

**COMUNE DI CIVITA CASTELLANA**  
**Provincia di Viterbo**

\* \* \*

**REGOLAMENTO**  
**PUNTI VENDITA DI GIORNALI E RIVISTE**  
PIANO COMUNALE DI LOCALIZZAZIONE OTTIMALE  
DEI PUNTI VENDITA DI GIORNALI QUOTIDIANI E RIVISTE  
Decreto Legislativo n.170 del 24-4-2001  
Legge Regionale n.4 del 2005

\* \* \*

**APPROVATO** con deliberazione del Consiglio Comunale n. 46 del 20.12.2005

**RIPUBBLICATO** in data 27.01.2006

# PIANO COMUNALE DI LOCALIZZAZIONE OTTIMALE DEI PUNTI-VENDITA ESCLUSIVI E NON ESCLUSIVI DI GIORNALI QUOTIDIANI E RIVISTE

## INDICE

- 1 - Introduzione. I piani.
- 2 - Autorizzazione per la vendita della stampa quotidiana e periodica
- 3 - Subingresso
- 4 - APPROVAZIONE DEI PIANI
- 5 - AUTORIZZAZIONE ALLA VENDITA E DOMANDE PER OTTENERE L'AUTORIZZAZIONE
- 6 - CASI CHE NON NECESSITANO DI AUTORIZZAZIONE
- 7 - IL COMUNE DI CIVITA CASTELLANA
- 8 - SUDDIVISIONE DEL TERRITORIO IN ZONE
- 9 - EDICOLE IN ATTIVITA' A DICEMBRE 2005
- 10- NUMERO OTTIMALE DI RIVENDITE ANNO 2005
- 11- DISTANZE E RICOLLOCAZIONE SEDI
- 12- PRIORITA' TRA DOMANDE CONCORRENTI
- 13- OCCUPAZIONE DI AREE PUBBLICHE
- 14- NORME EDILIZIE
- 15- CONSULTAZIONI PREVISTE PER IL PIANO
- 16- Quadro legislativo di riferimento

ROMA, 30 novembre 2005

**PUNTI VENDITA DI GIORNALI E RIVISTE**  
PIANO COMUNALE DI LOCALIZZAZIONE OTTIMALE  
DEI PUNTI VENDITA DI GIORNALI QUOTIDIANI E RIVISTE  
Decreto Legislativo n.170 del 24-4-2001  
Legge Regionale n.4 del 2005

## **1 INTRODUZIONE**

### **1.1 PREMESSA**

I Comuni del Lazio devono attenersi, nell'esercizio delle loro funzioni amministrative inerenti le autorizzazioni per le rivendite di giornali quotidiani e riviste periodiche alle disposizioni ad essi attribuite.

A questo riguardo i comuni devono predisporre appositi PIANI DI LOCALIZZAZIONE dei punti vendita di giornali e riviste, come previsto già dalle precedenti normative e come riproposto dal Decreto Legislativo 24-4-2001, n.170; i piani sono riconducibili per la normativa generale, al dlgs 114/1998, e sono stati definitivamente regolamentati dalla legge regionale n.4 del 14 gennaio 2005.

Le finalità che si intendono perseguire con questi piani settoriali, sono le seguenti:

- a) incremento della diffusione dei mezzi di informazione a stampa, anche attraverso l'aumento, ove necessario, dei punti di vendita;
- b) funzionale articolazione territoriale della rete di vendita;
- c) facilità di accesso degli utenti alla rete di vendita;
- d) contenimento dei costi di distribuzione e di esercizio delle rivendite.

### **1-2 DEFINIZIONI**

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

Ai fini delle vigenti disposizioni di legge (Decreto Legislativo 24-4-2001, n.170 e legge regionale n.4 del 14 gennaio 2005), si intende per:

**a) punti vendita esclusivi** quelli che sono tenuti alla vendita generale di quotidiani e periodici; sono considerati punti esclusivi anche gli esercizi che nella precedente disciplina erano denominati **promiscui**, in quanto erano caratterizzati dalla vendita di quotidiani e riviste con altre merci, nonché quelli che attivati con la legge 416/1981 per la vendita dei soli quotidiani e periodici, abbiano esteso o estendano la loro attività anche al settore merceologico non alimentare, in conformità al dlgs n.114/1998.

**b) punti vendita non esclusivi**, gli esercizi che, in aggiunta ad altre merci, sono autorizzati alla vendita di quotidiani ovvero periodici.

Possono essere autorizzati 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 1500;

c) i bar, inclusi gli esercizi posti nelle aree di servizio delle autostrade e nell'interno delle stazioni ferroviarie, aeroportuali e marittime, ed esclusi altri punti ristoro, ristoranti, rosticcerie e trattorie;

d) le medie strutture di vendita, le grandi strutture di vendita, i centri commerciali, come definiti dall'articolo 24, comma 1, lettere b) e c) della legge regionale 18 novembre 1999, n.33 (Disciplina relativa al settore del commercio) e successive modifiche;

e) le librerie 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.

Per gli esercizi che, a seguito dell'invio della comunicazione ai sensi

dell'articolo 1, comma 2, della legge 13 aprile 1999, n. 108 (Nuove norme in materia di punti vendita per la stampa quotidiana e periodica), hanno effettivamente e concretamente venduto il prodotto editoriale durante la fase di sperimentazione, per un periodo non inferiore ai sei mesi, l'autorizzazione di cui al comma 2 è rilasciata di diritto per la stessa tipologia di prodotto editoriale per la quale è stata effettuata la sperimentazione.

L'autorizzazione per i punti vendita esclusivi e non esclusivi può essere rilasciata sia alle persone fisiche che alle persone giuridiche.

### **1-3 PIANI COMUNALI**

1. I comuni del Lazio adottano i piani, previa consultazione delle associazioni più rappresentative a livello nazionale degli editori e dei distributori, nonché delle organizzazioni sindacali dei rivenditori maggiormente rappresentative a livello nazionale.

2. I comuni inviano copia dei piani adottati all'assessorato regionale competente in materia di attività produttive.

3. Sulla base degli indirizzi di cui all'articolo 9 della legge regionale n.4 del 14 gennaio 2005, i piani definiscono la rete dei punti vendita esclusivi e non esclusivi ed i relativi ambiti di localizzazione stabilendo i criteri per l'autorizzazione di nuovi punti vendita, il trasferimento di quelli esistenti e l'ottimizzazione dei punti vendita esclusivi già esistenti ed operanti.

4. In sede di definizione dei piani i comuni devono rispettare un rapporto minimo tra famiglie residenti e punti vendita esclusivi e non esclusivi non inferiore a mille.

5. Nel caso di suddivisione del territorio comunale in zone il parametro di cui al comma 4 è riferito alla singola zona, tenendo conto del raggio di influenza esercitato dai punti vendita ubicati sia nelle zone limitrofe che nei territori comunali confinanti.

6. Qualora nel territorio comunale o nella singola zona non vi sia

nessun punto vendita e risulti residente un numero di famiglie inferiore a mille, è comunque consentita l'apertura di un punto vendita esclusivo o non esclusivo.

7. Nell'ipotesi in cui dalla pianificazione effettuata ai sensi del comma 4 risulti un numero residuo di famiglie uguale o superiore a settecento, è consentita la previsione di un ulteriore punto vendita esclusivo o non esclusivo.

8. I piani, inoltre:

a) individuano le zone turistiche del territorio comunale nelle quali, per effetto di una maggiore presenza stagionale dell'utenza, i comuni possono rilasciare autorizzazioni temporanee, sia per punti vendita esclusivi che non esclusivi, per periodi non superiori a quattro mesi nel corso dell'anno, nel rispetto del parametro di cui al comma 4, ridotto del 20 per cento;

b) definiscono le condizioni ed i criteri per la vendita di quotidiani e periodici nei casi di cui all'articolo 4, comma 1, lettere f) e g);

c) stabiliscono, ai fini del rilascio dell'autorizzazione per nuovi punti vendita e dell'eventuale trasferimento di quelli esistenti, criteri atti a garantire la superficie più idonea allo svolgimento dell'attività.

I piani sono finalizzati al perseguimento dei seguenti obiettivi:

a) incremento della diffusione dei mezzi di informazione e stampa mediante, ove necessario, l'aumento del numero delle rivendite e l'ampliamento delle superfici espositive e di vendita;

b) articolazione omogenea nel territorio comunale, nel rispetto delle diverse realtà sociali ed insediative esistenti, della rete di vendita dei giornali, quotidiani e periodici, al fine di renderla costantemente adeguata alle esigenze dell'utenza ed, in genere, degli operatori dell'informazione;

c) facilità di accesso dell'utenza ai punti vendita della rete distributiva comunale.

