai sensi della Legge 241/1990, ai sensi del Regolamento Comunale approvato con deliberazione consiliare n. 79 del 27 ottobre 2005, e ai sensi di quanto indicato al successivo Capo V.
4. Il Comune rilascia una presa d'atto, sussistendo le condizioni ed i requisiti di cui al presente piano e di cui alle normative vigenti.

INFORMATIVA AI SENSI DELL'ART. 13 DEL D.LGS. 196/2003

Si informa la S.V. che:

- a) i suoi dati saranno conservati e trattati, anche in forma automatizzata, presso il Comune cui è presentata la domanda ai fini dell'espletamento dell'istruttoria necessaria al rilascio dell'autorizzazione per il commercio su area pubblica;
 - b) il conferimento dei dati è obbligatorio;
 - c) il mancato conferimento dei dati comporterà l'impossibilità rilasciare l'autorizzazione;
 - d) i dati potranno essere comunicati alla Regione Emilia Romagna per il monitoraggio del commercio su aree pubbliche e per ogni altra finalità prevista dalla legge ed ad altre amministrazioni pubbliche per eventuali altre finalità di legge, oltre ai soggetti aventi diritto di cui all'art. 22 della l. 7 agosto 1990 n. 241.
 - e) Lei potrà esercitare i diritti di cui all'art. 7 del d.lgs. 196/2003;
 - f) titolare del trattamento dei Suoi dati è il comune cui è presentata la domanda, cui potrà essere richiesto anche il nominativo del responsabile del trattamento;
 - g) in base all'art. 22, co. 2 del d.lgs. 196/2003, si comunica, inoltre, che i suoi dati giudiziari vengono trattati in base agli obblighi di cui alla l. 31 maggio 1965 n. 575 e al DPR 3 giugno 1998 n. 252.
- esclusivamente per tale scopo.**

_____ li _____
(data)

Quando la sottoscrizione non è apposta in presenza del dipendente comunale incaricato al ricevimento dell'istanza, occorre allegare, all'istanza medesima, copia fotostatica di un documento di identità del sottoscrittore.

**DICHIARAZIONI DI ALTRE PERSONE (AMMINISTRATORI, SOCI) INDICATE ALL'ART. 2
D.P.R. 252/1998 (solo per le società quando è compilato il quadro autocertificazione)**

Cognome _____	Nome _____
Codice Fiscale _____	
Data di nascita _____	Cittadinanza _____ Sesso: M F
Luogo di nascita: Stato _____	Provincia _____ Comune _____
Residenza: Provincia _____	Comune _____
Via, piazza, ecc. _____ N. _____ CAP _____	
in qualità di _____ della Società denominata _____	
<i>(indicare il rapporto esistente con la società, esempio: socio, amministratore, etc.)</i>	

DICHIARA

Di essere in possesso dei requisiti morali previsti dall'art. 5, comma 2 e 4, del d.lgs. n. 114/1998.
Che non sussistono nei propri confronti "cause di divieto, di decadenza o di sospensione di cui all'art. 10 della legge 31 maggio 1965, n. 575" (antimafia).

Il sottoscritto è consapevole che le dichiarazioni false, la falsità negli atti e l'uso di atti falsi comportano l'applicazione delle sanzioni penali previste dall'art. 76 DPR n. 445/2000.

Data, _____ Firma _____

Cognome _____	Nome _____
Codice Fiscale _____	
Data di nascita _____	Cittadinanza _____ Sesso: M F
Luogo di nascita: Stato _____	Provincia _____ Comune _____
Residenza: Provincia _____	Comune _____
Via, piazza, ecc. _____ N. _____ CAP _____	
in qualità di _____ della Società denominata _____	
<i>(indicare il rapporto esistente con la società, esempio: socio, amministratore, etc.)</i>	

DICHIARA

Di essere in possesso dei requisiti morali previsti dall'art. 5, comma 2 e 4, del d.lgs. n. 114/1998.
Che non sussistono nei propri confronti "cause di divieto, di decadenza o di sospensione di cui all'art. 10 della legge 31 maggio 1965, n. 575" (antimafia).

Il sottoscritto è consapevole che le dichiarazioni false, la falsità negli atti e l'uso di atti falsi comportano l'applicazione delle sanzioni penali previste dall'art. 76 DPR n. 445/2000.

