

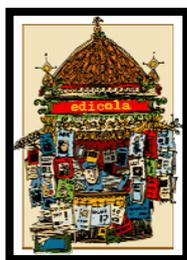


Città di Portogruaro
Provincia di Venezia

**PIANO DI LOCALIZZAZIONE
DEI PUNTI DI VENDITA ESCLUSIVI
DELLA STAMPA QUOTIDIANA E PERIODICA
E CRITERI PER L'AUTORIZZAZIONE DEI
PUNTI VENDITA NON ESCLUSIVI**

(D. Lgs. 24 aprile 2001, n. 170 – DGR 1409/2003)

REGOLAMENTAZIONE



Relazione introduttiva

Normativa di piano

Approvato con deliberazione di Consiglio n. 32 del 23.02.2009

INDICE

Relazione introduttiva

CAPO I° - LE BASI LEGISLATIVE DELLA PROGRAMMAZIONE PER IL SETTORE

CAPO II° - FINALITA' DELLA PROGRAMMAZIONE PER LO SVILUPPO E LA LOCALIZZAZIONE DEI PUNTI VENDITA ESCLUSIVI E NON ESCLUSIVI

CAPO III° - GLI ASPETTI QUANTITATIVI DEL PIANO

CAPO IV° - PREVISIONI DI PUNTI DI VENDITA

Normativa di piano

Art. 1 – Oggetto

Art. 2 – Finalità del Piano

Art. 3 – Esclusioni

Art. 4 – Punti vendita

Art. 5 – Zonizzazione

Art. 6 – Autorizzazione amministrativa

Art. 7 – Modalità di rilascio dell'autorizzazione

Art. 8 – Distributori automatici

Art. 9 – Trasferimento di sede

Art. 10 – Sospensione temporanea dell'attività

Art. 11 – Subingresso o cessazione

Art. 12 - Deroghe

Art. 13 – Orari

Art. 14 – Parità di trattamento e modalità di vendita

Art. 15 – Limiti massimi del numero di punti vendita ESCLUSIVI

Art. 16 – Durata del piano

Art. 17 – Aggiornamento della dinamica di piano

Art. 18 – Sanzioni

Art. 19 – Norme finali

Art. 20 – Abrogazione norme

Art. 21 – Entrata in vigore

ALLEGATI

CRITERI PER L'INSEDIAMENTO DI PUNTI VENDITA NON ESCLUSIVI

Norme citate e 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"
- Delibera di Giunta Regionale del Veneto n. 1409 del 16 maggio 2003
- Deliberazione della Giunta n. 3387 del 29 ottobre 2004
- L. 13 aprile 1999, n. 108 "Nuove norme in materia di punti vendita per la stampa quotidiana e periodica"
- DLT 31/03/1998 n.114 - Decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 114 (in Suppl. ordinario alla Gazz. Uff., 24 aprile, n. 95). - Riforma della disciplina relativa al settore del commercio, a norma dell'articolo 4, comma 4, della l. 15 marzo 1997, n. 59.
- L 07/08/1990 n.241 - Vigente alla G.U. 18/01/2007 n. 14 DOCUMENTAZIONE AMMINISTRATIVA ECC.- Legge 7 agosto 1990, n. 241 (in Gazz. Uff., 18 agosto, n. 192). - Nuove norme in materia di procedimento amministrativo e di diritto di accesso ai documenti amministrativi
- L.R. 13 agosto 2004, n. 15 Norme di programmazione per l'insediamento di attività commerciali nel Veneto
- allegato 1 della d.g.r. n. 1562 del 26 maggio 2004 "criteri e direttive per la razionalizzazione e l'ammodernamento della rete distributiva di carburanti"

COMUNE DI PORTOGRUARO

REGOLAMENTAZIONE DEL PIANO DI LOCALIZZAZIONE DEI PUNTI DI VENDITA ESCLUSIVI DELLA STAMPA QUOTIDIANA E PERIODICA

(D. Lgs. 24 aprile 2001, n. 170)

RELAZIONE

CAPO I°

LE BASI LEGISLATIVE DELLA PROGRAMMAZIONE PER IL SETTORE

I riferimenti normativi cui il Piano comunale per la disciplina delle rivendite di quotidiani e periodici deve attenersi sia dal punto di vista metodologico che da quello più strettamente regolamentare sono, in ordine cronologico:

- Decreto Legislativo n. 114 del 31 marzo 1998, “*Riforma della disciplina relativa al settore del commercio*”;
- Legge n. 108 del 13 aprile 1999, “*Nuove norme in materia di punti vendita per la stampa quotidiana e periodica*”;
- Decreto Legislativo n. 170 del 24 aprile 2001, “*Riordino del sistema di diffusione della stampa quotidiana e periodica, a norma dell’art. 3 della legge 14 aprile 1999 n. 108*”
- Delibera Giunta Regionale del Veneto n. 1409 del 16 maggio 2003, “*Sistema di vendita dei quotidiani e periodici. Criteri per l’applicazione del Decreto Legislativo 24 aprile 2001, n. 170 recante norme in materia di riordino del sistema di diffusione della stampa quotidiana e periodica*”, e successive modifiche e integrazioni.

Con l’approvazione del D. Lgs. n. 114/98, si introduceva una sostanziale modifica della preesistente normativa del settore di vendita quotidiani e periodici. L’art. 26, comma 4, prevedeva in questo settore una norma ponte, la quale applicava la disciplina generale in materia di commercio a partire dal 24 aprile 1999.

Successivamente con Legge n. 108/99, si introduce la sperimentazione dei punti di vendita per la stampa quotidiana e periodica, stabilendo modi e tempi, nonché criteri di valutazione dei risultati. Infatti, la stessa legge con l’art. 3 da delega al Governo, una volta verificato l’andamento della sperimentazione, di emanare un decreto legislativo diretto a riordinare in maniera organica il sistema di diffusione della stampa quotidiana e periodica.

A seguito della conclusione della fase sperimentale ex Legge n. 108/99, viene emanato il D. Lgs. n. 170/01, avente per oggetto il riordino del sistema di diffusione della stampa quotidiana e periodica e che attualmente disciplina l’esercizio dell’attività di vendita di detto settore.

Il Decreto Legislativo n. 170/2001 ha riordinato in modo organico l’intero sistema di diffusione della stampa, in precedenza regolamentato a livello nazionale dalla abrogata Legge n. 416 del 5 agosto 1981 e successive modifiche.

Il Decreto configura due tipologie di strutture: al tradizionale punto vendita, definito “punto vendita esclusivo”, se ne affianca uno nuovo, definito “punto vendita non esclusivo”.
Le due tipologie di rivendita, che nel complesso costituiscono la rete distributiva oggetto della programmazione, sono caratterizzate da alcune precise peculiarità distintive.

I **punti vendita esclusivi** sono tenuti alla vendita generale di quotidiani e periodici; in altre parole il rivenditore finale non può sottrarsi all’obbligo di porre in vendita i prodotti editoriali che, per tipologia, categoria e quantità gli sono assegnati da editori e distributore locale; a quest’ultimo, inoltre, compete sotto tale profilo il pieno controllo della filiera distributiva.

I **punti vendita non esclusivi** sono invece caratterizzati dalla possibilità di porre in vendita una tipologia, (quotidiani o periodici), o entrambe le tipologie, (quotidiani e periodici), ma solo a seguito della fase sperimentale; inoltre, tale vendita è fisicamente e funzionalmente collegata ad una delle attività di tipo commerciale, previste dall’art. 2, comma 3, del Decreto Legislativo 24 aprile 2001, n. 170, quali:

- a) le rivendite di generi di monopolio;
- b) le rivendite di carburanti e di oli minerali con il limite minimo di superficie pari a mq. 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’art. 4, comma 1, lettere e), f) e g), del D. Lgs. 114/98, con un limite minimo di superficie di vendita pari a mq. 700;
- e) gli esercizi adibiti prevalentemente alla vendita di libri e prodotti equiparati, con un limite minimo di superficie di mq. 120;
- f) gli esercizi a prevalente specializzazione di vendita, con esclusivo riferimento alla vendita delle riviste di identica specializzazione.