## **1.4 Indirizzi per la predisposizione dei piani**

1. Per favorire una razionale evoluzione della rete e per assicurare la migliore produttività del servizio, in funzione della capacità di domanda della popolazione residente e fluttuante, nel rispetto degli strumenti urbanistici vigenti, i comuni, per la predisposizione dei piani, in particolare:

a) suddividono il territorio comunale in zone omogenee che possono corrispondere alla partizione adottata per la formazione dei piani regolatori generali, nonché alla suddivisione amministrativa per circoscrizioni o quartieri. La zonizzazione deve, comunque, tener conto dei centri storici, delle periferie, delle semi-periferie, delle aree di nuova o già esistente edificazione residenziale, industriale e terziaria, delle aree rurali e montane;

b) rilevano le caratteristiche di ciascuna zona individuata, con particolare riguardo a:

1) strutture scolastiche e universitarie, centri culturali e di informazione, uffici pubblici e privati, strutture industriali, produttive, commerciali e ricettive, stazioni ferroviarie, autostazioni e altre strutture similari;

2) assetto viario e delle comunicazioni;

3) flussi di popolazione non residente, comprendendo correnti turistiche stagionali e permanenti;

c) individuano, per l'ultimo biennio e per ciascuna zona, la situazione relativa ai seguenti indicatori:

1) numero e densità dei punti vendita esistenti, esclusivi e non esclusivi, anche in rapporto alla superficie territoriale e alla popolazione fluttuante;

2) localizzazione dei punti vendita esistenti, mettendo in evidenza, in particolare, le nuove localizzazioni avvenute nel biennio;

3) andamento delle vendite, anche sulla base dei dati forniti dalle organizzazioni degli editori, dei distributori e dei rivenditori.

### **1.5 Validità del piano**

1. Il piano ha durata quadriennale.

2. Il comune, sentite tutte le parti interessate al processo distributivo, può procedere, in ogni tempo, al suo aggiornamento per sopraggiunte e documentate modifiche della situazione distributiva della rete di vendita, nonché della situazione demografica.

## **2 - Autorizzazione per la vendita della stampa quotidiana e periodica**

1. I comuni determinano nei piani i criteri e le modalità per ottenere l'autorizzazione per la vendita della stampa quotidiana e periodica.

2. Le domande tendenti ad ottenere l'autorizzazione ad esercitare l'attività di vendita di quotidiani e periodici devono essere presentate al comune territorialmente competente.

3. Il richiedente deve:

a) essere in possesso dei requisiti di accesso all'attività di cui al decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 114 (Riforma della disciplina relativa al settore del commercio, a norma dell'articolo 4, comma 4 della L. 15 marzo 1997, n.59);

b) non prestare la propria opera con rapporto di lavoro continuativo alle dipendenze di altri;

c) non essere iscritto ad albi professionali.

4. Alle domande deve essere allegata la documentazione comprovante, tra l'altro, le seguenti indicazioni:



- a) ubicazione dell'esercizio su suolo pubblico o privato;
- b) dimostrazione della disponibilità dei locali o dello spazio pubblico o privato ovvero avvio della relativa istruttoria per l'acquisizione di questi ultimi;
- c) titolarità dell'autorizzazione per l'esercizio di una delle attività di cui all'articolo 3, comma 3 per i punti vendita non esclusivi.

5. In caso di domande concorrenti, i comuni individuano criteri di priorità in modo da assicurare comunque la preferenza:

a) ai soggetti che intendono trasferire l'esercizio, nel caso di concorrenza fra domande di trasferimento di punti vendita esistenti e domande di apertura di nuovi punti vendita inerenti la stessa area di localizzazione;

b) ai soggetti che intendono effettuare l'esercizio esclusivo dell'attività di vendita, nel caso di concorrenza fra domande per l'esercizio di punti vendita esclusivi e domande per l'esercizio di punti vendita non esclusivi.

6. A parità di condizioni si segue l'ordine cronologico di presentazione delle domande.

### **3 - Subingresso**

1. Il trasferimento dell'esercizio di rivendita di quotidiani e/o periodici per atto tra vivi od a causa di morte comporta la voltura dell'autorizzazione, sempre che sia provato al comune l'effettivo passaggio dell'esercizio ed il possesso dei requisiti di cui all'articolo 12, comma 3, della legge regionale n.4 del 14 gennaio 2005.

### **4 - APPROVAZIONE DEI PIANI**

I piani sono adottati dai Comuni ed approvati, sentite le organizzazioni

regionali 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 parte.

I piani adottati sono depositati presso la segreteria comunale entro otto giorni dalla adozione e devono essere tenuti a disposizione del pubblico per trenta giorni. Notizia al pubblico dell'avvenuto deposito è data mediante avviso affisso all'albo comunale.

Chiunque ne abbia interesse può presentare al Comune osservazioni entro trenta giorni dalla data di inizio della affissione. Entro i trenta giorni successivi alla scadenza del termine suddetto, i comuni approvano comunque i piani adottati, decidendo sulle osservazioni, se presentate.

## **5 - AUTORIZZAZIONE ALLA VENDITA E DOMANDE PER OTTENERE L'AUTORIZZAZIONE**

L'attività di vendita é soggetta al rilascio di autorizzazione da parte del comune, anche a carattere stagionale, con le debite eccezioni (art.3 del dlgs 170/2001).

Per i punti di vendita esclusivi l'autorizzazione é rilasciata nel rispetto dei piani comunali di localizzazione di cui all'art.6 del dlgs 170/2001 e dell'art.8 della legge regionale n.4 del 14 gennaio 2005.

Per le autorizzazioni a carattere stagionale, occorre indicare il periodo di attivazione dell'esercizio.

Per esercitare l'attività di vendita in posti fissi di quotidiani e periodici, occorre presentare domanda in carta legale per ottenere l'autorizzazione al Comune. Il richiedente deve possedere i requisiti generali per l'esercizio dell'attività di cui all'art.5, comma 2 del dlgs 114/1998.

Sono abrogati l'articolo 14 della legge 5 agosto 1981, n.416 e l'articolo 7 della legge 25 febbraio 1987, n.67. Con tale abrogazione

non sono più applicabili il divieto alle persone diverse dal titolare o dai suoi familiari o parenti o affini entro il terzo grado di svolgere l'esercizio della rivendita fissa; il divieto di affidamento in gestione a terzi; il divieto di rilascio dell'autorizzazione a persone giuridiche; il divieto di rilascio a persone fisiche di più di una autorizzazione.

La legge regionale 4 gennaio 1985, n.3 (Criteri per l'esercizio da parte dei comuni del Lazio delle funzioni amministrative in materia di rivendite di quotidiani e periodici) e la legge regionale 22 maggio 1985, n. 78 (Adeguamento della legge regionale 4 gennaio 1985, n. 3 alle disposizioni dell'art. 6 della legge 10 gennaio 1985, n. 1, in materia di rivendite di quotidiani e periodici) sono abrogate.

## **6- CASI CHE NON NECESSITANO DI AUTORIZZAZIONE**

1. Non è necessaria alcuna autorizzazione:

a) per la vendita nelle sedi di partiti, enti, chiese, comunità religiose, sindacati, associazioni, di attinenti pubblicazioni specializzate

b) per la vendita ambulante di quotidiani di partiti, 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 edite

d) per la vendita di pubblicazioni specializzate non immesse nel canale delle edicole;

e) per la consegna porta a porta e per la vendita ambulante da parte di editori, distributori, edicolanti;

f) per la vendita in alberghi e pensioni quando essa costituisce un servizio diretto ai soli clienti;

g) per la vendita effettuata all'interno di strutture pubbliche o private, rivolta unicamente al pubblico che ha accesso a tali strutture.

## 7. IL COMUNE DI CIVITA CASTELLANA

Il Comune di CIVITA CASTELLANA si estende nella provincia di Viterbo, su di una superficie di 83,28 chilometri quadrati ad una distanza di circa 50 chilometri dalla capitale e circa 35 dal capoluogo, con una densità di 190 residenti per chilometro quadrato.

CIVITA CASTELLANA è la città più importante nell'intera provincia di Viterbo, dopo il capoluogo naturalmente, ed è un centro di grande importanza industriale e commerciale, predominante nel settore della lavorazione della ceramica e dei suoi manufatti ed ha avuto anche il riconoscimento da parte della regione Lazio di **città d'arte** e di centro a vocazione turistica.

Ai confini di CIVITA CASTELLANA ci sono comuni che hanno spiccate caratteristiche turistiche, ricettive, industriali e residenziali come Corchiano, Faleria, Castel Sant'Elia, Fabrica di Roma, Gallese e Magliano in Sabina; nell'area di gravitazione comprensoriale ci sono altri importanti comuni, quali Sutri, Ronciglione, Caprarola, Soriano nel Cimino, ecc. di notevole importanza economica, turistica, storica e sociale.

Gli incrementi demografici sono impercettibili, visto che il numero dei residenti resta abbastanza stazionario, essendosi attestato attorno ai 16.000 abitanti. **La popolazione residente nel comune di Civita Castellana nel mese di luglio 2005 è risultata all'anagrafe di 16.119 persone.** Le presenze sono molte di più, incrementate dai lavoratori occasionalmente presenti, dagli extracomunitari e dai fluttuanti giornalieri (per studio, per lavoro e/o per diporto).

Il Comune di CIVITA CASTELLANA presenta una sempre più spiccata predisposizione turistica oltrechè industriale e commerciale, potendo

disporre di un esteso ed attrezzato territorio, frequentato ed apprezzato dai numerosissimi villeggianti, che spesso possiedono anche una abitazione in loco. Persistono anche discrete tendenze ad esercitare ancora le attività primarie (agricoltura e zootecnia in primis), facilitati dall'ampio entroterra semirurale.

Nel corso dell'anno nel territorio si organizzano convegni, mostre e fiere, spettacoli e feste di ogni tipo e genere, anche a carattere culturale; tutte queste manifestazioni provocano un elevato incremento del movimento turistico, specialmente nelle giornate festive e prefestive.

All'interno del territorio comunale ci sono molte case non occupate da residenti e che servono per accogliere i cosiddetti fluttuanti (presenti, stagionali o turisti residenziali per l'estate o lavoratori extracomunitari di transito); la domanda di beni e servizi ne risente sostanzialmente nei mesi e nei periodi di maggior afflusso di tali persone. Per questi ed altri motivi occorre potenziare l'offerta di beni e servizi, per una maggiore considerazione e qualificazione della componente turistica, al fine di ricavarne dei migliori rendimenti, sia in termini economici, occupazionali e anche d'immagine.

