

Lombardia

Delib.C.R. 10-7-2002 n. VII/549

Indirizzi regionali in attuazione del D.Lgs. 24 aprile 2001, n. 170 concernente il riordino del sistema di diffusione della stampa quotidiana e periodica, a norma dell'articolo 3 della legge 13 aprile 1999, n. 108.

Pubblicata nel B.U. Lombardia 29 luglio 2002, n. 31.

Delib.C.R. 10 luglio 2002, n. VII/549 ⁽¹⁾.

Indirizzi regionali in attuazione del D.Lgs. 24 aprile 2001, n. 170 concernente il riordino del sistema di diffusione della stampa quotidiana e periodica, a norma dell'articolo 3 della legge 13 aprile 1999, n. 108.

(1) Pubblicata nel B.U. Lombardia 29 luglio 2002, n. 31.

Il Consiglio regionale della Lombardia

Richiamati:

- l'art. 14 della legge 5 agosto 1981, n. 416 "Disciplina delle imprese editrici e provvidenze per l'editoria" e successive modificazioni ed integrazioni che dettava disposizioni in ordine agli aspetti regolativi della stampa quotidiana e periodica;

- la legge 13 aprile 1999, n. 108 "Nuove norme in materia di punti vendita per la stampa quotidiana e periodica" che ha avviato una fase di sperimentazione di nuove forme di vendita di giornali quotidiani e periodici della durata di diciotto mesi e ha delegato il governo ad emanare un D.Lgs. diretto a riordinare in maniera organica il sistema di diffusione della stampa quotidiana e periodica;

- il D.Lgs. 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" ed in particolare:

- l'articolo 1 che, nel definire l'ambito di applicazione del decreto, detta principi per la disciplina delle regioni, delle modalità e condizioni di vendita della stampa quotidiana e periodica;

- l'articolo 6 che attribuisce alle regioni la competenza ad emanare indirizzi per la predisposizione da parte dei comuni dei piani di localizzazione dei punti di vendita esclusivi;

- la legge regionale 22 novembre 1982, n. 64 "Indirizzi programmatici per la razionalizzazione della rete di rivendite di giornali e riviste" e successive modificazioni ed integrazioni;

Vista la proposta della Giunta regionale approvata con Delib.G.R. 28 maggio 2002, n. 7/9143;

Dato atto che gli indirizzi regionali di cui al citato articolo 6 del D.Lgs. sono stati predisposti in relazione:

- al disposto di cui all'articolo 1, comma 1 del citato D.Lgs. che attribuisce alla Regione la funzione di disciplina delle modalità e delle condizioni di vendita della stampa quotidiana e periodica;

- ai parametri di cui all'articolo 6, comma 1, lettera b) del citato D.Lgs. e precisamente la valutazione:

- * della densità della popolazione;
- * del numero delle 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;
- * dell'esistenza di altri punti di vendita esclusivi;

- alle indicazioni emerse a seguito della consultazione dei soggetti di cui all'articolo 6, comma 1, lettera a) del citato D.Lgs.;

Sentita la relazione della VII Commissione consiliare "Cultura, Formazione Professionale, Commercio, Sport e Informazione";

Con votazione palese, per alzata di mano:

Delibera

- di approvare gli "Indirizzi regionali in attuazione del *D.Lgs. 24 aprile 2001, n. 170* concernente il riordino del sistema di diffusione della stampa quotidiana e periodica, a norma dell'*articolo 3 della legge 13 aprile 1999, n. 108*" di cui all'allegato A, che costituisce parte integrante della presente deliberazione.

Allegato A

Indirizzi regionali in attuazione del *D.Lgs. 24 aprile 2001, n. 170* concernente il riordino del sistema di diffusione della stampa quotidiana e periodica, a norma dell'*articolo 3 della legge 13 aprile 1999, n. 108*

Articolo 1

Ambito di applicazione e definizioni.

1. I presenti indirizzi concernono la disciplina degli aspetti regolativi, delle modalità e delle condizioni di vendita della stampa quotidiana e periodica, da parte dei comuni, in attuazione del *D.Lgs. 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*".

2. Nelle disposizioni che seguono il *D.Lgs. n. 170/01* è indicato con la denominazione "D.Lgs.".

3. Ai fini dei presenti indirizzi, si intende per:

a) punti di vendita esclusivi quelli che, previsti nel piano comunale di localizzazione, sono tenuti alla vendita generale di quotidiani e periodici; sono considerati, altresì, punti di vendita esclusivi quelli autorizzati ai sensi dell'articolo 14 della legge n. 416/1981;

b) punti di vendita non esclusivi, gli esercizi, previsti dall'articolo 2, comma 3 del D.Lgs., che, in aggiunta ad altre merci, sono autorizzati alla vendita di soli quotidiani o di soli periodici. L'attività quale punto di vendita non esclusivo può essere attivata dagli esercizi individuati dal citato articolo 2 comma 3.