È opportuno, tuttavia, sottolineare che la possibilità di effettuare la vendita della stampa quotidiana e periodica in abbinamento ad altri prodotti, non rappresenta affatto una prerogativa riservata ai soli punti di vendita non esclusivi. Infatti gli stessi punti di vendita esclusivi possono effettuare la vendita dei prodotti appartenenti all’intero settore non alimentare, e ciò in virtù della dichiarazione di inizio dell’attività così come previsto dall’art. 19 della L. n. 241/1990 e dall’art. 13 della L.R. n. 15/2004.

La disciplina dei punti vendita, esclusivi e non esclusivi, come si accennava, appare significativamente differenziata anche sotto il profilo degli strumenti e della metodologia di programmazione.

Per i punti vendita esclusivi il Comune definisce il Piano di localizzazione, nel rispetto degli indirizzi regionali emanati con D.G.R. del Veneto n. 1409 del 16.05.2003 e successive modifiche e integrazioni - e dopo una consultazione con le Associazioni ed i Sindacati del settore.

Per i punti vendita non esclusivi il Comune provvede, autonomamente, alla definizione degli appositi Criteri (art. 2, comma 6, D. Lgs. n. 170/2001).

I parametri di riferimento per la programmazione rimangono comunque i medesimi (art. 6, comma 1, lett. b), del D. Lgs. n. 170/2001), con la valutazione di:

- densità della popolazione;
- numero delle famiglie;
- caratteristiche urbanistiche e sociali di ogni zona o quartiere;
- entità delle vendite di quotidiani e periodici negli ultimi due anni;

- condizioni di accesso;
- esistenza di altri punti vendita non esclusivi.

Riguardo a questi parametri si ritiene che per esistenza di altri punti di vendita non esclusivi debbano intendersi gli esercizi autorizzati a seguito della sperimentazione ed effettivamente esercitanti l'attività.

È opportuno riepilogare quali siano i prodotti editoriali vendibili dai punti di vendita non esclusivi. A seconda della normativa applicabile al momento della presentazione della domanda, assistiamo infatti ad una diversa articolazione dei prodotti vendibili:

1. Punti vendita non esclusivi che abbiano fatto la domanda ai sensi della legge 108/99 entro il 24 maggio 1999 e che abbiano effettivamente esercitato l'attività, possono vendere sia i quotidiani che i periodici o solo uno dei due prodotti editoriali, in base a quanto richiesto a suo tempo;
2. Punti vendita non esclusivi che presentino la domanda dopo l'entrata in vigore del D. Lgs. n. 170/2001, possono vendere o solo quotidiani o solo periodici.

Non possono essere oggetto di considerazione, in quanto non regolamentate, alcune specifiche forme di diffusione dei prodotti editoriali, poiché esenti da una qualsiasi autorizzazione amministrativa (art. 3 D. Lgs. 170/2001):

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

CAPO II°

FINALITA' DELLA PROGRAMMAZIONE PER LO SVILUPPO E LA LOCALIZZAZIONE DEI PUNTI VENDITA ESCLUSIVI E NON ESCLUSIVI

Sulla base delle norme in materia e dei dati acquisiti, l'Ufficio Commercio è chiamato a determinare i criteri per la programmazione, per lo sviluppo, localizzazione e per il rilascio delle autorizzazioni dei punti vendita.

Partendo dall'analisi della popolazione residente nel Comune di Portogruaro negli ultimi cinque anni, possiamo formulare una sistematica evoluzione della stessa per i prossimi quattro anni di validità del piano.

Ciò appare sufficientemente corretto sia per i fini del presente piano sia per la realtà specifica del Comune. In sostanza si ritiene che, in assenza di cause non prevedibili, la crescita della popolazione residente procederà con il valore medio di variazione registrato negli ultimi cinque anni.

Le finalità generali del piano di localizzazione sono:

- 1) assicurare un più razionale insediamento delle rivendite in rapporto alla distribuzione territoriale della popolazione;
- 2) favorire una migliore produttività del servizio;
- 3) garantire agli utenti un più facile accesso dei punti di vendita;
- 4) indirizzare e agevolare la collocazione del punto vendita in una posizione che sia idonea a favorire incontri di aggregazione sociale.

Questi orientamenti appaiono già oggi in parte soddisfatti in quanto il territorio risulta coperto nelle varie zone in cui è stato suddiviso dalla presenza di rivendite anche se si ritiene utile una redistribuzione delle stesse, spostando dalle zone di maggiore stagnazione della richiesta, vedi zona 2B, anche se in forma ridotta e controllata, una rivendita nella zona 3A (Pratiguori) interessata da una più marcata presenza di attività commerciali che fanno presupporre un aumento della domanda proveniente anche dai comuni limitrofi, creando un flusso di persone con interessi all'acquisto estremamente positivo.

La finalità centrale del piano comunale per la disciplina delle rivendite di quotidiani e periodici è quella di individuare, nel rispetto dei parametri, fra popolazione e territorio, la eventuale nuova localizzazione ottimale dei punti vendita. Il perseguimento di tale scopo è giustificato dal pubblico interesse di dare maggiore diffusione all'informazione e ai suoi mezzi, favorendone una distribuzione che consenta ed incentivi l'accesso all'informazione da parte di tutta la potenziale utenza. Il piano, inoltre, deve prefiggersi anche lo scopo di migliorare la produttività e la funzionalità delle rivendite.

In tali condizioni, l'azione di riequilibrio del piano deve configurarsi in due ordini di interventi:

- a) la risposta all'eventuale allargamento del mercato reale, correlato alle nuove sedi di urbanizzazione residenziale e direzionale;
- b) integrazione della rete esistente, al fine di correggere il servizio al consumatore in quelle località ove siano state riscontrate oggettive carenze.

Si ritiene che il piano comunale di localizzazione delle edicole debba comunque riguardare non solo i punti di vendita esclusivi ma anche i punti di vendita non esclusivi, in questo modo:

1. si evita di procedere ad una specifica e complessa analisi della situazione comunale quando si vuole attivare un nuovo punto di vendita non esclusivo;
2. si evita nel contempo un'apertura indiscriminata ed incontrollata di punti di vendita non esclusivi. Infatti, regolando e limitando anche la loro apertura, si valuta la compatibilità della loro presenza con riferimento all'equilibrio nell'offerta e della presenza complessiva del tipo di servizio.

Questa soluzione è anche implicitamente ammessa dall'art. 14, comma 4, della D.G.R. n. 1409/03, quando scrive che i criteri per i punti di vendita non esclusivi possono costituire appendice dei piani di localizzazione.

CAPO III°

GLI ASPETTI QUANTITATIVI DEL PIANO

Il territorio del Comune

La superficie complessiva del Comune è di **Kmq 102,31**.

Agli effetti della programmazione dei punti vendita esclusivi e non esclusivi, il territorio del Comune è suddiviso nelle seguenti zone:

ZONA 1	Centro Storico
ZONA 2	Zona intermedia tra centro storico e periferia – 2A - Stadio viale Venezia – 2B – Viale Isonzo – Via Matteotti .- via Trieste – via Pordenone
ZONA 3	Zona periferica – 3A - Pratiguori – 3B – P.I.P. Noiari –Interporto
ZONA 4	Zona periferica – 4A - Lugugnana – 4B – Giussago – 4C - Portovecchio – 4D - Summaga – Pradipozzo – 4E – Lison – Mazzolada