## **8. SUDDIVISIONE DEL TERRITORIO IN ZONE**

La legge regionale n.4 del 2005 stabilisce, eventualmente anche per singole zone del territorio comunale, le condizioni per il rilascio delle autorizzazioni: i comuni favoriscono una equilibrata dislocazione sul territorio degli esercizi, assicurando che tutte le zone siano adeguatamente servite, in ogni periodo dell'anno, quanto meno di esercizi esclusivi per quelle aree dove risiedono almeno 1000 famiglie.

Il territorio comunale di CIVITA CASTELLANA é idealmente suddivisibile in più zone di programma, differenziabili per caratteristiche urbanistiche e sociali, autonome per la domanda e l'offerta di beni di consumo e di servizi; con la proposta di base contenuta nel presente lavoro, si intende avviare una maggiore

coesione tra i vari centri urbani (quelli già esistenti e quelli in corso di formazione) e la rete specifica di vendita, per cui, con l'intento di eventuali più puntuali e future disaggregazioni di territorio, nel caso dovessero servire, si possono individuare al momento cinque zone di programma, con importanza demografica più o meno rilevante, che sono così contraddistinguibili:

<b>ZONA 1</b>	<b>CAPOLUOGO: centro storico</b>
<b>ZONA 2</b>	<b>CAPOLUOGO: zona urbana di espansione</b>
<b>ZONA 3</b>	<b>Frazione di BORGHETTO</b>
<b>ZONA 4</b>	<b>Frazione di SASSACCI</b>
<b>ZONA 5</b>	<b>Resto del territorio</b>

La zona del **centro storico** riveste particolare interesse commerciale e turistico ed è delimitata dal Ponte Clementino, da via Santi Giovanni e Marciano e dall'Ospedale Andosilla. Le altre zone sono immediatamente identificabili dallo studio delle carte catastali, allegate al PRG.

Quindi per questa pianificazione e per tener conto del consolidamento dell'attuale specifica rete di vendita, si ritiene logico suddividere il territorio in **cinque zone di programma**, anche considerando che questa ripartizione vincola meglio i trasferimenti di sede degli esercizi in attività, per garantire un servizio costante per una fruibilità più consolidata da parte degli abitanti di ogni quartiere e degli stessi visitatori fluttuanti, sempre più numerosi ed esigenti, specialmente per le località storiche.

## **9-EDICOLE IN ATTIVITA' A DICEMBRE 2005**

Nel mese di dicembre 2005, nell'intero territorio comunale di CIVITA

CASTELLANA, risultano in attività 9 rivendite annuali di giornali e riviste, tutte con caratteristiche di edicola esclusiva, rientranti nei canoni del Decreto Legislativo n.170 del 24-4-2001 e della recente legge regionale n.4 del 14-1-2005.

Nel territorio ci sono anche 2 rivendite non esclusive, derivate dalla sperimentazione: una in un bar e l'altra in un supermercato. Esiste anche una ulteriore rivendita, ancora da formalizzare, posizionata presso un bar della frazione di Borghetto.

In pratica c'è una rivendita esclusiva ogni 1700 abitanti residenti, per un complesso di 6204 famiglie, registrate all'anagrafe nel mese di luglio 2005, senza tener conto dei numerosissimi fluttuanti e dei presenti occasionali.

Numero di esercizi per la vendita di giornali e riviste in attività a  
CIVITA CASTELLANA nel 2005, distinti per tipologia

TIPOLOGIA DELL'ESERCIZIO	ANNUALE	STAGIONALE	TOTALE
ESCLUSIVO	9	0	9
NON ESCLUSIVO	3	0	3
TOTALE	12	0	12

Via ROMA

esclusiva

PIAZZA MATTEOTTI

esclusiva

CORSO B.BUOZZI	esclusiva
CORSO B.BUOZZI	esclusiva
VIA DELLA REPUBBLICA	esclusiva
VIA FALISCA	esclusiva
PIAZZA LIBERAZIONE	esclusiva
VIA AMENDOLA	esclusiva
VIA FLAMINIA (fraz.Sassacci)	esclusiva

Ci sono anche le tre seguenti rivendite non esclusive, che completano la rete commerciale specifica:

VIA DELLA STAZIONE (Fraz.Borghetto)	non esclusiva
VIA DELLA STAZIONE (Fraz.Borghetto)	non esclusiva
VIA RIO MAGGIORE	non esclusiva

Tre rivendite esclusive nel centro storico (zona 1), cinque rivendite esclusive ed una non esclusiva nel centro urbano (zona 2), due rivendite non esclusive a Borghetto ed una a Sassacci.

## **10-NUMERO OTTIMALE DI RIVENDITE DAL 2005**

L'intero comune di CIVITA CASTELLANA può sembrare ben servito, per questo tipo di localizzazione di rivendite di giornali e riviste, sia in termini di abitanti per rivendita, sia per distribuzione nel territorio. Da questo servizio restano comunque esclusi gli abitanti di alcune quartieri di minore rilevanza demografica, che stanno sorgendo nelle periferie, a ridosso delle frazioni e nel resto del territorio e tutto l'agglomerato urbano che sorge come espansione del capoluogo e che



ha ormai caratteristiche non trascurabili, specialmente dopo la realizzazione del **comparto D**, all'altezza di via Tasso-via Petrarca, in previsione della nuova lottizzazione.

L'Amministrazione Comunale intende dotare ogni quartiere del Comune delle adeguate possibilità autorizzatorie, affinché i cittadini dispongano dei necessari servizi, senza dover percorrere distanze eccessive per comprare i giornali, nel caso specifico, oppure a rinunciare o comprarli in altri comuni.

La legge regionale n.4 del 14 gennaio 2005 stabilisce all'articolo 10 - comma 4 - che i comuni devono rispettare un rapporto minimo tra famiglie residenti e punti vendita esclusivi e non esclusivi non inferiore a mille. In questa fattispecie la rete di giornali di CIVITA CASTELLANA è ampiamente satura (il rapporto è di un'edicola esclusiva ogni 700 famiglie), anche se si considera il forte flusso di persone che giornalmente convergono nella zona industriale e commerciale. Ma lo stesso articolo della legge, al comma 6 così recita: "Qualora nel territorio comunale o nella singola zona non vi sia nessun punto vendita e risulti residente un numero di famiglie inferiore a mille, è comunque consentita l'apertura di un punto vendita esclusivo o non esclusivo".

Per questi ed altri motivi, con questo piano di localizzazione ottimale, si programma una sola rivendita esclusiva (o non esclusiva nel caso che in risposta all'emanazione del bando di assegnazione dell'autorizzazione non vi dovessero essere richieste ad hoc), per l'ottimizzazione della rete commerciale della zona 2 nel capoluogo.

La previsione comporta **l'inserimento di un punto vendita nella zona di espansione**, da realizzare nel comparto D, all'altezza di via Tasso-via Petrarca, in previsione della nuova lottizzazione, che potrà annoverare centinaia di residenti, in un quartiere nuovo in cui non esiste alcun punto vendita di giornali, nelle zone a servizio riservate agli abitanti stessi. Pertanto tale punto vendita potrà considerarsi operativo a far data dal completamento edilizio del comparto.

Questa nuova rivendita dovrà essere riservata, per un anno dal completamento edilizio del comparto ed assegnata, mediante

procedura concorsuale, applicando i seguenti criteri di priorità: 1) trasferimento da centro storico; 2) trasferimento da altra zona; 3) assegnazione di nuova concessione.

Il punto vendita che, eventualmente, si trasferisce dal centro storico non sarà reintegrato.

Tenuto conto delle capacità estensive del servizio, con riferimento al concentramento di utenze già esistenti e ai nuovi insediamenti abitativi in corso di completamento, si ritiene opportuno prevedere altri due punti vendita non esclusivi, così collocati:

- Ospedale San Giovanni Andosilla Decollato;
- Comparto C1.

Pertanto la presente pianificazione comporta:

1. ottimizzazione della rete di vendita esistente;
2. La possibilità di una rivendita esclusiva da concedere prioritariamente per trasferimento dalla zona satura del centro storico, con individuazione nell'espansione del capoluogo, comparto D, all'altezza di via Tasso - Via Petrarca, previa pubblicazione di apposito bando concorsuale;
3. La istituzione di n. 2 nuovi punti vendita non esclusivi, come sopra individuati.

## **11- DISTANZE E RICOLLOCAZIONE SEDI**

L'ottimizzazione della rete di vendita è quella indicata al paragrafo precedente.

In caso di comprovata e documentata necessità, su richiesta degli interessati, il Comune si riserva il diritto di prendere in considerazione eventuali richieste di ricollocazione al fine di ottimizzare la rete di vendita esistente. Tale ricollocazione può essere consentita soltanto nell'ambito della stessa zona di piano individuata

e nel rispetto di una distanza minima di percorrenza pedonale di almeno **metri lineari 200** da altri punti vendita esistenti.

## **12-PRIORITA' TRA DOMANDE CONCORRENTI**

Le priorità da rispettare nei casi di domande concorrenti, verranno stabilite dall'Amministrazione Comunale e pubblicizzate nell'eventuale bando di concorso che potrà esser fatto per la concessione delle autorizzazioni disponibili.