Sono considerati, altresì, punti di vendita non esclusivi:

b1) gli esercizi che hanno effettuato la sperimentazione ai sensi dell'*articolo 1 della legge n. 108/99* mediante la vendita o di soli quotidiani o di soli periodici ovvero di quotidiani e periodici ed ai quali, su loro richiesta, è stata rilasciata di diritto l'autorizzazione prima dell'entrata in vigore del D.Lgs.;

b2) gli esercizi che hanno effettuato la sperimentazione ai sensi dell'*articolo 1 della legge 108/99* mediante la vendita o di soli quotidiani o di soli periodici ovvero di quotidiani e periodici.

Ai titolari degli esercizi di cui ai punti b1) e b2) che hanno venduto sia quotidiani e sia periodici i comuni rilasciano, su loro richiesta, entrambe le autorizzazioni quale punto di vendita non esclusivo.

Articolo 2

Autorizzazioni all'esercizio dell'attività.

1. La rete di diffusione e di vendita della stampa quotidiana e periodica è articolata in:

- a) punti di vendita esclusivi;
- b) punti di vendita non esclusivi;
- c) luoghi particolari di vendita individuati dall'articolo 3 del D.Lgs.

2. L'attività di cui al comma 1 lettera a) è soggetta ad autorizzazione, anche a carattere stagionale, rilasciata a persone fisiche o a società regolarmente costituite secondo le norme vigenti. Sono condizioni per il rilascio dell'autorizzazione da parte del comune territorialmente competente:

- il possesso dei requisiti di cui all'*articolo 5 del D.Lgs. n. 114/98*;
- la dichiarazione di ottemperanza alle disposizioni di cui all'articolo 1, comma 1, lettera d-bis) numeri 4), 5), 6), e 7) della *legge n. 108/99*;
- il rispetto dei piani comunali di localizzazione di cui all'articolo 6 del D.Lgs. che i comuni sono tenuti a predisporre sulla base delle indicazioni di cui al successivo articolo 6.

I punti di vendita esclusivi possono destinare una parte della superficie di vendita risultante dalla autorizzazione, in misura non superiore al 30%, alla commercializzazione di prodotti diversi da quelli editoriali ossia i pastigliaggi e i prodotti del settore non alimentare.

3. L'attività di vendita e di diffusione della stampa quotidiana e periodica in forma esclusiva deve essere effettuata con modalità ed in locali separati rispetto ad eventuali altre attività commerciali e di servizi ad essa contigui.

La disposizione di cui al presente comma non si applica alle attività di vendita esclusive già autorizzate e svolte insieme ad altre attività nei medesimi locali nel rispetto delle norme edilizie ed igienico-sanitarie alla data di entrata in vigore del D.Lgs. nonché nei comuni di cui al comma 5 dell'art. 6.

4. L'attività di cui al comma 1 lettera b) è soggetta ad autorizzazione, anche a carattere stagionale, rilasciata a persone fisiche o a società regolarmente costituite secondo le norme vigenti. Sono condizioni per il rilascio dell'autorizzazione da parte del comune territorialmente competente:

- il possesso dei requisiti di cui all'*articolo 5 del D.Lgs. n. 114/98*;

- la dichiarazione di ottemperanza alle disposizioni di cui all'art. 1, comma 1, lettera d-bis) numeri 4), 5), 6), e 7) della legge n. 108/99;

- il rispetto dei criteri di cui all'art. 2, comma 6 del D.Lgs.

Ai soggetti che hanno effettuato la sperimentazione ai sensi dell'*articolo 1 della legge 108/99*, l'autorizzazione di cui al presente comma è rilasciata di diritto anche in deroga ai criteri sopra richiamati. I soggetti che pur avendo presentato la comunicazione di cui all'*articolo 1, comma 2 della legge n. 108/99* non hanno effettuato la predetta sperimentazione hanno titolo di priorità nel rilascio della autorizzazione quale punto di vendita non esclusivo qualora, entro 30 giorni dall'entrata in vigore del presente atto, chiedano ai comuni interessati la predetta autorizzazione.

5. L'attività di cui al comma 1 lettera c) nei casi previsti dall'*articolo 3, comma 1 del D.Lgs.* non è soggetta ad autorizzazione.