Consistenza dei punti vendita presenti sul territorio al 31 dicembre 2007

<i>Comune zona/località</i>	<i>Ditta</i>	<i>Indirizzo Via/ piazza</i>	<i>punto vendita esclusivo</i>	<i>punto vendita NON esclusivo</i>	<i>generi di commercio</i>
ZONA 1	Guarin Antonio	Via Fondaco, 1	X		Edicola
	Cominotto (?)	B.go S. Agnese	X		Promiscuo
	Nerone Airlines	C.so Martiri della Libertà, n.85	X*		Promiscuo
	Casati Giancarlo	Via Mazzini, n. 7	X		Promiscuo
	Mariutti Barbara	Via Garibaldi	X		Promiscuo
	Turchetto Bruno	Via S. Nicolò, n. 20	X		Promiscuo
	Turchetto Vinicio	B.go S.Giovanni	X		Promiscuo
	Zamborlini Carlo	C.so Martiri della Libertà	X		Promiscuo
ZONA 2 A	Apollonio Alessandro	Via Diaz Interno alla Stazione FS	X		Promiscuo
	Bar Agip – Badanai Renzo	Viale Venezia		X	Promiscuo
	Pagin Aldo	Viale Matteotti n. 69	X		Promiscuo
	Santellani Liliana	Viale Pordenone, n. 35	X		Promiscuo
	Sarman Davide	Viale Isonzo	X		Promiscuo
ZONA 2B	Chilò Claudio	Via Veneto, n. 9	X		Promiscuo
	Fazion Gianni	Viale Trieste, n. 85	X		Promiscuo
	Supermercati Cadoro	Via Palazzine 92		X	Promiscuo
ZONA 3A	Comisso Nadia	Via Pratiguori – Centro Commerciale Adriatico	X		Promiscuo
ZONA 3B					

ZONA 4A	Ferraro Daniela	Via Fausta, n. 88	X		Promiscuo
ZONA 4B					
ZONA 4C					
ZONA 4D	Brichese S.a.s.	Via Montecassino, n. 5	X		Promiscuo
	F.lli Bravin	Via Fornace n. 48	X		Promiscuo
ZONA 4E					

(*) autorizzazione sospesa –

Prospetto della popolazione residente

PORTOGRUARO		
periodo	n° abitanti	saldo %
al 31.12.2002	24629	
al 31.12.2003	24681	0,21>
al 31.12.2004	25198	1,90>
al 31.12.2005	24992	0,66<
al 31.12.2006	25121	0,51>
al 31.12.2007	25198	0,31>

Applicando la media degli incrementi degli ultimi quattro anni pari allo 0,845 otteniamo che:

comune	popolazione al 31.12.2007	popolazione al 31.12.2011
PORTOGRUARO	25198	25410

Rapporto tra residenti/famiglie e punti vendita

comune	abitanti al 31.12.2007	famiglie al 31.12.2007	punti vendita esistenti al 31.12.2007	punti vendita disponibili al 31.12.2007	residenti per rivendita	famiglie per rivendita
ZONA 1 –	1750	583	8	0	219	73
ZONA 2A - 2B	16244	6956	8	3	1477	632
ZONA 3A - 3B	93	31	1	1	47	15
ZONA 4A - 4B – 4C - 4D – 4E	7111	2960	3	3	1185	493

Il venduto nell'ultimo biennio

Un altro dato fondamentale, in base a quanto previsto dal Decreto Legislativo n. 170/2001, riguarda il venduto di quotidiani e periodici nell'ultimo biennio precedente la programmazione del settore.

Nella tabella seguente viene riportato il dato relativo al venduto complessivo per l'anno 2006 e 2007, (copie vendute).

Tali dati provengono dall'unico distributore "Distributore Stampa Guerin S.r.l." che serve l'area:

Portogruaro		
<i>anno</i>	<i>quotidiani/periodici</i>	<i>%</i>
2006	1.547.248	
2007	1.666.541	> 7,71%

CAPO IV°

PREVISIONI DI PUNTI DI VENDITA

Ai sensi dell'art. 6, comma 1, lett. b), del D. Lgs. 24.04.2001, n. 170, il Piano di localizzazione dei "punti vendita esclusivi" e delle previsioni per il prossimo quadriennio, con la valutazione della densità della popolazione, del numero di famiglie, delle caratteristiche urbanistiche e sociali del Comune, dell'entità delle vendite, rispettivamente di quotidiani e periodici, negli ultimi due anni, delle condizioni di accesso, nonché dell'esistenza di altri punti vendita non esclusivi, anche in relazione alle effettive esigenze di servizio all'utenza, appare opportuno non prevedere un incremento di "punti vendita esclusivi e non esclusivi" rispetto all'esistente, così come riportato nella seguente tabella:

<i>comune</i>	abitanti al 31.12.2007	<i>P. vendita esclusivi al 31.12.2007 (comprese disponibilità da piano precedente)</i>	<i>P. vendita non esclusivi al 31.12.2007 (comprese disponibilità da piano precedente)</i>	<i>abitanti riferiti al 31.12.2011</i>	<i>punti vendita esclusivi p r e v i s t i (rispetto al piano precedente)</i>	<i>punti vendita non esclusivi p r e v i s t i (rispetto al piano precedente)</i>
ZONA 1 –	1750	8	0	1765	0	0
ZONA 2A - 2B	16244	9	2	16381	0	0
ZONA 3A – 3B	93	2	0	94	0	0
ZONA 4A – 4B - 4C – 4D – 4E	7111	6	0	7171	0	0

Tale complesso di obiettivi, espresso compiutamente dalla vigente legislazione ed in particolare, ben richiamato nel D. Lgs. n. 170/2001, viene assunto quale indirizzo cui viene finalizzato il Piano comunale di localizzazione.

COMUNE DI PORTOGRUARO

PIANO DI LOCALIZZAZIONE DEI PUNTI VENDITA DI QUOTIDIANI E PERIODICI

ai sensi del D. Lgs. 24 aprile 2001, n. 170
e della D.G.R. 16 maggio 2003, n. 1409

N O R M A T I V A

Art. 1 – Oggetto

Il Piano ha come oggetto la localizzazione dei punti vendita ESCLUSIVI di quotidiani e periodici, nonché la determinazione dei criteri per il rilascio delle autorizzazioni per i punti vendita NON ESCLUSIVI di quotidiani e periodici.

Art. 2 – Finalità del Piano

Il Piano è basato sulla rilevazione della consistenza dei punti vendita di quotidiani e periodici esistenti nel Comune, sulla densità della popolazione, sul numero delle famiglie, sulle caratteristiche urbanistiche, economiche e sociali del territorio comunale, nonché sulla presumibile capacità di domanda della popolazione stabilmente residente e fluttuante.

Inoltre, il Piano si propone di:

- a) favorire la diffusione dell'informazione a mezzo stampa;
- b) permettere un razionale insediamento dei punti vendita ESCLUSIVI su tutto il territorio comunale;
- c) assicurare il giusto temperamento tra il pubblico interesse alla massima diffusione dei punti vendita di quotidiani e periodici ed il privato interesse delle rivendite già esistenti al fine di evitare un'eccessiva concorrenza nel settore, con conseguente riduzione del singolo volume di vendita.

Art. 3 – Esclusioni

Sono escluse dalla presente programmazione, in quanto esenti dall'autorizzazione (art. 3 del D. Lgs. n. 170/01), le seguenti forme specifiche di diffusione di prodotti editoriali:

- a) vendita nelle sedi dei partiti, enti, chiese, comunità religiose, sindacati, associazioni, di pertinenti pubblicazioni specializzate;
- b) vendita ambulante di quotidiani di partito, sindacali e religiosi, che ricorrano all'opera di volontari a scopo di propaganda politica, sindacale o religiosa;
- c) vendita nelle sedi delle società editrici e delle loro redazioni distaccate, dei giornali da essa editi;
- d) vendita di pubblicazioni specializzate non distribuite nelle edicole;
- e) consegna porta a porta e per la vendita ambulante da parte degli editori, distributori ed edicolanti;

- f) vendita in alberghi, in pensioni quando essa costituisca un servizio ai clienti;
- g) vendita effettuata all'interno di strutture pubbliche o private rivolta unicamente al pubblico che ha accesso a tali strutture, qualora l'accesso non sia possibile a chiunque indistintamente ma è, con qualunque modalità, riservato, limitato o regolamentato, ossia consentito esclusivamente a cerchie determinate di soggetti. Sono espressamente esclusi i Centri commerciali e le grandi strutture di vendita e commerciali in genere, mentre sono comprese tutte le strutture nelle quali l'accesso è soggetto a forme di controllo.