Data, _____ Firma _____

INFORMATIVA AI SENSI DELL'ART. 13 DEL D.LGS. 196/2003

Si informa la S.V. che:

- i suoi dati saranno conservati e trattati, anche in forma automatizzata, presso il Comune cui è presentata la domanda ai fini dell'espletamento dell'istruttoria necessaria al rilascio dell'autorizzazione per il commercio su area pubblica;
- il conferimento dei dati è obbligatorio;
- il mancato conferimento dei dati comporterà l'impossibilità rilasciare l'autorizzazione;
- i dati potranno essere comunicati alla Regione Emilia Romagna per il monitoraggio del commercio su aree pubbliche e per ogni altra finalità prevista dalla legge ed ad altre amministrazioni pubbliche per eventuali altre finalità di legge, oltre ai soggetti aventi diritto di cui all'art. 22 della l. 7 agosto 1990 n. 241.
- Lei potrà esercitare i diritti di cui all'art. 7 del d.lgs. 196/2003;
- titolare del trattamento dei Suoi dati è il comune cui è presentata la domanda, cui potrà essere richiesto anche il nominativo del responsabile del trattamento;

g) in base all'art. 22, co. 2 del d.lgs. 196/2003, si comunica, inoltre, che i suoi dati giudiziari vengono trattati in base agli obblighi di cui alla l. 31 maggio 1965 n. 575 e al DPR 3 giugno 1998 n. 252.

**ALLEGATO B) DICHIARAZIONE ALLEGATA ALLA ISTANZA PER LA DOMANDA PER LA
RICHIESTA DI AUTORIZZAZIONE A PUNTO DI VENDITA NON ESCLUSIVO
Ai sensi della L. 5-8-1981 n. 416 – Disciplina delle imprese editrici e provvidenze per l'editoria.**

II/La sottoscritto/a _____
nato/a a _____ il _____ di nazionalità
_____, residente a _____ Via _____
Codice fiscale _____, Tel. _____
in qualità di _____
della ditta/società _____
con sede in _____ Via _____
C.F/P.IVA _____
Tel. _____

DICHIARA

- Di aver effettuato la sperimentazione** di cui alla Legge n. 108/99, **di avere rispettato le disposizioni di cui all'articolo 1, comma 1, della legge 13 aprile 1999, n. 108**, che ha introdotto la lettera d-bis all'11° comma dell'art. 14 della legge 416/1981, ed in particolare i numeri 4), 5), 6) e 7), **come sotto riportati** e pertanto di avere diritto al rilascio dell'autorizzazione alla vendita di giornali o riviste;
- In caso di prima richiesta per punto di vendita non esclusivo **senza avere effettuato la sperimentazione: di assumere l'impegno ad ottemperare le disposizioni di cui all'articolo 1, comma 1, della legge 13 aprile 1999, n. 108**, che ha introdotto la lettera d-bis all'11° comma dell'art. 14 della legge 416/1981, ed in particolare i numeri 4), 5), 6) e 7), **come sotto riportati.**

14. Autorizzazioni per la vendita.

... omissis ...**d-bis)** per la sperimentazione di nuove forme di vendita di giornali quotidiani e periodici da effettuare in predeterminati esercizi commerciali secondo i criteri e con le modalità che seguono:

- 1) la sperimentazione ha la finalità di acquisire elementi conoscitivi sulle variazioni provocate nel mercato della stampa quotidiana e periodica dalla messa in vendita dei giornali in esercizi diversi dalle rivendite fisse autorizzate;
- 2) la sperimentazione ha la durata di diciotto mesi e viene effettuata in tutto il territorio nazionale;
- 3) la sperimentazione viene effettuata dalle rivendite di generi di monopolio, dalle rivendite di carburanti e di oli minerali con il limite minimo di superficie pari a metri quadrati 1.500, dai bar, dalle strutture di vendita come definite dall'articolo 4, comma 1, lettera e), del [decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 114](#), con un limite minimo di superficie di vendita pari a metri quadrati 700 e dagli esercizi adibiti prevalentemente alla vendita di libri e prodotti equiparati, con un limite minimo di superficie di metri quadrati 120. Gli esercizi a prevalente specializzazione di vendita possono svolgere, ugualmente a titolo di sperimentazione, attività di vendita delle riviste di identica specializzazione;