In caso di domande concorrenti, i criteri di priorità devono essere tali da assicurare comunque la preferenza:

a) ai soggetti che intendono trasferire l'esercizio, nel caso di concorrenza fra domande di trasferimento di punti vendita esistenti e domande di apertura di nuovi punti vendita inerenti la stessa area di localizzazione;

b) ai soggetti che intendono effettuare l'esercizio esclusivo dell'attività di vendita, nel caso di concorrenza fra domande per l'esercizio di punti vendita esclusivi e domande per l'esercizio di punti vendita non esclusivi.

A parità di condizioni si segue l'ordine cronologico di presentazione delle domande.

## **13- OCCUPAZIONE DI AREE PUBBLICHE**

I chioschi per le rivendite di giornali e riviste devono essere autorizzati nel rispetto delle norme per l'occupazione di suolo pubblico (d.lgs 114-1998 e l.r. n.33 del 1999 e successive modifiche) e secondo le disposizioni urbanistiche per l'installazione di edicole adibite prevalentemente alla vendita di quotidiani e periodici (l.r. 2002, n.28).

Il comune, nel rilascio della concessione di occupazione di area pubblica da destinare alle rivendite, al fine di meglio soddisfare la finalità di diffusione dei mezzi di informazione, deve garantire,

secondo le possibilità dell'ambiente individuato, la superficie più idonea, compatibilmente con gli altri interessi di uso pubblico del suolo.

#### **14- NORME EDILIZIE**

Le aperture di chioschi per le rivendite di giornali e riviste dovranno essere regolari sotto il profilo edilizio e saranno autorizzate secondo forme e modelli compatibili con le singole zone e conformi agli indirizzi dell'ufficio tecnico comunale. Qualora sia prevista l'installazione su suolo pubblico, dovrà essere preventivamente acquisita la relativa autorizzazione all'occupazione.

#### **15- CONSULTAZIONI PREVISTE PER IL PIANO**

Per la richiesta di pareri su questo PIANO, così come prevedono tutte le leggi citate nella premessa, è indispensabile attenersi alla nota del 18-21985 (prot.0686 - fascicolo 61104/AG) dell'Assessorato dell'Industria, Artigianato e Commercio della Regione Lazio ed interpellare di conseguenza, i seguenti sindacati di categoria ed operatori del settore:

SINAGI-CGIL	via Gregorio VII, n.350	00165	ROMA
CISL giornalai	via Capitan Bavastro 62	00154	ROMA
Confcommercio-SNAG	via Properzio 5 -	00193	ROMA
UIL	via Cavour 108	00189	ROMA
FIEG	via Sardegna n.139	00187	ROMA
FENAGI - Confesercenti	via Messina n.19	00198	ROMA
ANADIS	via Galla Placidia n.184	00159	ROMA

e un **RAPPRESENTANTE DEGLI EDICOLANTI LOCALI**

## QUADRO LEGISLATIVO DI RIFERIMENTO

### **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.

### **LEGGE REGIONALE 14 gennaio 2005, n. 4.**

Sistema di vendita della stampa quotidiana e periodica

### **Legge Regionale 30 luglio 2002 - N.28**

Disposizioni urbanistiche per l'installazione di edicole adibite prevalentemente alla vendita di quotidiani e periodici

LEGGE REGIONALE 14 gennaio 2005, n. 4.  
Sistema di vendita della stampa quotidiana e periodica

## **Art. 1 (Oggetto)**

**1. Con la presente legge la Regione disciplina le modalità e le condizioni di vendita della stampa quotidiana e periodica e detta indirizzi per la predisposizione da parte dei comuni dei piani di localizzazione dei punti di vendita.**

## **Art. 2 (Definizioni)**

**I. Ai fini della presente legge si intende per:**

**a) piano, il piano comunale di localizzazione dei punti di vendita di giornali quotidiani e periodici;**

**b) punti vendita esclusivi, quelli che, previsti nel piano, sono tenuti alla vendita generale di quotidiani e periodici;**

**c) punti vendita non esclusivi, gli esercizi che, in aggiunta ad altre merci, sono autorizzati alla vendita di quotidiani ovvero periodici, nonché quelli di cui all'articolo 3, comma 4.**

## **Art. 3**

### **(Sistema di vendita della stampa quotidiana e periodica)**

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

**2. L'attività di cui al comma 1 è soggetta, nel rispetto dei piani, al rilascio di autorizzazione da parte dei comuni, anche a carattere stagionale, con le eccezioni di cui all'articolo 4.**

**3. Possono essere autorizzati 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 1500

c) i bar, inclusi gli esercizi posti nelle aree di servizio delle autostrade e nell'interno delle stazioni ferroviarie, aeroportuali e marittime, ed esclusi altri punti ristoro, ristoranti, rosticcerie e trattorie

d) le medie strutture di vendita, le grandi strutture di vendita, i centri commerciali, come definiti dall'articolo 24, comma 1, lettere b) e c) della legge regionale 18 novembre 1999, n.33 (Disciplina relativa al settore del commercio) e successive modifiche

e) le librerie 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, a seguito dell'invio della comunicazione ai sensi dell'articolo 1, comma 2, della legge 13 aprile 1999, n. 108 (Nuove norme in materia di punti vendita per la stampa quotidiana e periodica), hanno effettivamente e concretamente venduto il prodotto editoriale durante la fase di sperimentazione, per un periodo non inferiore ai sei mesi, l'autorizzazione di cui al comma 2 è rilasciata di diritto per la stessa tipologia di prodotto editoriale per la quale è stata effettuata la sperimentazione.

5. L'autorizzazione per i punti vendita esclusivi e non esclusivi può essere rilasciata sia alle persone fisiche che alle persone giuridiche.

## **(Esenzione dall'autorizzazione)**

### **1. Non è necessaria alcuna autorizzazione:**

**a) per la vendita nelle sedi di partiti, enti, chiese, comunità religiose, sindacati, associazioni, di attinenti pubblicazioni specializzate**

**b) per la vendita ambulante di quotidiani di partiti, 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 edite**

**d) per la vendita di pubblicazioni specializzate non immesse nel canale delle edicole;**

**e) per la consegna porta a porta e per la vendita ambulante da parte di editori, distributori, edicolanti;**

**f) per la vendita in alberghi e pensioni quando essa costituisce un servizio diretto ai soli clienti;**

**g) per la vendita effettuata all'interno di strutture pubbliche o private, rivolta unicamente al pubblico che ha accesso a tali strutture.**

## **Art. 5 (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 o periodici dagli stessi prescelta per la vendita.**

**3. Le disposizioni di cui alla presente legge si applicano anche**



alla stampa estera posta in vendita in Italia.

#### **Art. 6 (Modalità di vendita)**

**I. 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 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 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.**

#### **Art. 7**

**(Vendita di prodotti non editoriali nei punti vendita esclusivi)**

**1. I titolari dell'autorizzazione alla vendita della stampa quotidiana e periodica nei punti vendita esclusivi possono vendere prodotti non alimentari e pastigliaggi confezionati.**

**2. I punti vendita esclusivi possono destinare una parte della superficie di vendita, in misura non superiore al 25 per cento, alla commercializzazione dei prodotti di cui al comma 1.**

**3. La cessazione dell'attività di vendita di prodotti di cui al comma 1 comporta che l'attività di vendita dei prodotti**

**editoriali venga svolta sull'intera superficie di vendita.**

**4. L'attività di vendita di quotidiani e periodici non può essere ceduta separatamente dall'attività di commercializzazione di prodotti diversi da quelli editoriali.**

**5. Per i punti di vendita esclusivi la cessazione dell'attività di vendita di prodotti editoriali comporta la contemporanea cessazione dell'attività di vendita dei prodotti diversi.**

#### **Art. 8**

##### **(Obiettivi della pianificazione comunale)**

**1. I piani sono finalizzati al perseguimento dei seguenti obiettivi:**

**a) incremento della diffusione dei mezzi di informazione e stampa mediante, ove necessario, l'aumento del numero delle rivendite e l'ampliamento delle superfici espositive e di vendita;**

**b) articolazione omogenea nel territorio comunale, nel rispetto delle diverse realtà sociali ed insediative esistenti, della rete di vendita dei giornali, quotidiani e periodici, al fine di renderla costantemente adeguata alle esigenze dell'utenza ed, in genere, degli operatori dell'informazione;**

**c) facilità di accesso dell'utenza ai punti vendita della rete distributiva comunale.**

#### **Art. 9**

##### **(Indirizzi per la predisposizione dei piani)**

**1. Per favorire una razionale evoluzione della rete e per assicurare la migliore produttività del servizio, in funzione della capacità di domanda della popolazione residente e fluttuante, nel rispetto degli strumenti urbanistici vigenti, i comuni, per la predisposizione dei piani, in particolare:**

a) suddividono il territorio comunale in zone omogenee che possono corrispondere alla partizione adottata per la formazione dei piani regolatori generali, nonché alla suddivisione amministrativa per circoscrizioni o quartieri. La zonizzazione deve, comunque, tener conto dei centri storici, delle periferie, delle semi-periferie, delle aree di nuova o già esistente edificazione residenziale, industriale e terziaria, delle aree rurali e montane;

b) rilevano le caratteristiche di ciascuna zona individuata, con particolare riguardo a:

1) strutture scolastiche e universitarie, centri culturali e di informazione, uffici pubblici e privati, strutture industriali, produttive, commerciali e ricettive, stazioni ferroviarie, autostazioni e altre strutture similari;

2) assetto viario e delle comunicazioni;

3) flussi di popolazione non residente, comprendendo correnti turistiche stagionali e permanenti;

c) individuano, per l'ultimo biennio e per ciascuna zona, la situazione relativa ai seguenti indicatori:

1) numero e densità dei punti vendita esistenti, esclusivi e non esclusivi, anche in rapporto alla superficie territoriale e alla popolazione fluttuante;

2) localizzazione dei punti vendita esistenti, mettendo in evidenza, in particolare, le nuove localizzazioni avvenute nel biennio;

3) andamento delle vendite, anche sulla base dei dati forniti dalle organizzazioni degli editori, dei distributori e dei rivenditori.