Art. 4 – Punti vendita

Sul territorio del Comune i punti vendita si articolano in:

1. Punti vendita ESCLUSIVI: esercizi previsti nel Piano comunale, autorizzati alla vendita generale di quotidiani e periodici.

Questa categoria comprende anche i seguenti esercizi attivati in vigore della precedente disciplina:

- a) gli esercizi definiti “promiscui” ai sensi della previgente normativa in materia in cui la vendita di quotidiani e periodici era effettuata congiuntamente ad altri prodotti;
- b) gli esercizi autorizzati ai sensi della Legge 5 agosto 1981 n. 416, che hanno esteso la loro attività al settore non alimentare per gli effetti del Decreto Legislativo 31 marzo 1998 n. 114.

2. Punti vendita NON ESCLUSIVI: esercizi individuati dall'art. 2, comma 3, lettere dalla a) alla f) del D. Lgs. 170/01, che, in aggiunta ad altre merci, sono autorizzati alla vendita di soli quotidiani, oppure di soli periodici, nei seguenti esercizi:

- a) rivendite di generi di monopolio;
- b) rivendite di carburanti e di oli minerali con il limite minimo di superficie pari a mq. 1.500;
- c) bar, inclusi gli esercizi posti nelle aree di servizio delle autostrade e nell'interno delle stazioni ferroviarie, aeroportuali e marittime, ed esclusi altri punti di ristoro, ristoranti, rosticcerie e trattorie;
- d) strutture di vendita come definite dall'art. 4, comma 1, lettere e), f) e g), del D. Lgs. 114/98, con un limite minimo di superficie di vendita pari a mq. 700;
- e) esercizi adibiti prevalentemente alla vendita di libri e prodotti equiparati, con un limite minimo di superficie di vendita di mq. 120;
- f) esercizi a prevalente specializzazione di vendita, con esclusivo riferimento alla vendita delle riviste di identica specializzazione.

Sono considerati, altresì, punti vendita NON ESCLUSIVI gli esercizi che hanno effettuato la sperimentazione, ai sensi dell'art. 1, della legge 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 ai sensi dell'art. 2, comma 4, del D. Lgs. 170/01.

Art. 5 – Zonizzazione

Agli effetti della programmazione dei punti vendita ESCLUSIVI e NON ESCLUSIVI, il territorio del Comune viene suddiviso nelle seguenti zone:

ZONA 1	Centro Storico
ZONA 2	Zona intermedia tra centro storico e periferia – 2A - Stadio viale Venezia – 2B – Viale Isonzo – Via Matteotti .- via Trieste – via Pordenone
ZONA 3	Zona periferica – 3A - Pratiguori – 3B – P.I.P. Noiari –Interporto

ZONA 4	Zona periferica <ul style="list-style-type: none"> – 4A - Lugugnana – 4B – Giussago – 4C - Portovecchio – 4D - Summaga – Pradipozzo – 4E – Lison – Mazzolada
---------------	---

La delimitazione di tali zone è evidenziata nella tavola grafica che fa parte integrante del Piano.

Art. 6 – Autorizzazione amministrativa

Ai sensi dell'art. 2, comma 2, del D. Lgs. 170/01, l'attività di vendita della stampa quotidiana e periodica è soggetta al rilascio dell'autorizzazione comunale, rilasciata a persone fisiche o a società regolarmente costituite secondo le norme vigenti, nel rispetto, per i punti vendita ESCLUSIVI, del presente Piano di localizzazione e, per i punti vendita NON ESCLUSIVI, dei presenti criteri di insediamento. Si precisa che nelle ipotesi in argomento, non si fa ricorso all'istituto della "dichiarazione di inizio attività", salvo trovare applicazione nel caso in cui il punto vendita estenda la propria attività al settore merceologico alimentare e/o non alimentare.

Art. 7 – Modalità di rilascio dell'autorizzazione

La domanda per il rilascio dell'autorizzazione di un punto di vendita di quotidiani e periodici, per l'apertura, il trasferimento di sede, le modifiche della superficie di vendita deve essere redatta su carta resa legale, in conformità alla legge sull'imposta di bollo.

Se trattasi di punto vendita NON ESCLUSIVO, l'interessato deve inoltre dichiarare:

- di essere titolare di una delle attività indicate dalle lettere da a), a f), dell'art. 2, comma 3, del D. Lgs. 170/01, con l'indicazione degli estremi dell'autorizzazione di cui sia in possesso o della dichiarazione di inizio attività fatta al Comune;
- la tipologia di prodotto prescelto (solo quotidiani o solo periodici).

E' condizione per il rilascio dell'autorizzazione il possesso dei requisiti di cui all'art. 5, comma 2, del D. Lgs. 114/98.

In caso di domande concorrenti relativamente alla medesima zona comunale si dovrà seguire il seguente criterio di priorità:

- a) casi di trasferimento;
- b) la disponibilità dei locali documentata con regolare atto di proprietà o contratto di locazione;
- c) ordine cronologico di presentazione.

Si considerano domande concorrenti le istanze pervenute al protocollo generale del Comune nel medesimo giorno.

L'autorizzazione è rilasciata in conformità alle norme del presente piano, salva la presenza dei necessari requisiti commerciali, urbanistici ed igienico-sanitari, previsti dalla normativa vigente in materia.

La conclusione del procedimento per il rilascio delle autorizzazioni dovrà avvenire entro il termine di 90 (novanta) giorni, dalla data di presentazione al protocollo del Comune, sempre che la stessa sia completa di tutti i suoi elementi e corredata dalla necessaria documentazione.

Sia per i punti vendita esclusivi come per i punti vendita non esclusivi, non potrà formarsi l'istituto del silenzio-assenso in mancanza di parametri numerici disponibili.

Art. 8 – Distributori automatici

Le rivendite di quotidiani e periodici a mezzo di distributori automatici non sono soggette ad autonoma autorizzazione di cui all'art. 6, se collocati all'interno o ad una distanza massima pari a metri due dal punto di vendita, purché gestite dal titolare della rivendita stessa, fatta salva l'applicazione dell'art. 17 del D. Lgs. n. 114/98.

Art. 9 – Trasferimento di sede

Il trasferimento di sede di un punto vendita ESCLUSIVO nell'ambito della stessa zona in cui è stato suddiviso il comunale è soggetto ad autorizzazione amministrativa da parte dell'Ufficio competente.

Il Trasferimento in altre zone è ammesso solo se nella zona indicata come sede di trasferimento vi sia la disponibilità di nuove aperture.

Il punto vendita esclusivo può essere trasferito da una zona ad un'altra solo se a seguito di un'approfondita istruttoria, si manifesti un reale disservizio nella zona di destinazione. Questo comporterà la modifica dei parametri delle disponibilità con riduzione della disponibilità della zona di provenienza, e conseguente aumento della disponibilità nella zona oggetto del trasferimento.

Art. 10 – Sospensione temporanea dell'attività

In caso di chiusura temporanea delle rivendite di quotidiani e periodici o di impedimento dei titolari delle medesime, questi devono affidare a titolari di altri esercizi commerciali del medesimo bacino di utenza, con priorità agli esercizi affini, la vendita di quotidiani e periodici.

Il termine massimo della sospensione dell'attività è fissato in 12 (dodici) mesi.

Art. 11 – Subingresso o cessazione

Il subingresso nella gestione o nella proprietà dell'azienda per atto tra vivi e/o la cessazione della stessa devono essere comunicati all'Ufficio competente, ai sensi dell'art. 7 della D.G.R. 1409/03 e successive modifiche e integrazioni e dell'art. 26, comma 5, del D. Lgs. 114/98, in virtù del rinvio contenuto all'art. 9 del D. Lgs. 170/01, così come precisato dalla Regione Veneto con nota prot. n. 481236/4903 del 04.07.2005. La predetta comunicazione dovrà essere redatta sugli appositi moduli comunali e presentata all'Ufficio competente, entro SEI MESI dalla data di acquisto dell'azienda. L'inizio dell'attività dovrà avvenire successivamente alla presentazione della predetta comunicazione e comunque entro UN ANNO dalla data di acquisto dell'azienda.