4) la vendita dei prodotti editoriali può anche essere limitata ai soli quotidiani o ai soli periodici; nell'ambito della tipologia prescelta deve essere assicurata parità di trattamento alle testate; l'obbligo della parità di trattamento non si applica alle pubblicazioni pornografiche che sono comunque escluse dalla sperimentazione;

5) il prezzo di vendita dei prodotti editoriali non può subire variazioni in relazione ai soggetti che effettuano la rivendita;

6) le condizioni economiche e le modalità commerciali di cessione delle pubblicazioni, comprensive di ogni forma di compenso riconosciuta ai rivenditori, devono essere identiche per le diverse tipologie di esercizi che effettuano la rivendita; le testate poste in vendita a titolo di sperimentazione non possono essere comprese in alcun altro tipo di vendita, anche relativa ad altri beni, che non siano quelli offerti dall'editore e alle stesse condizioni proposte nei punti vendita esclusivi;

7) gli esercizi che partecipano alla sperimentazione devono prevedere un apposito spazio espositivo per le testate poste in vendita, adeguato rispetto alla tipologia prescelta; gli esercizi della grande distribuzione devono esporre i giornali posti in vendita in un unico spazio;

8) i comuni devono escludere dalla sperimentazione gli esercizi che non rispettano le disposizioni che disciplinano la sperimentazione ^(11/c).

I soggetti autorizzati alla vendita di giornali quotidiani e periodici dal presente articolo sono tenuti ad assicurare parità di trattamento alle diverse testate ^(11/d) ^(11/e).

DATA, _____

Firma _____

Quando la sottoscrizione non è apposta in presenza del dipendente comunale incaricato al ricevimento dell'istanza, occorre allegare, all'istanza medesima, copia fotostatica di un documento di identità del sottoscrittore.

In via/p.zza _____ n° _____ C.A.P. _____

Tel. _____

N° d'iscrizione al Registro Imprese _____ CCIAA di _____

Altre informazioni rilevanti _____

PREMESSO

Che e' titolare di autorizzazione di vendita di giornali e riviste rilasciata dal Comune di Sala Bolognese n° _____ Del _____ / _____ / _____	
Via _____, n. _____	
Foglio _____ Mapp _____ Sub _____ Ambito n. _____ (così come definito nel Piano Comunale)	
con superficie complessiva di vendita di mq. _____, di cui mq. _____ per l'esercizio della stessa (nel caso di locali per vendita in forma esclusiva, le due superfici indicati coincidono)	
per l'attività esercitata nei:	
[] locali oppure [] chiosco	
Di tipo:	
[] punto esclusivo	
[] punto non esclusivo, per la vendita di _____ (<i>indicare: quotidiani o periodici</i>) in abbinamento alla seguente attività/esercizio _____ _____	

COMUNICA

PARTE A – TRASFERIMENTO DI SEDE NELLO STESSO AMBITO IL TRASFERIMENTO DELL'ESERCIZIO SOPRA INDICATO	
Da Via _____ n° _____	
A Via _____ n° _____	
Foglio _____ Mapp _____ Sub _____ Destinazione d'uso dei locali _____	
Per edicola in chiosco o locali di nuova realizzazione/sistemazione:	
DICHIARA	
<input type="checkbox"/> Che è stata ottenuta concessione edilizia n° _____ del _____ / _____ / _____ relativa al chiosco/locali di nuova collocazione;	
<input type="checkbox"/> Che è stato ottenuto il certificato di usabilità n. _____ del _____;	
<input type="checkbox"/> Che il suddetto trasferimento non potrà avvenire prima del decorso di giorni 30 (trenta) dalla data di presentazione della presente istanza al protocollo generale del Comune, e che farà quindi pervenire una successiva comunicazione specificando la data effettiva dell'avvenuto trasferimento.	

PARTE B – AMPLIAMENTO DELL'ESERCIZIO	
L'ampliamento dell'esercizio sopra indicato	
Da mq _____ a mq _____	
Foglio _____ Mapp _____ Sub _____	
Destinazione d'uso dei locali _____	
Per edicola in chiosco o realizzazione di interventi edilizi di nuova realizzazione:	
DICHIARA	
<input type="checkbox"/> Che è stata ottenuta concessione edilizia n° _____ del _____ / _____ / _____;	

- Che è stato ottenuto il certificato di usabilità n. _____ del _____;
- Che la suddetta operazione non potrà avvenire prima del decorso di giorni 30 (trenta) dalla data di presentazione della presente istanza al protocollo generale del Comune, e che farà quindi pervenire una successiva comunicazione specificando la data effettiva.