**Art. 10 (Piani)**

- 1. I comuni del Lazio adottano i piani, previa consultazione delle associazioni più rappresentative a livello nazionale degli editori e dei distributori, nonché delle organizzazioni sindacali dei rivenditori maggiormente rappresentative a livello nazionale.**
- 2. I comuni inviano copia dei piani adottati all'assessorato regionale competente in materia di attività produttive.**
- 3. Sulla base degli indirizzi di cui all'articolo 9, i piani definiscono la rete dei punti vendita esclusivi e non esclusivi ed i relativi ambiti di localizzazione stabilendo i criteri per l'autorizzazione di nuovi punti vendita, il trasferimento di quelli esistenti e l'ottimizzazione dei punti vendita esclusivi già esistenti ed operanti.**
- 4. In sede di definizione dei piani i comuni devono rispettare un rapporto minimo tra famiglie residenti e punti vendita esclusivi e non esclusivi non inferiore a mille.**
- 5. Nel caso di suddivisione del territorio comunale in zone il parametro di cui al comma 4 è riferito alla singola zona, tenendo conto del raggio di influenza esercitato dai punti vendita ubicati sia nelle zone limitrofe che nei territori comunali confinanti.**
- 6. Qualora nel territorio comunale o nella singola zona non vi sia nessun punto vendita e risulti residente un numero di famiglie inferiore a mille, è comunque consentita l'apertura di un punto vendita esclusivo o non esclusivo.**
- 7. Nell'ipotesi in cui dalla pianificazione effettuata ai sensi del comma 4 risulti un numero residuo di famiglie uguale o superiore a settecento, è consentita la previsione di un ulteriore punto vendita esclusivo o non esclusivo.**
- 8. I piani, inoltre:**

a) individuano le zone turistiche del territorio comunale nelle quali, per effetto di una maggiore presenza stagionale dell'utenza, i comuni possono rilasciare autorizzazioni temporanee, sia per punti vendita esclusivi che non esclusivi, per periodi non superiori a quattro mesi nel corso dell'anno, nel rispetto del parametro di cui al comma 4, ridotto del 20 per cento;

b) definiscono le condizioni ed i criteri per la vendita di quotidiani e periodici nei casi di cui all'articolo 4, comma 1, lettere f) e g);

c) stabiliscono, ai fini del rilascio dell'autorizzazione per nuovi punti vendita e dell'eventuale trasferimento di quelli esistenti, criteri atti a garantire la superficie più idonea allo svolgimento dell'attività.

#### **Art. 11** (Validità del piano)

1. Il piano ha durata quadriennale.

2. Il comune, sentite tutte le parti interessate al processo distributivo, può procedere, in ogni tempo, al suo aggiornamento per sopraggiunte e documentate modifiche della situazione distributiva della rete di vendita, nonché della situazione demografica.

#### **Art. 12** (Autorizzazione per la vendita della stampa quotidiana e periodica)

1. I comuni determinano nei piani i criteri e le modalità per ottenere l'autorizzazione per la vendita della stampa quotidiana e periodica.

2. Le domande tendenti ad ottenere l'autorizzazione ad

**esercitare l'attività di vendita di quotidiani e periodici devono essere presentate al comune territorialmente competente.**

**3. Il richiedente deve:**

**a) essere in possesso dei requisiti di accesso all'attività di cui al decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 114 (Riforma della disciplina relativa al settore del commercio, a norma dell'articolo 4, comma 4 della L. 15 marzo 1997, n.59);**

**b) non prestare la propria opera con rapporto di lavoro continuativo alle dipendenze di altri;**

**c) non essere iscritto ad albi professionali.**

**4. Alle domande deve essere allegata la documentazione comprovante, tra l'altro, le seguenti indicazioni:**

**a) ubicazione dell'esercizio su suolo pubblico o privato;**

**b) dimostrazione della disponibilità dei locali o dello spazio pubblico o privato ovvero avvio della relativa istruttoria per l'acquisizione di questi ultimi;**

**c) titolarità dell'autorizzazione per l'esercizio di una delle attività di cui all'articolo 3, comma 3 per i punti vendita non esclusivi.**

**5. In caso di domande concorrenti, i comuni individuano criteri di priorità in modo da assicurare comunque la preferenza:**

**a) ai soggetti che intendono trasferire l'esercizio, nel caso di concorrenza fra domande di trasferimento di punti vendita esistenti e domande di apertura di nuovi punti vendita inerenti la stessa area di localizzazione;**

**b) ai soggetti che intendono effettuare l'esercizio esclusivo dell'attività di vendita, nel caso di concorrenza fra domande per l'esercizio di punti vendita esclusivi e domande per**

**l'esercizio di punti vendita non esclusivi.**

**6. A parità di condizioni si segue l'ordine cronologico di presentazione delle domande.**

### **Art. 13 (Subingresso)**

**1. Il trasferimento dell'esercizio di rivendita di quotidiani e/o periodici per atto tra vivi od a causa di morte comporta la voltura dell'autorizzazione, sempre che sia provato al comune l'effettivo passaggio dell'esercizio ed il possesso dei requisiti di cui all'articolo 12, comma 3.**

### **Art. 14 (Ferie e riposi)**

**1. Le chiusure dei punti vendita nei giorni domenicali e di riposo infrasettimanale e per ferie devono essere regolate in modo da garantire l'effettuazione del servizio nelle varie zone del territorio comunale, mediante la predisposizione di turni, d'intesa con le organizzazioni di categoria.**

**2. Il calendario predisposto deve essere fornito a tutte le organizzazioni interessate.**

### **Art. 15 (Sanzioni)**

**1. I comuni applicano le sanzioni previste all'articolo 22, comma 3, del d.lgs. 114/1998 per la violazione delle disposizioni contenute nella presente legge e nei piani.**

### **Art. 16 (Disposizioni transitorie)**

**1. I comuni adottano i piani di cui all' articolo 10 entro un anno dalla data di entrata in vigore della presente legge.**

2. Fino all'adozione dei piani ai sensi della presente legge, ai fini del rilascio delle autorizzazioni alla vendita della stampa quotidiana e periodica, continuano ad avere efficacia i piani già adottati dai comuni alla data di entrata in vigore della presente legge.

3. In assenza del piano, qualora nel territorio di un comune o in una frazione di comune non esistano punti vendita di quotidiani o periodici, l'autorizzazione alla vendita può essere rilasciata anche ad esercizi diversi da quelli previsti all'articolo 3, comma 3.

4. I punti vendita autorizzati alla vendita, congiuntamente ad altri prodotti, di quotidiani e periodici, in data anteriore all'entrata in vigore della l. 108/1999, sono considerati come punti vendita esclusivi.

5. Le disposizioni di cui all'articolo 10 non si applicano ai punti vendita esclusivi e non esclusivi già autorizzati alla data di entrata in vigore della presente legge

#### **Art. 17 (Abrogazioni)**

1. La legge regionale 4 gennaio 1985, n.3 (Criteri per l'esercizio da parte dei comuni del Lazio delle funzioni amministrative in materia di rivendite di quotidiani e periodici) e la legge regionale 22 maggio 1985, n. 78 (Adeguamento della legge regionale 4 gennaio 1985, n. 3 alle disposizioni dell'art. 6 della legge 10 gennaio 1985, n. 1, in materia di rivendite di quotidiani e periodici) sono abrogate.

La presente legge regionale sarà pubblicata sul Bollettino Ufficiale della Regione. E' fatto obbligo a chiunque spetti di osservarla e di farla osservare come legge della Regione Lazio.  
Data a Roma, addì 14 gennaio 2005



## INDICE

	ARTICOLI
Oggetto	1
Definizioni	2
Sistema di vendita della stampa quotidiana e periodica	3
Esenzione dall'autorizzazione	4
Parità di trattamento	5
Modalità di vendita	6
Vendita di prodotti non editoriali nei punti vendita esclusivi	7
Obiettivi della pianificazione comunale	8
Indirizzi per la predisposizione dei piani	9
Piani	10
Validità del piano	11
Autorizzazione per la vendita della stampa quotidiana e periodica	12
Subingresso	13
Ferie e riposi	14
Sanzioni	15
Disposizioni transitorie	16
Abrogazioni	17

## **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.

### **ART.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.

### **ART.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. Le attività di cui al comma 1 é 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 é rilasciata nel rispetto dei piani comunali di localizzazione di cui all'art.6.

3. possono essere autorizzati 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 1500:

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 é 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.

### **ART.3 - ESENZIONE DALL'AUTORIZZAZIONE**

Non é necessaria alcuna autorizzazione:

- a) per la vendita nelle sedi dei partiti, enti, chiese, comunità religiose, sindacati od 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 vendita porta a porta e per la vendita ambulante da parte degli editori, distributori ed edicolanti;
- f) per a vendita in alberghi e pensioni quando essa costituisce un servizio ai clienti;
- g) il prezzo di vendita della stampa quotidiana e periodica stabilito dal produttore non può subire variazioni in relazione ai punti vendita all'interno di strutture pubbliche o private rivolta unicamente al pubblico che ha accesso a tali strutture.