Il subingresso nella gestione o proprietà dell'azienda "mortis causa" è comunicato all'Ufficio competente, utilizzando l'apposita modulistica, entro SEI MESI dall'apertura della successione. L'inizio dell'attività dovrà avvenire successivamente alla presentazione della predetta comunicazione e comunque entro UN ANNO dalla data di apertura della successione.

Alla dichiarazione di subingresso deve essere allegata copia dell'atto notarile attestante il trasferimento effettivo dell'azienda o la preventiva dichiarazione rilasciata dal notaio.

Per quanto concerne i punti vendita NON ESCLUSIVI, non sono consentiti la cessione o l'affidamento in gestione della sola attività di vendita della stampa, essendo tale attività legata all'attività primaria esercitata.

Art. 12 - Deroghe

Per quanto riguarda la vendita della stampa presso i distributori di carburanti, si applica il regime derogatorio introdotto dall'art. 23 della D.C.R. 18.02.1998 n. 3 e riconfermato dall'art. 16 dell'allegato alla D.G.R. n. 1562 del 26.05.2004 e dalla D.G.R. 497 del 18.02.2005.

Art. 13 – Orari

Ai punti vendita ESCLUSIVI senza estensione ad altre tipologie merceologiche ed ai punti vendita NON ESCLUSIVI posti all'interno di librerie con superficie di vendita minima di mq. 120, si applicano le disposizioni di cui all'art. 13, comma 1, del D. Lgs. 114/98. Le predette disposizioni si applicano anche ai punti vendita esclusivi ubicati all'interno delle Stazioni Ferroviarie, delle Strutture Ospedaliere, nonché di strutture similari .

Ai punti vendita ESCLUSIVI con estensione ad altre tipologie merceologiche ed ai punti vendita NON ESCLUSIVI si applica l'orario previsto per l'attività economicamente prevalente.

Per i punti vendita ESCLUSIVI e NON ESCLUSIVI ubicati all'interno dei centri commerciali si applica l'orario di apertura previsto per il centro commerciale nel suo complesso, così come disposto dall'art. 9 della L.R. 15/04 e successive circolari esplicative emanate dalla Regione Veneto.

Il Sindaco, nell'ambito delle competenze residuali ex art. 50 del D. Lgs. 267/2000, può determinare l'orario minimo di vendita per i punti vendita ESCLUSIVI e NON ESCLUSIVI, sentite le associazioni degli editori e distributori e le organizzazioni sindacali dei rivenditori e consumatori più rappresentative a livello provinciale.

Art. 14 – Parità di trattamento e modalità di vendita

La vendita della stampa quotidiana e periodica, sia per i punti vendita ESCLUSIVI e NON ESCLUSIVI, è effettuata nel rispetto delle seguenti modalità:

- a) ogni punto vendita deve prevedere un adeguato spazio espositivo per le testate poste in vendita assicurando parità di trattamento;
- b) il prezzo dei prodotti non può subire variazioni in relazione alla tipologia di punto vendita (esclusivo o non esclusivo);
- c) 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;
- d) è vietata l'esposizione al pubblico di giornali, riviste e materiale pornografico, indipendentemente dal contenuto, osceno o meno, della copertina.

Le condizioni e le modalità su elencate si applica anche alla stampa estera posta in vendita in Italia.

Art. 15 – Limiti massimi del numero di punti vendita ESCLUSIVI

Alla data di approvazione del presente piano sussistono i seguenti punti vendita ESCLUSIVI:

<i>zona</i>	<i>denominazione</i>	<i>N° rivendite autorizzate al 31.12.2007</i>	<i>N° rivendite disponibili al 31.12.2007</i>
ZONA 1 –	Centro Storico	8	
ZONA 2A -	Stadio – Viale Venezia	5	
ZONA 2B -	Viale Isonzo – Via Matteotti .- via Trieste – via Pordenone	3	2

ZONA 3A –	Pratiguori	1	1
ZONA 3B -	P.I.P. Noiari - Interporto		1
ZONA 4A	Lugugnana	1	
ZONA 4B	Giussago		1
ZONA 4C	Portovecchio		1
ZONA 4D	Summaga - Pradipozzo	2	
ZONA 4E	Lison - Mazzolada		1

Per il periodo di vigenza del presente piano non si prevede l'istituzione di alcun nuovo punto vendita esclusivo, oltre alle disponibilità evidenziate nella soprariportata tabella.

Art. 16 – Durata del piano

Il periodo di validità del piano è quadriennale con decorrenza dalla data di esecutività del provvedimento di approvazione da parte del Consiglio Comunale ed esplicherà comunque, la sua efficacia fino alla sua revisione.

Qualora le previsioni del piano non si ritengano più attuali, lo stesso può essere oggetto di revisione globale o parziale prima della scadenza del quadriennio.

Art. 17 – Aggiornamento della dinamica di piano

Le variazioni che intervengono nella rete di vendita vanno registrate dall'Ufficio competente, nei singoli atti che concorrono a determinarle. Le disponibilità per nuove autorizzazioni sia per punti vendita esclusivi che non esclusivi vanno tenute aggiornate:

- aumentandole nei casi di: cessazione di attività, decadenza o revoca di autorizzazione;
- diminuendo le disponibilità nei casi di: autorizzazione di nuova apertura.

Art. 18 – Sanzioni

In caso di violazione alle disposizioni del presente Piano e della normativa in materia, si applicano le sanzioni previste dall'art. 22 del D. Lgs. 114/98 in quanto compatibili e dall'art. 7/bis del D. Lgs. n. 267/2000.

Art. 19 – Norme finali

Per quanto non previsto nella presente normativa si applica il D. Lgs. n. 114/98 e le altre norme vigenti in materia.

L'entrata in vigore di nuove normative comunitarie, di leggi statali o regionali modificatrici di norme vigenti comporta l'adeguamento automatico delle disposizioni del presente regolamento.

Art. 20 – Abrogazione norme

Le norme regolamentari comunali in contrasto con il presente regolamento sono abrogate.

Art. 21 – Entrata in vigore

Il presente regolamento entra in vigore a partire dal quindicesimo giorno successivo a quello della pubblicazione all'albo Pretorio, in base al combinato disposto degli articoli 124 del D. Lgs. n. 267/2000 e 10 - disposizioni preliminari al Codice Civile.

CRITERI PER L'INSEDIAMENTO DI PUNTI VENDITA NON ESCLUSIVI
--

Art. 1 – Obiettivi generali dei criteri

A completamento delle disposizioni di cui al D. Lgs. n.170/01, sono individuati i seguenti obiettivi, quale parte integrante e di interpretazione dei criteri:

- a) assicurare la migliore funzionalità del servizio di distribuzione della stampa quotidiana e periodica, offrendo al consumatore oggettive possibilità di scelta in relazione alla comodità del servizio;
- b) incrementare la produttività media delle imprese operanti nel sistema di diffusione dei prodotti editoriali, cercando nel contempo a non colpire le aziende già esistenti ed operanti nel territorio comunale;
- c) promuovere, attraverso l'abbinamento delle vendite di quotidiani e periodici l'esercizio di altre attività di tipo commerciale, processi di integrazione dei servizi, a vantaggio della maggiore usufruibilità degli stessi da parte dei consumatori.

Le previsioni di cui ai presenti Criteri sono coordinate con il Piano di localizzazione dei punti vendita esclusivi, agli effetti della programmazione integrata dell'intero sistema di diffusione della stampa quotidiana e periodica.

I punti vendita non esclusivi, devono essere fisicamente e funzionalmente collegati ad una delle attività di tipo commerciale, previste dall'art. 2, comma 3, del D. Lgs. 24 aprile 2001 n. 170, quali:

- a) rivendite di generi di monopolio;
- b) rivendite di carburanti e di oli minerali con il limite minimo di superficie pari a mq. 1500;
- c) 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) strutture di vendita come definite dall'art. 4, comma 1, lettere e), f) e g), del D. Lgs. 114/98, con un limite minimo di superficie di vendita pari a mq. 700;
- e) edifici adibiti prevalentemente alla vendita di libri e prodotti equiparati, con un limite minimo di superficie di mq. 120;
- f) esercizi a prevalente specializzazione di vendita, con esclusivo riferimento alla vendita di riviste di identica specializzazione.