6. Il trasferimento di sede dei punti di vendita di cui al presente articolo non comporta il rilascio di nuova autorizzazione qualora compatibile con le disposizioni del piano di localizzazione di cui all'*articolo 6 del D.Lgs.* Il trasferimento può essere effettuato decorsi trenta giorni dal ricevimento della comunicazione inviata al comune se questo non notifichi al richiedente il ricorrere di cause ostative. A seguito dell'avvenuto trasferimento il comune procede alla voltura della autorizzazione con la nuova ubicazione dell'esercizio.

Articolo 3

Subingresso nell'attività di vendita della stampa quotidiana e periodica.

1. Al trasferimento in gestione o in proprietà dell'azienda avente ad oggetto l'attività di cui all'*articolo 2, comma 1, lettera a)* si applicano in quanto compatibili le norme generali dell'ordinamento in materia di subingresso e le disposizioni di cui al *D.Lgs. n. 114/98*.

2. Nel caso di trasferimento in proprietà dell'azienda averle ad oggetto l'attività di cui all'*articolo 2, comma 1, lettera b)*, l'attività di vendita della stampa non può essere ceduta separatamente dall'attività primaria o prevalente dell'esercizio in base alla quale era stata richiesta la relativa autorizzazione. È consentito il trasferimento in gestione della attività di vendita della stampa quotidiana o periodica anche separatamente dalla attività primaria, a condizione che venga svolta nei medesimi locali.

Articolo 4

Modalità di vendita.

1. La vendita della stampa quotidiana e periodica è effettuata con le modalità e alle condizioni dettate dai presenti indirizzi e dalle disposizioni del D.Lgs. La Giunta Regionale, con proprio atto, può stabilire ulteriori modalità applicative dei presenti indirizzi.
2. Si applicano gli obblighi previsti dagli articoli 4 e 5 del D.Lgs. e dal *D.Lgs. n. 114/98* in quanto compatibili.
3. In base al divieto di cui all'articolo 5, comma 1, lettera d) del D.Lgs., giornali, riviste e materiale pornografico non possono essere resi visibili né dall'esterno né dall'interno dei locali di vendita.

Articolo 5

Rilevazione della rete distributiva.

1. La Giunta Regionale individua con apposito provvedimento criteri uniformi per la rilevazione sistematica dei punti vendita della stampa e per il suo periodico aggiornamento.
2. Ai fini del monitoraggio della rete distributiva a cura dell'Osservatorio Regionale del Commercio, i comuni sono tenuti a comunicare alla Regione le variazioni relative a subingressi, cessazioni, decadenze e rilasci entro 30 giorni dalla loro effettuazione.

Articolo 6

Criteri per l'adozione dei piani di localizzazione dei punti di vendita esclusivi e per il rilascio delle autorizzazioni per i punti di vendita non esclusivi.

1. I comuni adottano o adeguano i Piani di localizzazione dei punti esclusivi di vendita in base ai criteri di cui al presente articolo sentite le associazioni degli editori e dei distributori, nonché le organizzazioni sindacali dei rivenditori maggiormente rappresentative a livello provinciale e regionale. I piani di localizzazione hanno validità biennale a decorrere dalla loro adozione o adeguamento.
2. I Comuni, ai fini della predisposizione dei Piani di localizzazione che possono prevedere la fissazione di limiti minimi di distanza tra i punti di vendita, tengono conto delle caratteristiche urbanistiche e sociali di ogni zona o quartiere e in particolare:
 - degli insediamenti residenziali;
 - degli insediamenti scolastici e universitari, delle sedi di attività culturali e sportive, nonché di uffici pubblici e privati, insediamenti industriali, produttivi e commerciali;
 - dell'assetto viario e delle comunicazioni;
 - delle infrastrutture di traffico quali stazioni ferroviarie e aeroporti;

- dei flussi turistici, permanenti e stagionali.

3. Al fine della predisposizione dei Piani di localizzazione dei punti di vendita esclusivi, i comuni tengono conto altresì:

a) del rapporto tra la popolazione residente e punti vendita esclusivi; sono considerati nel rapporto anche i punti vendita non esclusivi equiparando cinque punti vendita non esclusivi ad un punto vendita esclusivo e tre punti di vendita non esclusivi ad un punto di vendita esclusivo quando gli stessi siano inseriti in una media o grande struttura di vendita;

b) del rapporto tra il numero delle famiglie e il numero dei punti vendita esclusivi; sono considerati nel rapporto anche i punti vendita non esclusivi equiparando cinque punti vendita non esclusivi ad un punto vendita esclusivo e tre punti di vendita non esclusivi ad un punto di vendita esclusivo quando gli stessi siano inseriti in una media o grande struttura di vendita;

c) del numero dei quotidiani venduti nel biennio antecedente all'approvazione del piano;

d) del numero dei periodici venduti nel biennio antecedente l'approvazione del piano.