### **ART.4 - PARITÀ DI TRATTAMENTO**

1. Nella vendita di quotidiani e periodici i punti vendita esclusivi

assicurano parità di trattamento alle diverse testate.

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

## **ART.5 - MODALITÀ DI VENDITA**

1. La vendita della stampa quotidiana e periodica é 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) é comunque vietata l'esposizione al pubblico di giornali, riviste e materiale pornografico.

## **ART.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 devono 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 in 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.

#### **ART.7 - STAMPA ESTERA**

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

#### **ART.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, é individuata la struttura preposta a detto monitoraggio, con la partecipazione dei soggetti del comparto distributivo editoriale e delle regioni di volta in volta interessate.

#### **ART.9 - NORME FINALI**

Per quanto non previsto dal presente decreto, si applica il decreto legislativo 31 marzo 1998, n.114.

Sono abrogati l'articolo 14 della legge 5 agosto 1981, n.415 e l'articolo 7 della legge 25 febbraio 1987, n.57.

## Legge Regionale 30 luglio 2002 - N.28

**Disposizioni urbanistiche per l'installazione di edicole adibite prevalentemente alla vendita di quotidiani e periodici**

### ART.1 (OGGETTO)

1. La presente legge detta disposizioni urbanistiche per la installazione di edicole adibite prevalentemente alla vendita di quotidiani e periodici.

### ART.2 (Definizione)

1. Ai fini della presente legge é considerata edicola ogni manufatto adibito prevalentemente alla vendita di quotidiani e periodici posto sul territorio comunale e privo di ancoraggi a terra, con esclusione di quelli relativi a cavi telefonici, cavi elettrici ed eventuali collegamenti con le tubature fognarie.

2. Per l'installazione delle edicole di cui al comma 1 non é fatto obbligo di servizi igienici, anche chimici, considerato il fatto che tali edicole sono praticabili solo dagli operatori addetti alla vendita.

### ART.3 (Disposizioni tecniche)

1. Ferme restando le prescrizioni e i divieti previsti dal decreto legislativo 30 aprile 1992 n.285 (Nuovo codice della strada) e successive modifiche, i comuni, nell'ambito dello strumento urbanistico generale e in conformità ai piani di localizzazione dei punti ottimali di vendita di quotidiani e periodici nonché a quanto previsto dall'art.2, comma 2, indicano disposizioni tecniche da rispettare per l'installazione delle edicole, tenendo conto dei seguenti criteri:

a) la superficie massima concedibile non deve superare i trenta metri quadrati, ovvero i ventiquattro metri quadrati limitatamente alle edicole che ricadono nei centri storici, definiti ai sensi dell'articolo 60 della legge regionale 22 dicembre 1999, n.32, da realizzare secondo tipologie compatibili con le caratteristiche degli stessi;

b) l'altezza, misurata all'interno delle edicole, non deve superare i 2,70 metri.

#### **ART.4 (Autorizzazione edilizia)**

1. Per l'installazione delle edicole di cui all'articolo 2, che rispettino gli strumenti urbanistici e le disposizioni tecniche di cui all'articolo 3, é richiesta l'autorizzazione edilizia.

2. Resta fermo l'obbligo della concessione per l'occupazione di spazi ed aree pubbliche.

#### **ART.5 (Variante automatica)**

1. Le disposizioni della presente legge costituiscono variante automatica allo strumento urbanistico comunale generale ed alle relative norme tecniche di attuazione.

#### **ART.6 (Disposizione transitoria)**

1. Rimangono salve le concessioni edilizie già rilasciate prima della data di entrata in vigore della presente legge.

Circolare: n.3538/C del 28/12/2001. 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/S1, 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 d-bis di cui all'art. 1 della legge 13 aprile 1999, n. 108, i quali erano denominati in vigenza 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 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 31-3-1998, 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. I, 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 31-3-1998, 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 I, 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 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 ed al 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 funzionare 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 vigore 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 vigore della precedente disciplina 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 vigore 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 dà 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 (dr. 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 I, 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).

. 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.

6.1 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 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.

**OGGETTO: DISCIPLINA DEL SISTEMA DI VENDITA DELLA STAMPA QUOTIDIANA E PERIODICA. APPLICAZIONE DEL D. LGS. 24.04-2001, n.170**

La vigente riformulazione dell'art. 117 della Costituzione - introdotto dall'art.3 della L.Cost. 18.10.01, n.3 - ed in particolare il c. 4 ha, come è noto, disposto che spetta alle Regioni la potestà legislativa in riferimento ad ogni materia non espressamente riservata alla legislazione dello Stato. Detta potestà riguarda, pertanto, anche la materia del commercio, all'interno della quale è, indubbiamente, ricompresa l'attività di vendita della stampa quotidiana e periodica.

Le competenti strutture dello scrivente Assessorato stanno, pertanto, elaborando lo schema di proposta di legge regionale da sottoporre, entro breve termine, all'esame della Giunta per la successiva proposizione al Consiglio regionale.

In attesa dell'approvazione della citata legge regionale, che, stante la potestà legislativa non più di natura concorrente posta in capo alle Regioni, potrà non limitarsi a disciplinare le modalità e condizioni di vendita della stampa quotidiana e periodica come previsto dall'art.1 c. 1, del D. Lgs. 24.04.01, n. 170, si rende necessario, ai fini dell'applicazione del decreto medesimo in detta fase transitoria, fornire alcune indicazioni ai Comuni. Ciò allo scopo di conferire trasparenza all'azione amministrativa e chiarezza operativa, tenuto conto dei numerosi quesiti pervenuti anche per le vie brevi sia dalle Amministrazioni locali che dagli interessati, nonché per assicurare omogeneità di comportamento sul territorio.

**I - DISTINZIONE TRA PUNTI DI VENDITA ESCLUSIVI E NON ESCLUSIVI**

Il decreto legislativo 24.04.2001, n.170, ha introdotto giuridicamente la distinzione fra punti di vendita esclusivi e punti di vendita non esclusivi, dando degli stessi la definizione di cui all'art. 1, c. 2, lett. a) e b), ed assoggettando entrambi ad autorizzazione del Comune territorialmente competente.

Secondo la suddetta definizione:

punti di vendita esclusivi sono quelli che, previsti nel piano comunale di localizzazione di cui all'art. 6 del decreto in oggetto, sono tenuti alla vendita generale di quotidiani e periodici;

- punti di vendita non esclusivi sono gli esercizi, previsti dal decreto medesimo, che, in aggiunta ad altre merci, sono autorizzati alla vendita di quotidiani ovvero periodici. Di tali punti di vendita non esclusivi l'art. 2, c. 3, dà una elencazione che deve essere considerata tassativa, non solo per il preciso dettaglio delle caratteristiche attraverso le quali individuare le singole tipologie di esercizi commerciali elencate, ma anche perché, laddove il legislatore ha inteso ampliare la tipologia di esercizi autorizzabili lo ha fatto esplicitamente; si veda a tal riguardo il c. 3 dell'art. 6 che dispone la possibilità di rilascio di autorizzazione ad esercizi diversi da quelli elencati all'art. 2, c. 3, in caso di assenza di piano e qualora non esistano punti di vendita.

Va evidenziato che i punti di vendita esclusivi sono tenuti a vendere sia i quotidiani che i periodici.

Quanto ai punti di vendita non esclusivi di cui al citato art. 2. c. 3. pur ritenendo che la possibilità di vendita di ambedue le tipologie di prodotti editoriali - senza peraltro che gli stessi diventino di conseguenza punti esclusivi stante la diversa natura dell'esercizio, la cui attività prevalente resta comunque quella della vendita di altri prodotti merceologici e la diversa impostazione dell'assetto della rete (non assoggettamento ai piani di cui all'art. 6) - possa essere valutata in sede di stesura del provvedimento legislativo regionale, opportuno. nella attuale fase transitoria. attenersi alla formulazione letterale del citato art. 1. c. 2, lett. b) D.Lgs. n. 170/01. Pertanto. detti punti non esclusivi sono autorizzati alla vendita di un solo prodotto editoriale, cioè dei quotidiani ovvero dei periodici e non di entrambi.

## II - AUTORIZZAZIONI - CRITERI - PIANI DI LOCALIZZAZIONE

Come accennato. tutta l'attività di vendita di quotidiani e periodici - esclusiva o non esclusiva - è soggetta al rilascio di autorizzazione, che può essere anche a carattere stagionale, da parte del Comune territorialmente competente, salvi i casi per i quali lo stesso D. Lgs. n.170/01 prevede il non assoggettamento ad autorizzazione.

Il sistema autorizzatorio di ambedue le tipologie di punti di vendita è caratterizzato, ai sensi del c.6 dell'art. 2 del decreto, dall'obbligo per i Comuni di procedere 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 di vendita non esclusivi.

I punti di vendita esclusivi sono però localizzati attraverso appositi piani che il Comune competente territorialmente predispone sulla base degli indirizzi emanati dalla Regione secondo i criteri contenuti nel c. 1 dell'art. 6. Le autorizzazioni per i punti esclusivi sono rilasciate in conformità ai suddetti piani.

Fanno eccezione le autorizzazioni rilasciate di diritto, ai sensi del c. 4 dell'art. 2 del decreto n. 170/01, agli esercizi che hanno effettuato la sperimentazione e che quindi non sono assoggettate ad alcuna valutazione discrezionale da parte del Comune.

Premesso ciò, si precisa quanto segue.