DICHIARA

Consapevole delle sanzioni stabilite in caso di mendaci dichiarazioni e false attestazioni, ai sensi dell'art. 21 della legge 241/90, dichiara che tutto quanto contenuto nella presente domanda e' corrispondente al vero.

(sanzioni di cui all'art. 483 del Codice Penale e inammissibilità della conformazione dell'attività e dei suoi effetti alla legge)

Di essere in possesso dei requisiti di cui all'art. 5 del D.L.vo n. 114/98 e precisamente:

- ✓ di non essere stato dichiarato fallito;
- ✓ di non aver riportato una condanna con sentenza passata in giudicato, per delitto non colposo, per il quale è prevista una pena detentiva non inferiore nel minimo a 3 anni, sempre che sia stata applicata, in concreto, una pena superiore al minimo edittale;
- ✓ di non aver riportato una condanna a pena detentiva, accertata con sentenza passata in giudicato, per uno dei delitti di cui al Titolo II e VIII del libro II del Codice Penale, ovvero di ricettazione, riciclaggio, emissione di assegni a vuoto, insolvenza fraudolenta, bancarotta fraudolenta, usura, sequestro di persona a scopo di estorsione, rapina;
- ✓ di non aver riportato due o più condanne a pena detentiva o a pena pecuniaria, nel quinquennio precedente all'inizio dell'esercizio dell'attività, accertate con sentenza passata in giudicato, per uno dei delitti previsti dagli articoli 442, 444, 513, 513-bis, 515, 516 e 517 del Codice Penale, o per delitti di frode nella preparazione o nel commercio degli alimenti, previsti da leggi speciali;
- ✓ di non essere sottoposto ad una delle misure di prevenzione di cui alla legge 27.12.1956, n. 1423 (*misure di prevenzione nei confronti delle persone pericolose per la sicurezza e per la pubblica moralità*);
- ✓ di non essere stato dichiarato delinquente abituale, professionale o per tendenza.
- che non sussistono nei propri confronti "cause di divieto, di decadenza o di sospensione di cui all'art. 10 della legge 31.05.1965, n. 575" (antimafia) – *In caso di società, tutte le persone di cui al D.P.R. n. 252/1998, art. 2, compilano l'allegato A.*
- Solo per i cittadini extracomunitari residenti in Italia: di essere titolare di permesso di soggiorno n. _____ rilasciato dalla Questura di _____ il _____ con scadenza il _____;
- Che i locali rispondono ai requisiti igienico-sanitari prescritti dalle vigenti norme;
- Che i locali sono in regola con le norme in materia di destinazione urbanistica e le altre norme edilizie;
- Che il sottoscritto ha la disponibilità dei locali a titolo di:
 - Proprietà
 - Affitto
 - Comodato
 - Altro

come risulta dall'atto, repertorio n. _____, registrato in data _____ con efficacia dal giorno _____, stipulato tra le seguenti parti:

ovvero, a titolo di subentro nel contratto di _____ tra la Ditta cedente e il Sig/Ditta _____

- di essere a conoscenza e di rispettare le norme contenute nel D. Lgs 170/2001** ed in particolare le norme relative alla parità di trattamento (art. 4) e alle modalità di vendita (art. 5), come riportato nel testo allegato alla presente istanza che ne costituisce parte integrante e sostanziale;
- di essere a conoscenza che ai sensi dell'art. 13 del D. Lgs. 114/98, le rivendite di giornali **sono esclusi dalla applicazione delle disposizioni in materia di orario** e che, conseguentemente, ai punti di vendita di vendita esclusivi e non esclusivi che si limitano alla vendita di giornali e periodici non sono applicabili le disposizioni previste dal citato D. Lgs. 114/98, mentre ai punti **esclusivi che vendano altri prodotti oltre a quelli editoriali**, nonché ai **punti di vendita non esclusivi si applica la disciplina degli orari che regola l'attività prevalente** (cfr. Circolare Ministero Attività Produttive – Direzione Generale per il commercio, le assicurazioni e i servizi, n. 3538/C del 28.12.2001)
- di essere a conoscenza che il **trasferimento della titolarità** di un esercizio di rivendita di giornali e riviste per atto tra vivi o a causa di morte comporta il trasferimento dell'autorizzazione sempre che sia

provato l'effettivo trasferimento dell'esercizio, mediante contratto redatto a mezzo di scrittura privata autenticata o di atto pubblico, fiscalmente registrato e che, ai fini e per gli effetti di cui all'art. 9, comma 1, del D. Lgs. 170/2001, il trasferimento della gestione o della titolarità per atto inter vivos o mortis causa è **soggetto alla sola comunicazione al Comune**, ed ha effetto immediato senza attendere il decorso dei 30 giorni dalla data di presentazione al protocollo;