I Piani comunali possono prevedere un incremento fino al 15% dei punti di vendita esclusivi se in base ai seguenti parametri è raggiunto un punteggio minimo pari a punti 1,50:

a)

- da 0 a 1.000 residenti per punto vendita punti 0,25

- da 1.001 a 2.000 residenti per punto vendita punti 0,50

- da 2.001 a 3.000 residenti per punto vendita punti 0,75

- oltre 3.000 residenti per punto vendita punti 1

b)

- da 0 a 700 numero famiglie per punto vendita punti 0,25

- da 701 a 800 numero famiglie per punto vendita punti 0,50

- da 801 a 900 numero famiglie per punto vendita punti 0,75

- oltre 900 numero famiglie per punto vendita punti 1

Per i comuni a prevalente economia turistica e gli ambiti artistici, individuati ai sensi dell'*articolo 12, comma 3 del D.Lgs. n. 114/98* e delle vigenti disposizioni regionali, l'incremento di cui sopra è consentito se in base ai sopra riportati parametri è raggiunto un punteggio minimo complessivo pari ad 1 punto.

Nei comuni capoluogo di provincia e nei comuni con popolazione superiore a 50.000 abitanti, in caso di conseguimento del predetto punteggio, è consentito un incremento massimo del 10%.

I comuni possono prevedere un ulteriore incremento di una unità o comunque un incremento fino al 5% dei punti di vendita esclusivi in relazione a particolari fenomeni di mobilità interessanti il comune

o una parte del suo territorio ovvero qualora il volume delle vendite annuo nel comune, nei parametri di cui alle lettere c) e d), registri un incremento superiore al 2% per i quotidiani e al 4% per i periodici.

4. Nei comuni capoluogo di provincia e nei comuni con popolazione superiore ai 100.000 abitanti gli indicatori di cui al presente articolo si applicano per aree urbane differenziate con eventuale riferimento alle circoscrizioni amministrative. La predetta norma è applicabile anche in comuni con popolazione inferiore ai 100.000 abitanti qualora il comune presenti delle particolari caratteristiche dal punto di vista territoriale ed amministrativo. I trasferimenti di punti di vendita esclusivi nell'ambito del comune o delle aree differenziate di cui sopra hanno priorità rispetto all'autorizzazione di nuovi punti di vendita.

I Piani di localizzazione individuano i punti di vendita esclusivi per i quali si prevede, in relazione alle caratteristiche della zona, il rilascio di autorizzazioni stagionali. A tali punti di vendita non si applicano le disposizioni di cui al precedente comma 3.

5. Al fine di rendere più efficiente il servizio ai consumatori nei comuni montani e nei comuni con popolazione inferiore ai 10.000 abitanti che sono sprovvisti di punti di vendita, esclusivi e non esclusivi, non si applicano le disposizioni di cui al precedente comma 3.

6. Al fine di determinare la consistenza della rete distributiva dei quotidiani e dei periodici esistente alla data di entrata in vigore del presente provvedimento, i comuni procedono alla ricognizione dei punti di vendita già autorizzati in relazione alla tipologia di esclusivi e non esclusivi ai sensi del precedente articolo 1, comma 3.

7. I comuni possono definire, anche nell'ambito del Piano di localizzazione, i criteri di cui all'articolo 2, comma 6, del D.Lgs. concernenti i punti di vendita non esclusivi applicando le disposizioni del presente articolo. Qualora fossero previsti limiti quantitativi al rilascio delle autorizzazioni per gli esercizi di cui all'articolo 2, comma 3 del D.Lgs., almeno il 20% delle stesse deve essere riservato agli esercizi ivi indicati alla lettera b).

8. In assenza del piano di localizzazione ovvero della sua mancata riformulazione ai sensi dell'articolo 6, comma 2 del D.Lgs. non possono essere rilasciate autorizzazioni per lo svolgimento delle attività di cui al precedente articolo 2, comma 1, lettere a) e b), salvo che nei casi previsti dall'articolo 6, comma 3 del medesimo D.Lgs.

Articolo 7

Orari di vendita.

1. Ai punti di vendita che effettuano la vendita esclusiva di quotidiani e periodici non si applicano le disposizioni di cui al titolo IV del *D.Lgs. n. 114/98*.

2. Ai punti di vendita esclusivi con attività promiscua ed a quelli non esclusivi si applica la disciplina degli orari previsti per l'attività prevalente.

3. Il Sindaco può, sentiti i soggetti di cui all'articolo 6, comma 1, determinare l'orario minimo di vendita dei punti vendita esclusivi e non esclusivi nell'ambito delle competenze di cui all'*articolo 49 del D.Lgs. 18 agosto 2000, n. 267* con la finalità di garantire comunque un servizio ai consumatori.