Alla data di approvazione del presente piano sussistono i seguenti punti vendita NON ESCLUSIVI:

<i>zona</i>	<i>denominazione</i>	<i>N° rivendite autorizzate al 31.12.2007</i>
ZONA 1	Centro Storico	0
ZONA 2A	Stadio – Viale Venezia	1
ZONA 2B	Viale Isonzo – Via Matteotti .- via Trieste – via Pordenone	1
ZONA 3A	Pratiguori	0
ZONA 3B	P.I.P. Noiari - Interporto	0
ZONA 4A	Lugugnana	0
ZONA 4B	Giussago	0

ZONA 4C	Portovecchio	0
ZONA 4D	Summaga - Pradipozzo	0
ZONA 4E	Lison - Mazzolada	0

Art. 2 – Autorizzazioni per punti vendita non esclusivi

Ai sensi dell'art. 1, comma 2, del D.Lgs. 24.04.2001, n. 170 e dell'art. 2 della D.G.R. 16.05.2003, n. 1409, come modificata dalla D.G.R. 1806 del 13.6.2003, l'autorizzazione per i nuovi punti vendita non esclusivi viene rilasciata per soli quotidiani o soli periodici.

Le autorizzazioni per l'esercizio dell'attività di vendita non esclusiva di quotidiani o periodici sono rilasciate ai soggetti di cui all'art. 2, comma 3, del D. Lgs. n. 170/2001.

Nel caso in cui pervengano più domande di punti vendita non esclusivi nel medesimo giorno, per la medesima zona, le stesse vanno valutate in base ai seguenti criteri di priorità:

- 1) casi di trasferimento;
- 2) la disponibilità dei locali documentata con regolare atto di proprietà o contratto di locazione;
- 3) ordine cronologico di presentazione.

Per il periodo di vigenza del presente Piano e dei Criteri non è prevista l'apertura di punti vendita non esclusivi

Art. 3 – Trasferimento

Il trasferimento di sede dell'azienda avente ad oggetto una rivendita non esclusiva è soggetto a dichiarazione o ad autorizzazione a seconda della natura dell'esercizio connesso. La vendita della stampa nei punti vendita non esclusivi è legata all'attività primaria di vendita esercitata e non può essere fisicamente disgiunta dall'attività di vendita principale. Non è pertanto consentito il trasferimento di sede, la cessione o l'affidamento in gestione della sola attività di vendita della stampa.

Art. 4 – Decadenza dell'autorizzazione

L'autorizzazione alla vendita di quotidiani e periodici decade qualora il titolare:

- a) non dia inizio all'attività di vendita entro 6 mesi dalla data di rilascio dell'autorizzazione;
- b) sospenda l'attività per un periodo superiore ad un anno.

La proroga dei termini di cui al precedente comma possono essere concessi per altri sei mesi, per motivi di comprovata necessità.

Art. 5 – Disposizioni finali

Per quanto non previsto nei presenti Criteri si fa riferimento al presente Piano di localizzazione, al D. Lgs. 170/01, al D. Lgs. 114/98 e agli indirizzi regionali in materia.

I presenti Criteri costituiscono appendice al Piano di localizzazione dei punti vendita esclusivi

Norme citate e 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"

pubblicato nella *Gazzetta Ufficiale* n. 110 del 14 maggio 2001

IL PRESIDENTE DELLA REPUBBLICA

Visti gli articoli 21, 76 e 87 della Costituzione;

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

Vista la legge 5 agosto 1981, n. 416, e successive modificazioni;

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

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

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

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

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

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

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

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

Visto il parere delle competenti Commissioni parlamentari;

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

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

E m a n a
il seguente decreto legislativo:

Art. 1.

Ambito di applicazione e definizioni

1. Il presente decreto detta principi per la disciplina, da parte delle regioni, delle modalita' 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. L'attivita' di cui al comma 1 e' 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 e' rilasciata nel rispetto dei piani comunali di localizzazione di cui all'articolo 6.

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

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

4. Per gli esercizi che hanno effettuato la sperimentazione ai sensi dell'articolo 1 della legge 13 aprile 1999, n. 108, l'autorizzazione di cui al comma 2 e' 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 densita' della popolazione, delle caratteristiche urbanistiche e sociali delle zone, dell'entita' delle vendite di quotidiani e periodici negli ultimi due anni, delle condizioni di accesso, nonche' dell'esistenza di altri punti vendita non esclusivi.

Art. 3.

Esenzione dall'autorizzazione

1. Non e' necessaria alcuna autorizzazione:

- a) per la vendita nelle sedi dei partiti, enti, chiese, comunita' religiose, sindacati associazioni, di pertinenti pubblicazioni specializzate;
- b) per la vendita ambulante di quotidiani di partito, sindacali e religiosi, che ricorrano all'opera di volontari a scopo di propaganda politica, sindacale o religiosa;
- c) per la vendita nelle sedi delle societa' editrici e delle loro redazioni distaccate, dei giornali da esse editi;
- d) per la vendita di pubblicazioni specializzate non distribuite nelle edicole;

- e) per la consegna porta a porta e per la vendita ambulante da parte degli editori, distributori ed edicolanti;
- f) per la vendita in alberghi e pensioni quando essa costituisce un servizio ai clienti;
- g) per la vendita effettuata all'interno di strutture pubbliche o private rivolta unicamente al pubblico che ha accesso a tali strutture.

Art. 4.
Parita' di trattamento

1. Nella vendita di quotidiani e periodici i punti vendita esclusivi assicurano parita' di trattamento alle diverse testate.
2. I punti vendita non esclusivi assicurano parita' di trattamento nell'ambito della tipologia di quotidiani e periodici dagli stessi prescelta per la vendita.

Art. 5.
Modalita' di vendita

1. La vendita della stampa quotidiana e periodica e' effettuata nel rispetto delle seguenti modalita':
 - a) il prezzo di vendita della stampa quotidiana e periodica stabilito dal produttore non puo' subire variazioni in relazione ai punti di vendita, esclusivi e non esclusivi, che effettuano la rivendita;
 - b) le condizioni economiche e le modalita' 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) e' 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 piu' rappresentative a livello nazionale degli editori e dei distributori nonche' delle organizzazioni sindacali maggiormente rappresentative a livello nazionale dei rivenditori;
 - b) valutazione della densita' di popolazione, del numero di famiglie, delle caratteristiche urbanistiche e sociali di ogni zona o quartiere, dell'entita' delle vendite, rispettivamente, di quotidiani e periodici, negli ultimi due anni, delle condizioni di accesso, con particolare riferimento alle zone insulari, rurali o montane, nonche' dell'esistenza di altri punti di vendita non esclusivi.
2. I comuni sono tenuti ad adottare i piani di localizzazione dei punti esclusivi di vendita entro un anno dall'entrata in vigore del presente decreto legislativo. Gli stessi comuni sono tenuti alla riformulazione di detti piani a seguito dell'emanazione, da parte delle regioni, degli indirizzi di cui al comma 1.
3. In assenza del piano, di cui al comma 1, qualora nel territorio del comune o di una frazione di comune non esistano punti di vendita, l'autorizzazione alla vendita puo' essere rilasciata anche ad esercizi diversi da quelli menzionati nel presente decreto.

Art. 7.
Stampa estera

1. 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, e' 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

1. Per quanto non previsto dal presente decreto si applica il decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 114.
2. Sono abrogati l'articolo 14 della legge 5 agosto 1981, n. 416, e l'articolo 7 della legge 25 febbraio 1987, n. 67.