- di essere a conoscenza che ai sensi dell'art. 1, comma 3, della legge 108/1999, il possesso dell'autorizzazione per la vendita di quotidiani e periodici **in forma esclusiva abilita, di diritto, anche alla vendita dei generi del settore non alimentare** di cui all'art. 5, comma 1 del D. Lgs. 114/98, limitatamente al dimensionamento di esercizio di vicinato;
- di essere a conoscenza delle **norme comunali in materia di punti di rivendita giornali e riviste, adottate con deliberazione consiliare n. ___ del _____, comprese le cause di decadenza dell'autorizzazione e delle sanzioni previste;**
- di essere a conoscenza che per i punti di vendita **"non esclusivi"** il soggetto titolare può cedere la gestione a terzi, come ramo d'azienda, **ma l'attività non può essere trasferita di sede separatamente dall'attività principale;**

ORARI DI APERTURA

che gli orari di apertura al pubblico e le giornate di chiusura sono i seguenti:

ORARIO INVERNALE dal _____ al _____

Mattino

Pomeriggio

Lunedì _____	_____
Martedì _____	_____
Mercoledì _____	_____
Giovedì _____	_____
Venerdì _____	_____
Sabato _____	_____
Domenica _____	_____

ORARIO ESTIVO dal _____ al _____

Mattino	Pomeriggio
Lunedì _____	_____
Martedì _____	_____
Mercoledì _____	_____
Giovedì _____	_____
Venerdì _____	_____
Sabato _____	_____
Domenica _____	_____

Allego i seguenti documenti:

- Fotocopia del documento di identità
- Estratto di mappa della parte di territorio comunale in cui si comunica il trasferimento e/o l'ampliamento dell'attività;
- Pianta dei locali di vendita e di servizio in scala 1:100 o superiore;
- Atto attestante la disponibilità dei locali
- richiesta di concessione di occupazione di suolo pubblico per i chioschi o disponibilità del suolo privato.
- Permesso di soggiorno specifico per lavoro autonomo in originale (da esibire) e in copia semplice (da consegnare) (solo per il/la cittadino/a extracomunitario/a)
- Autorizzazione del giudice tutelare, in originale o copia conforme (solo in presenza di minori)
- _____

INFORMATIVA AI SENSI DELL'ART. 13 DEL D.LGS. 196/2003

Si informa la S.V. che:

- a) i suoi dati saranno conservati e trattati, anche in forma automatizzata, presso il Comune cui è presentata la domanda ai fini dell'espletamento dell'istruttoria necessaria al rilascio dell'autorizzazione per il commercio su area pubblica;
- b) il conferimento dei dati è obbligatorio;
- c) il mancato conferimento dei dati comporterà l'impossibilità rilasciare l'autorizzazione;
- d) i dati potranno essere comunicati alla Regione Emilia Romagna per il monitoraggio del commercio su aree pubbliche e per ogni altra finalità prevista dalla legge ed ad altre amministrazioni pubbliche per eventuali altre finalità di legge, oltre ai soggetti aventi diritto di cui all'art. 22 della l. 7 agosto 1990 n. 241.
- e) Lei potrà esercitare i diritti di cui all'art. 7 del d.lgs. 196/2003;
- f) titolare del trattamento dei Suoi dati è il comune cui è presentata la domanda, cui potrà essere richiesto anche il nominativo del responsabile del trattamento;
- g) in base all'art. 22, co. 2 del d.lgs. 196/2003, si comunica, inoltre, che i suoi dati giudiziari vengono trattati in base agli obblighi di cui alla l. 31 maggio 1965 n. 575 e al DPR 3 giugno 1998 n. 252.