### AUTORIZZAZIONE PER PUNTI DI VENDITA ESCLUSIVI

Le autorizzazioni per punti di vendita esclusivi debbono essere rilasciate in conformità ai piani di cui all'art. 6 del decreto legislativo in oggetto. Pertanto, in assenza di tali piani non possono essere valutate eventuali domande di autorizzazione per punti esclusivi di vendita.

I Comuni sono tenuti, in base al c. 2 del più volte citato art. 6 del D. lgs. n. 170/01, ad approvare i piani di localizzazione dei punti esclusivi di vendita entro un anno dall'entrata in vigore del decreto stesso anche in assenza degli indirizzi regionali, attenendosi in ogni caso agli indicatori contenuti nel c. 6 dell'art. 2. Resta fermo

l'obbligo per i Comuni stessi di riformulare detti piani, adeguandoli ai provvedimenti regionali intervenuti

## 2. AUTORIZZAZIONE PER I PUNTI DI VENDITA NON ESCLUSIVI

L'autorizzazione per i punti di vendita non esclusivi non può essere rilasciata, e non possono quindi essere esaminate eventuali domande presentate, se non previa valutazione delle condizioni di riferimento per quanto concerne gli indicatori di diversa natura individuati dal c. 6 dell'art. 2 più volte citato e, precisamente, densità della popolazione, caratteristiche urbanistiche e sociali delle zone, entità delle vendite di quotidiani e periodici nell'ultimo biennio, condizioni di accesso, nonché esistenza di altri punti di vendita non esclusivi.

Al riguardo, al fine di garantire uniformità ed equità di trattamento e trasparenza all'azione amministrativa, è opportuno che i Comuni assumano un provvedimento di carattere generale contenente criteri desunti dalla verifica delle situazioni esistenti in relazione ai cennati indicatori, cui fare riferimento ai fini del rilascio delle autorizzazioni in questione.

Condizione indispensabile per il rilascio dell'autorizzazione è la presentazione al Comune della dichiarazione di ottemperanza prevista dal c. 5 dell'art. 2 del D. Lgs. n. 170/01. Si ritiene che detta dichiarazione debba essere presentata contemporaneamente alla domanda di autorizzazione.

## AUTORIZZAZIONE PER GLI ESERCIZI CHE HANNO EFFETTUATO LA SPERIMENTAZIONE

Come già evidenziato, l'art. 2, c. 4, del D.Lgs. n. 170/01 prevede che per gli esercizi che hanno effettuato la sperimentazione ai sensi dell'art. 1 della Legge 13.04.1999, n. 108, l'autorizzazione è rilasciata di diritto. Il rilascio di tale autorizzazione, pertanto, avvenendo in forza di legge, non soggiace ad alcuna valutazione discrezionale da parte del Comune.

Per esercizi che hanno effettuato la sperimentazione devono intendersi quelli che hanno effettivamente e concretamente venduto il prodotto o i prodotti editoriali prescelti, ovviamente nel rispetto delle disposizioni dettate al riguardo dalla L. n. 108/99. Per acquisire il diritto all'autorizzazione non è da ritenere sufficiente l'aver effettuato nei termini la comunicazione di intendimento a partecipare, prevista dalla citata legge, senza aver poi venduto il prodotto editoriale prescelto.

Tale tesi trova sostegno nella formulazione letterale della norma, nella finalità stessa della sperimentazione - quella cioè di acquisire elementi conoscitivi sulle variazioni provocate nel mercato della stampa dalla messa in vendita in esercizi diversi dalle rivendite fisse autorizzate - e nell'art. 4, c. 1, della legge n. 108/99 il quale prevede che, fino all'entrata in vigore del decreto legislativo (v. 170/01), gli esercizi commerciali in cui è stata effettuata la sperimentazione possono continuare a vendere i prodotti editoriali prescelti e che ai medesimi l'autorizzazione è rilasciata, qualora richiesta, di diritto.

Per quanto concerne la durata della sperimentazione effettuata, si ritiene che possano essere legittimati al rilascio dell'autorizzazione anche i soggetti che abbiano effettuato la sperimentazione per un tempo inferiore ai 18 mesi previsti dalla L. n. 108/99.

In ogni caso, l'autorizzazione è rilasciata a seguito di presentazione della domanda atta a manifestare la volontà di esercitare il diritto da parte del soggetto interessato. La domanda deve essere riferita ai prodotti prescelti e venduti in fase di sperimentazione e per essi dovrà essere rilasciata l'autorizzazione richiesta.

Ai fini del rilascio dell'autorizzazione il Comune effettua le opportune verifiche in ordine all'effettiva vendita di quotidiani e/o periodici nella fase di sperimentazione ed accerta la sussistenza del rispetto delle condizioni previste.

Si richiama, infine, l'attenzione sulla disposizione di cui all'art. 26, comma 6, del D.Lgs 31.03.1998, n. 114, il quale ha, fra l'altro, soppresso la voce n. 50 della tabella c) allegata al D.P.R. n. 300/1992, come modificata ed integrata dal D.P.R. n. 407/1994.

Conseguentemente non è più applicabile al rilascio dell'autorizzazione per l'esercizio dell'attività di vendita di quotidiani e periodici, l'istituto del silenzio-assenso di cui all'art. 20 della legge n. 241/90.

### III - APPLICAZIONE DEL D. LGS. N.114/98

L' art. 9, c. 1 del D. Lgs. n. 170/01 dispone che per quanto non previsto si applica il decreto legislativo n. 114/98.

Al riguardo, poiché il D. Lgs. n. 170/01 non reca specifiche disposizioni su alcuni aspetti dell'attività, si richiama, in particolare, l'attenzione:

sulla necessità del possesso dei requisiti di cui all'art. 5, c. 2, ai fini del rilascio dell'autorizzazione;

sull'applicabilità dell'istituto della comunicazione al Comune in caso di cessazione dell'attività, trasferimento della gestione, trasferimento della proprietà previsto dall'art. 26, c.5:

sull'applicabilità nei casi compatibili della disciplina sanzionatoria di cui all'art. 22. Ad esclusione del c.5, il quale si riferisce espressamente agli esercizi di vicinato, che non sono sottoposti a regime autorizzatorio.

In tema di orari, si sottolinea che l'art. 13, c. 1, dispone che alle rivendite di giornali, cioè ai punti vendita di soli quotidiani e periodici, nonché agli esercizi specializzati nella vendita di libri non si applica il regime degli orari stabilito dal Titolo IV del decreto stesso. Per gli esercizi ove viene esercitata l'attività di vendita anche di prodotti diversi da quelli editoriali, dovrà applicarsi il criterio dell'attività prevalente.

### IV - ABROGAZIONE ART. 14 L. N. 416/81

Si richiama l'attenzione sull'abrogazione dell'art. 14 della L. 5.08.1981, n. 416, operata dall'art. 9, c. 2, del D.Lgs. n. 170/01.

Con tale abrogazione cessano di avere efficacia:

il divieto per le persone diverse dal titolare dell'autorizzazione o dai suoi familiari o parenti o affini fino al terzo grado di svolgere l'attività;

il divieto di affidamento in gestione a terzi;

il divieto di rilascio di autorizzazione a soggetti che non siano persone fisiche:

il divieto di rilascio alle persone fisiche di più di una autorizzazione.

N.B. La presente circolare è stata approvata con Deliberazione della Giunta regionale n. 484 del 19-4-2002

LEGGE 13 aprile 1999, n. 108

Nuove norme in materia di punti vendita

per la stampa quotidiana e periodica

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. 3. 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. E' 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.

La presente legge, munita del sigillo dello Stato, sarà inserita nella Raccolta ufficiale degli atti normativi della Repubblica italiana. E fatto obbligo a chiunque spetti di osservarla e di farla osservare come legge dello Stato.

LEGGE 13 aprile 1999, n. 108

Nuove norme in materia di punti vendita

per la stampa quotidiana e periodica

**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. 3. 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. E' 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.

La presente legge, munita del sigillo dello Stato, sarà inserita nella Raccolta ufficiale degli atti normativi della Repubblica italiana. E fatto obbligo a chiunque spetti di osservarla e di farla osservare come legge dello Stato.

## NOTE

**Note all'art. 1:**

- Il testo dell'art. 14 della legge n. 416/1981 (Disciplina delle imprese editrici e provvidenze per l'editoria), come modificato dalla presente legge, è il seguente:

«Art. 14 (Autorizzazioni per la vendita). - 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'art. 52, per la parte relativa alla rivendita di giornali e di riviste, del decreto del Presidente della Repubblica 24 luglio 1971, n.616, ai criteri di cui al successivo comma.

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 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)*.

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.

Le autorizzazioni sono concesse con priorità ai terzi cui è stata affidata la rivendita.

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.

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.

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.

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.

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. E 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.

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.

**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 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'art. 49, terzo comma, lettera A) del decreto del Presidente della Repubblica 29 settembre 1973, n. 597. Sui compensi corrisposti per tali prestazioni deve essere operata, a titolo di imposta, la ritenuta di cui all'art. 25 del decreto del Presidente della Repubblica 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;

α-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 I, 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 a richiesta 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 al 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.

I soggetti autorizzati alla vendita di giornali quotidiani e periodici dal presente articolo sono tenuti ad assicurare parità di trattamento alle diverse testate».