**Delibera di Giunta Regionale del Veneto
n. 1409 del 16 maggio 2003**

Oggetto: *Sistema di vendita dei quotidiani e periodici. Criteri per l'applicazione del Decreto legislativo 24 aprile 2001, n. 170 recante norme in materia di riordino del sistema di diffusione della stampa quotidiana e periodica.*

L'Assessore alle Politiche per l'Agricoltura, Commercio e Artigianato, arch. Giancarlo Conta, riferisce quanto segue:

Con la legge 13 aprile 1999 n. 108 il legislatore statale, introducendo la lettera d-bis) all'art. 14 della legge n. 416/1981, ha dato l'avvio ad una fase di sperimentazione di nuove forme di vendita della stampa. La vendita poteva essere limitata ai soli quotidiani o ai soli periodici e doveva essere preceduta da una comunicazione al comune territorialmente competente contenente l'indicazione della tipologia di vendita che si intendeva sperimentare, prescelta tra quelle di cui al numero 4) della predetta lettera d-bis), vale a dire tra la vendita di soli quotidiani o soli periodici ovvero quotidiani e periodici. La durata della sperimentazione è stata di soli diciotto mesi.

Terminata la sperimentazione, il Governo, in attuazione della delega contenuta nell'art. 3 della legge n. 108/99, ha approvato il decreto legislativo 24 aprile 2001, n. 170 in materia di "Riordino del sistema di diffusione della stampa quotidiana e periodica" che attualmente disciplina il settore delle vendite dei quotidiani e dei periodici. In base all'art. 1 di tale decreto, le regioni sono tenute ad emanare la "disciplina delle modalità e condizioni di vendita della stampa quotidiana e periodica", ivi inclusi "gli indirizzi per la predisposizione da parte dei comuni dei piani di localizzazione dei punti vendita esclusivi", (art.6, comma 1).

Il nuovo sistema di vendita delineato dall'articolo 1, comma 2, del decreto 170/01 si articola su tutto il territorio nazionale in:

- punti vendita esclusivi;*
- punti vendita non esclusivi.*

In particolare, il legislatore ha operato una netta distinzione tra le due tipologie di esercizi, identificando, nei primi, i punti vendita autorizzati alla vendita generale di quotidiani e periodici e, nei secondi, gli esercizi, esplicitamente elencati nel decreto che, in aggiunta ad altre merci, sono altresì autorizzati alla vendita di quotidiani "ovvero" di periodici.

In seguito alla riforma del Titolo V° della Costituzione la materia della diffusione della stampa quotidiana e periodica risulta comunque attenere sia alla competenza legislativa regionale di carattere esclusivo, per quanto concerne l'aspetto relativo all'attività commerciale, sia a quella di carattere concorrente, per ciò che riguarda il profilo della comunicazione.

Mod. B - copia

Nonostante la intervenuta modifica costituzionale, con la circolare esplicativa n. 3538/c del 28/12/2001, il Ministero alle Attività Produttive, in palese contrasto con il dettato dell'articolo 1, comma 2, lettera b) del decreto n. 170/01, definiva i punti vendita non esclusivi come esercizi "legittimati a vendere o ambedue le tipologie di prodotto editoriale o solo una delle due tipologie di prodotto, ossia o i quotidiani o i periodici".

Per quanto sopra, in sede di Coordinamento tecnico interregionale in materia di editoria, è stato concordato da tutte le regioni, ivi incluse quelle a statuto speciale, di disattendere i punti della citata circolare ministeriale che appaiono in palese contrasto con il dettato legislativo e di impartire a tutte le amministrazioni comunali disposizioni in merito. A tal fine, la Direzione Commercio ha provveduto a trasmettere a tutti i comuni del Veneto la comunicazione 1 marzo 2002, prot. n. 1744/49030203 e la successiva 29 marzo 2002, prot. n. 2633/49030204.

La Conferenza dei Presidenti delle Regioni e delle Province Autonome, conformemente alla posizione assunta dal Coordinamento tecnico interregionale, con nota del 20 febbraio 2002, indirizzata al Ministro alle Attività Produttive e al Ministro per gli Affari Regionali, sottolineava che "la citata circolare costituiva un documento invasivo delle prerogative regionali in quanto, alla luce del nuovo assetto costituzionale, la disciplina del settore risultava materia di competenza legislativa esclusiva regionale poiché ricompresa tra le attività commerciali".

In attesa dell'emanazione di una nuova normativa regionale che andrà a ridisciplinare l'intera materia della vendita della stampa quotidiana e periodica, si rende necessario fornire ai comuni i criteri per l'applicazione del d.lgs.170/01 al fine di garantirne una omogenea attuazione su tutto il territorio regionale in conformità anche alla recente giurisprudenza del TAR Piemonte, secondo cui "l'impiego della disgiunzione ovvero operata dal legislatore non può restare senza riscontro in sede interpretativa.....l'atto ministeriale non èin grado di imporre all'amministrazione locale ed al giudice una lettura della norma, che contrasta con quanto si deve dedurre leggendola".

Il contenuto dei criteri allegati, che costituiscono parte integrante e sostanziale del presente provvedimento, è frutto di vari incontri con l' ANCI e le associazioni maggiormente rappresentative a livello nazionale e regionale degli editori, dei distributori e dei rivenditori nonché delle osservazioni formulate dai rappresentanti dei comuni capoluogo di provincia.

L'Assessore, arch. Giancarlo Conta, conclude la propria relazione proponendo all'approvazione della Giunta il seguente provvedimento:

LA GIUNTA REGIONALE

Udito il relatore Assessore alle Politiche per l'Agricoltura, Commercio e Artigianato, arch. Giancarlo Conta, incaricato dell'istruzione dell'argomento in questione ai sensi dell'art. 33, 11° comma dello Statuto, il quale da atto che la struttura competente ha attestato l'avvenuta regolare istruttoria della pratica, anche in ordine alla compatibilità con la vigente legislazione regionale;

Vista la legge costituzionale 18 ottobre 2001, n. 3, recante "modifiche al titolo V della parte seconda della Costituzione";

Visto, in particolare, l'art. 3 della predetta legge costituzionale, che, tra l'altro, al comma 4 dispone che "spetta alle Regioni la potestà legislativa in riferimento ad ogni materia non espressamente riservata alla legislazione dello Stato";

Vista la legge 13 aprile 1999, n. 108, relative a "Norme in materia di punti vendita per la stampa quotidiana e periodica";

Visto il decreto legislativo 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";

Considerato che in attesa dell'emanazione di una nuova normativa regionale che andrà a ridisciplinare l'intera materia della vendita della stampa quotidiana e periodica, è necessario fornire ai comuni i criteri per l'applicazione del d.lgs. 170/01 al fine di garantirne una omogenea attuazione su tutto il territorio regionale, anche a tutela della trasparenza e chiarezza operativa dell'attività amministrativa;

Sentite l'ANCI e le associazioni maggiormente rappresentative a livello nazionale e regionale degli editori, dei distributori e dei rivenditori nonché i rappresentanti dei comuni capoluogo di provincia.

DELIBERA

di approvare, per quanto indicato in premessa, i criteri per l'applicazione del decreto legislativo 24 aprile 2001, n. 170 recante norme in materia di riordino del sistema di diffusione della stampa quotidiana e periodica, allegato A al presente provvedimento di cui costituisce parte integrante e sostanziale, di pubblicare il presente provvedimento sul Bollettino Ufficiale della Regione.

Sottoposto a votazione, il provvedimento viene approvato con voti unanimi e palesi.

IL SEGRETARIO
Dott. Antonio Menetto

IL PRESIDENTE
On. Dott. Giancarlo Galan

SISTEMA DI VENDITA DEI QUOTIDIANI E PERIODICI. CRITERI PER L'APPLICAZIONE DEL DECRETO LEGISLATIVO 24 APRILE 2001, N. 170 RECANTE NORME IN MATERIA DI RIORDINO DEL SISTEMA DI DIFFUSIONE DELLA STAMPA QUOTIDIANA E PERIODICA.

SOMMARIO

TITOLO I Finalità

Art.1 Oggetto del provvedimento.

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

TITOLO II Regime giuridico delle autorizzazioni.

Art.3 Rilascio delle autorizzazioni all'apertura di un punto vendita.

Art.4 Natura giuridica dell'attività di vendita dei giornali nei punti vendita non esclusivi.