NOTE informative sul procedimento:

1. L'attività può essere iniziata **DOPO IL DECORSO DI 30 (TRENTA) GIORNI DALLA DATA PROTOCOLLO DELLA PRESENTE COMUNICAZIONE**
2. L'interessato presenta tale comunicazione in duplice esemplare all'Ufficio Protocollo del Comune, dei quali uno, viene restituito immediatamente, e conservato quale parte integrante ed aggiuntiva del titolo autorizzativo a suo tempo rilasciato.
3. Al ricevimento di tale comunicazione il competente Ufficio Comunale assegnatario disporrà gli eventuali controlli e verifiche in ordine alla sussistenza delle dichiarazioni rese, con riferimento alle norme che regolano i procedimenti ai sensi della Legge 241/1990, ai sensi del Regolamento Comunale approvato con deliberazione consiliare n. 79 del 27 ottobre 2005, e ai sensi di quanto indicato al successivo Capo V.
4. Il Comune rilascia una presa d'atto, sussistendo le condizioni ed i requisiti di cui al presente piano e di cui alle normative vigenti.

_____ li _____
(data)

Quando la sottoscrizione non è apposta in presenza del dipendente comunale incaricato al ricevimento dell'istanza, occorre allegare, all'istanza medesima, copia fotostatica di un documento di identità del sottoscrittore.

Tel. _____

N° d'iscrizione al Registro Imprese _____ CCIAA di _____

Altre informazioni rilevanti _____

PREMESSO

Che e' titolare di autorizzazione di vendita di giornali e riviste rilasciata dal Comune di Sala Bolognese n° _____ Del ____ / ____ / ____ Via _____, n. _____
Foglio _____ Mapp _____ Sub _____ Ambito n. ____ (così come definito nel Piano Comunale) con superficie complessiva di vendita di mq. _____, di cui mq. _____ per l'esercizio della stessa (nel caso di locali per vendita in forma esclusiva, le due superfici indicati coincidono) per l'attività esercitata nei: [] locali oppure [] chiosco
Di tipo: [] punto esclusivo [] punto non esclusivo, per la vendita di _____ (<i>indicare: quotidiani o periodici</i>) in abbinamento alla seguente attività/esercizio _____ _____

COMUNICA

Consapevole delle sanzioni stabilite in caso di mendaci dichiarazioni e false attestazioni, ai sensi dell'art. 21 della legge 241/90, dichiara che tutto quanto contenuto nella presente domanda e' corrispondente al vero.

La cessazione dell'attività a far data dal giorno _____
PER: - trasferimento in proprietà o gestione dell'impresa [] - chiusura definitiva dell'esercizio []

Allego i seguenti documenti:

- Fotocopia del documento di identità
- Autorizzazione che viene restituita relativa all'attività cessata
- _____

INFORMATIVA AI SENSI DELL'ART. 13 DEL D.LGS. 196/2003

Si informa la S.V. che:

- a) i suoi dati saranno conservati e trattati, anche in forma automatizzata, presso il Comune cui è presentata la domanda ai fini dell'espletamento dell'istruttoria necessaria al rilascio dell'autorizzazione per il commercio su area pubblica;
- b) il conferimento dei dati è obbligatorio;
- c) il mancato conferimento dei dati comporterà l'impossibilità rilasciare l'autorizzazione;
- d) i dati potranno essere comunicati alla Regione Emilia Romagna per il monitoraggio del commercio su aree pubbliche e per ogni altra finalità prevista dalla legge ed ad altre amministrazioni pubbliche per eventuali altre finalità di legge, oltre ai soggetti aventi diritto di cui all'art. 22 della l. 7 agosto 1990 n. 241.
- e) Lei potrà esercitare i diritti di cui all'art. 7 del d.lgs. 196/2003;

f) titolare del trattamento dei Suoi dati è il comune cui è presentata la domanda, cui potrà essere richiesto anche il nominativo del responsabile del trattamento;

g) in base all'art. 22, co. 2 del d.lgs. 196/2003, si comunica, inoltre, che i suoi dati giudiziari vengono trattati in base agli obblighi di cui alla l. 31 maggio 1965 n. 575 e al DPR 3 giugno 1998 n. 252.

_____ li _____
(data)

Quando la sottoscrizione non è apposta in presenza del dipendente comunale incaricato al ricevimento dell'istanza, occorre allegare, all'istanza medesima, copia fotostatica di un documento di identità del sottoscrittore.