-----  
- Si riporta il testo dell'art. 4, comma I, lettera e), del D.Lgs, n. 114/1998 (Riforma della disciplina relativa al settore del commercio, a norma dell'art. 4, comma 4, della legge 15 marzo 1997, n. 59):

«Art. 4 (*Definizioni e ambito di applicazione del decreto*). - 1. Ai fini del presente decreto si intendono:

a)-d) (omissis);

e) per medie strutture di vendita gli esercizi aventi superficie superiore ai limiti di cui al punto d) e fino a 1.500 mq nei comuni con popolazione residente inferiore a 10.000 abitanti e a 2.500 mq. nei comuni con popolazione residente superiore a 10.000 abitanti».

-----  
- Il testo dell'art. 29 della legge n.67/1987 (Rinnovo della legge 5 agosto 1981, n. 416, recante disciplina delle imprese editrici e provvidenze per l'editoria) è il seguente:

«Art. 29 (*Commissione paritetica*). - 1. Con decreto del Presidente del Consiglio dei Ministri, da adottarsi entro 30 giorni dalla data di entrata in vigore della presente legge, è istituita presso la Direzione generale delle informazioni, dell'editoria e della proprietà letteraria, artistica e scientifica una commissione paritetica Governoe editori di quotidiani e periodici per la formulazione di proposte relative al miglioramento dei servizi di distribuzione della stampa, all'ampliamento della rete di vendita, all'accesso alle informazioni, all'utilizzazione del satellite, alla definizione di un sistema di salvaguardia della stampa nel campo dell'acquisizione di pubblicità nei confronti di altri mezzi di comunicazione.

2. La commissione sarà integrata dai rappresentanti delle altre categorie di volta in volta interessate ai temi in discussione e potrà servirsi della collaborazione di esperti.

3. Entro sei mesi dalla sua istituzione la commissione presenterà le proprie conclusioni al Presidente del Consiglio dei Ministri, che le trasmetterà con proprie osservazioni e proposte al Parlamento».

-----  
- Il testo dell'art. 8 del D.Lgs. n. 281/1997 (Definizione ed ampliamento delle attribuzioni della Conferenza permanente per i rapporti tra lo Stato, le regioni e le province autonome di Trento e Bolzano ed unificazione, per le materie ed i compiti di interesse comune delle regioni; delle province e dei Comuni, con la Conferenza Stato-città ed autonomie locali è il seguente:

«Art. 8 (*Conferenza Stato-città ed autonomie locali e Conferenza unificata*).

1. La Conferenza Stato-città ed autonomie locali è unificata per le materie ed i compiti di interesse comune delle regioni, delle province, dei comuni e delle comunità montane, con la Conferenza Stato-regioni.

2. La Conferenza Stato-Città ed autonomie locali è presieduta dal Presidente del Consiglio dei Ministri o, per sua delega, dal Ministro dell'interno, o dal Ministro per gli affari regionali; ne fanno parte altresì il Ministro del Tesoro e del bilancio e della programmazione economica, il Ministro delle finanze, il Ministro dei lavori pubblici, il Ministro della sanità, il

presidente dell'Associazione nazionale dei comuni d'Italia - ANCI, il presidente dell'Unione province d'Italia UPI ed il presidente dell'Unione nazionale comuni, comunità ed enti montani - UNCEM. Ne fanno parte inoltre quattordici sindaci designati dall'ANCI e sei presidenti di provincia designati dall'UPI. Dei quattordici sindaci designati dall'ANCI cinque rappresentano le città individuate dall'art. 17 della legge 8 giugno 1990, n. 142. Alle riunioni possono essere invitati altri membri del Governo, nonché rappresentanti di amministrazioni statali, locali o di enti pubblici.

3. La Conferenza Stato-città ed autonomie locali è convocata almeno ogni tre mesi, e comunque in tutti i casi il presidente ne ravvisi la necessità o qualora ne faccia richiesta il presidente dell'ANCI, dell'UPI o dell'UNCEM.

4. La Conferenza unificata di cui al comma 1 è convocata dal Presidente del Consiglio dei Ministri. Le sedute sono presiedute dal Presidente del Consiglio dei Ministri o, su sua delega, dal Ministro per gli affari regionali o, se tale incarico non è conferito, dal Ministro dell'interno».

-----  
Nota all'art. 2:

- Per il testo dell'art. 8 d i D.Lgs. N. 281 /1997 e dell'art. 29 della legge n. 67/1987 si veda nelle note all'art. 1.

-----  
Note all'art. 3:

- Per il testo dell'art. 8 del decreto legislativo n. 281/1997 e dell'art. 29 della legge n. 67/1987, si veda nelle note all'art 1.

-----  
- Il testo dell'art. 52, primo comma, lettera *a*), del D.P.R. n. 616/1997 (Attuazione della delega di cui all'art. I della legge 22 luglio 1975, n. 382) è il seguente:

«Art. 52 (*Attività commerciali*). - Ferme restando le funzioni già di competenza delle regioni e dei comuni, e nel quadro degli indirizzi determinati dal Governo, è delegato alle regioni l'esercizio delle funzioni amministrative relative:

a) ai distributori di carburante, alle rivendite di giornali e di riviste, ai pubblici esercizi di vendita e consumo di alimenti e bevande».

-----

**Nota all'art. 4:**

- Il testo dell'art. 26 del citato decreto legislativo n. 114/1998, come modificato dalla presente legge, è il seguente:

«Art. 26 (*Disposizioni finali*). - 1. Ad eccezione dell'art. 6, dell'art. 10, dell'art. 15, commi 7, 8 e 9, dell'art. 21, dell'art. 25, commi 1, 2, 3, 4, 5 e 6, e del comma 3 del presente articolo, le norme contenute nel presente decreto hanno efficacia a decorrere dal trecentosessantacinquesimo giorno dalla sua pubblicazione.

2. È vietato l'esercizio congiunto nello stesso locale, dell'attività di vendita all'ingrosso e al dettaglio salvo deroghe stabilite dalle regioni. Resta salvo il diritto acquisito dagli esercenti in attività alla data di cui al comma 1.

3. Ai fini della commercializzazione restano salve le disposizioni concernenti la vendita di determinati prodotti, previste da leggi speciali.

4. (Abrogato).

5. È soggetto alla sola comunicazione al comune competente per territorio il trasferimento della gestione o della proprietà per atto tra vivi o per causa di morte, nonché la cessazione dell'attività relativa agli esercizi di cui agli articoli 7, 8 e 9. Nel caso di cui al presente comma si applicano le disposizioni di cui ai commi 1 e 2 dell'articolo 7.

6. Sono abrogate: la legge 11 giugno 1971, n.426 e successive modificazioni, ed il decreto ministeriale 4 agosto 1988, n. 375, a esclusione del comma 9 dell'art. 56 e dell'allegato 9, e delle disposizioni concernenti il registro esercenti il commercio, 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; la legge 28 luglio 1971, n.558; la legge 19 marzo 1980, n.80 come modificata dalla legge 12 aprile 1991, n. 130; l'art 8 del decreto-legge 1° ottobre 1982, n. 697; convertito, con modificazioni, dalla legge 29 novembre 1982, n.887, come riformulato dall'articolo 1 del decreto-legge 26 gennaio 1987, n.9, convertito, con modificazioni, dalla legge 26 gennaio 1987, n. 121; l'art. 4 della legge 6 febbraio 1987, n.15; il decreto del Presidente della Repubblica, 18 aprile 1994, n.384; l'art. 2 del decreto ministeriale 16 settembre 1996, n. 561; l'art. 2 commi 89 e 90, della legge 23 dicembre 1996, n. 662, nonché ogni altra norma contraria al presente decreto o con esso incompatibile. Sono soppresse le voci numeri 50, 55 e 56, 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 maggio 1994, n.407.



**Provincia  
di Viterbo**

**Comune di  
CIVITA CASTELLANA**

**Settembre  
2005**

**GIORNALI  
E RIVISTE**

**PIANO OTTIMALE  
DI LOCALIZZAZIONE  
DEI PUNTI VENDITA**

## **LEGGI DI RIFERIMENTO:**

**Punti vendita  
esclusivi e punti  
vendita non esclusivi**

**Decreto Legislativo 24-4-2001, n.170  
Legge Regionale 30-7-2002, n.28  
Legge Regionale 14 gennaio 2005, n.4**

## **PIANO COMUNALE DI LOCALIZZAZIONE OTTIMALE DEI PUNTI-VENDITA ESCLUSIVI E NON ESCLUSIVI DI GIORNALI QUOTIDIANI E RIVISTE**

**9 edicole esclusive in attività ed una autorizzabile**

Via ROMA	esclusiva
PIAZZA MATTEOTTI	esclusiva
CORSO B.BUOZZI	esclusiva
CORSO B.BUOZZI	esclusiva
VIA DELLA REPUBBLICA	esclusiva
VIA FALISCA	esclusiva
PIAZZA LIBERAZIONE	esclusiva
VIA AMENDOLA	esclusiva
VIA FLAMINIA (fraz. Sassacci)	esclusiva

COMPARTO D esclusiva: **da autorizzare** all'altezza di via Tasso-via Petrarca, a servizio della nuova lottizzazione, per trasferimento di un'edicola dal centro storico oppure come nuovo esercizio

Ci sono anche tre rivendite non esclusive: una nel centro urbano (zona 2) e due a Borghetto.

VIA DELLA STAZIONE (Fraz. Borghetto) non esclusiva

VIA DELLA STAZIONE (Fraz. Borghetto) non esclusiva

VIA RIO MAGGIORE non esclusiva

## Comune di CIVITA CASTELLANA

(Viterbo)

Superficie territoriale: 83,28 kmq

Popolazione residente: 16.119 abitanti a luglio 2005