Art.5 Casi di esenzione dall'autorizzazione. Art.6 Speciali autorizzazioni alla vendita. Art.7 Cessazione dell'attività, trasferimento della gestione o della proprietà

per atto tra vivi o per causa di morte nei punti vendita esclusivi. Art.8 Trasferimento di sede.

Art.9 Disposizioni generali. Art.10 Orari di vendita.

Art.11 Parità di trattamento e modalità di vendita. Art.12 Sanzioni.

TITOLO III Programmazione dei punti vendita

Art.13 Criteri per l'adozione dei piani di localizzazione.

Art.14 Criteri per il rilascio delle autorizzazioni per i punti vendita non esclusivi.

Art.15 Durata temporale del piano di localizzazione.

Art.16 Validità dei piani di localizzazione adottati.

Art.17 Termine entro il quale devono essere adottati i piani di localizzazione.

Art.18 Assenza del piano di localizzazione.

Titolo I - Finalità

Art.1 - Oggetto del provvedimento.

1. In attesa dell'emanazione della nuova normativa regionale che, in attuazione del Titolo V° della Costituzione, andrà a ridisciplinare l'intera materia della vendita della stampa quotidiana e periodica, con il presente provvedimento la Regione detta i criteri per l'attuazione del decreto legislativo 24 aprile 2001 (d'ora in poi chiamato decreto legislativo) recante norme in materia di "Riordino del sistema di diffusione della stampa quotidiana e periodica, a norma dell'art. 3 della legge 13 aprile 1999, n. 108", al fine di garantirne, nell'attuale fase transitoria, una omogenea applicazione sul territorio regionale.

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

1. La vendita della stampa quotidiana e periodica si articola su tutto il territorio regionale in punti vendita esclusivi e punti vendita non esclusivi.
2. In base al citato decreto legislativo s'intendono per:
 - a) **punti vendita esclusivi** gli esercizi che, previsti nel piano comunale di localizzazione, sono tenuti alla vendita generale di quotidiani e periodici. Rientrano nella definizione anche gli esercizi che nella precedente disciplina erano denominati *promiscui*, essendo caratterizzati dalla vendita di quotidiani e periodici congiuntamente ad altre merci nonché gli esercizi che, attivati in vigore della legge 5 agosto 1981, n. 416, abbiano esteso la loro attività al settore merceologico non alimentare grazie alla facoltà concessa dal decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 114;
 - b) **punti vendita non esclusivi** gli esercizi individuati dall'articolo 2, comma 3, lettere dalla a) alla f) del decreto legislativo che, in aggiunta ad altre merci, *sono autorizzati alla vendita dei soli quotidiani, oppure dei soli periodici*.
Sono considerati, altresì, punti vendita non esclusivi *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* ed ai quali, su loro richiesta, è stata rilasciata di diritto l'autorizzazione ai sensi dell'art. 2, comma 4, del decreto legislativo.

Titolo II - Regime giuridico delle autorizzazioni

Art.3 - Rilascio delle autorizzazioni all'apertura di un punto di vendita.

1. L'attività di vendita della stampa, esclusiva e non esclusiva, anche a carattere stagionale, è soggetta ad autorizzazione del comune territorialmente competente, rilasciata a persone fisiche o a società regolarmente costituite secondo le norme vigenti.
2. E' condizione per il rilascio dell'autorizzazione il possesso dei requisiti di cui all'articolo 5, comma 2, del d.lgs. 114/98.
3. Per i punti vendita esclusivi l'autorizzazione è rilasciata nel rispetto dei piani di localizzazione di cui all'articolo 6 del decreto legislativo.
4. Per i punti vendita non esclusivi l'autorizzazione è rilasciata:
 - a) previa valutazione da parte del comune 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, ai sensi dell'articolo 2, comma 6, del decreto legislativo;
 - b) successivamente alla presentazione al comune territorialmente competente di una dichiarazione di ottemperanza alle disposizioni di cui all'articolo I, comma 1, lettera d-bis, numeri 4), 5), 6) e 7) della legge 13 aprile 1999, n. 108.
5. L'autorizzazione all'esercizio di un punto vendita non esclusivo abilita alla vendita di soli quotidiani o di soli periodici, non di entrambe le tipologie di prodotto.
6. I punti vendita esclusivi possono ampliare la gamma merceologica di vendita estendendola al settore non alimentare o/e alimentare, salva la presenza dei necessari requisiti commerciali, urbanistici ed igienico - sanitari previsti dalla normativa vigente in materia. La vendita di pastigliacci è da considerarsi inclusa nel settore non alimentare.
7. Per i chioschi ubicati su area pubblica, il comune definisce nel piano di localizzazione dei punti vendita esclusivi e nei relativi atti di concessione le tipologie merceologiche di cui è possibile la vendita.
8. Per i soggetti che hanno effettuato la sperimentazione ai sensi dell'articolo I della legge 108/99 e che ancora non hanno richiesto l'autorizzazione viene fissato, a pena di decadenza, il termine perentorio di 30 giorni, dalla pubblicazione sul BUR del presente provvedimento, per richiedere la predetta autorizzazione. **L'autorizzazione è valida esclusivamente :**
 - a) **se l'esercizio ha effettivamente partecipato alla sperimentazione ponendo in vendita i prodotti editoriali;**
 - b) se è stata rilasciata per le tipologie editoriali effettivamente vendute.

Art.4 - Natura giuridica dell'attività di vendita dei giornali nei punti vendita non esclusivi.

1. Un punto vendita non esclusivo può essere attivato solo presso gli esercizi che svolgono le attività espressamente elencate all'articolo 2, comma 3, del decreto legislativo.

2. La vendita della stampa nei punti vendita non esclusivi è legata all'attività primaria di vendita esercitata e non può essere fisicamente disgiunta dall'attività di vendita principale. Non è pertanto consentito il trasferimento di sede, la cessione o l'affidamento in gestione della sola attività di vendita della stampa.

Art.5 - Casi di esenzione dall'autorizzazione.

1. Nei casi indicati dall'articolo 3, comma I, lettere dalla a) alla g) del decreto legislativo non è necessaria alcuna autorizzazione. In particolare, nella fattispecie di cui alla lettera g), la vendita di quotidiani e periodici è consentita in tutte le strutture pubbliche o private nelle quali l'accesso non è possibile a chiunque indistintamente, ma è, con qualunque modalità, riservato, limitato o regolamentato, ossia consentito esclusivamente a cerchie determinate di soggetti. Non rientrano nel caso in parola i centri commerciali, mentre sono comprese tutte le strutture nelle quali l'accesso è soggetto a forme di controllo.

Art.6 - Speciali autorizzazioni alla vendita.

1. In caso di assenza del piano di localizzazione di cui all'art. 6, comma I, del decreto legislativo, qualora nel territorio del comune, o di una frazione di esso, non esistano punti vendita, l'autorizzazione può essere rilasciata anche ad esercizi non rientranti nelle tipologie di cui all'articolo 2, comma 3, del decreto legislativo. In presenza di tale fattispecie, l'autorizzazione è rilasciata in modo da garantire la vendita sul territorio comunale sia di quotidiani che di periodici.

Art.7 - Cessazione dell'attività, trasferimento della gestione o della proprietà per atto tra vivi o per causa di morte nei punti vendita esclusivi.

1. Nei punti vendita esclusivi il trasferimento della gestione o della proprietà per atto tra vivi nonché la cessazione dell'attività sono soggetti a comunicazione al comune territorialmente competente ai sensi del d.lgs.l 14/98.
2. Il trasferimento della gestione o della proprietà mortis causa è comunicato al comune territorialmente competente entro i sei mesi successivi all'apertura della successione.

Art.8 - Trasferimento di sede

1. Il trasferimento di sede dell'azienda avente ad oggetto una rivendita esclusiva è soggetto ad apposita autorizzazione da parte del comune che ne valuta la compatibilità rispetto al piano di localizzazione.
2. Il trasferimento di sede dell'azienda avente ad oggetto una rivendita non esclusiva è soggetto a comunicazione o ad autorizzazione a seconda della natura dell'esercizio connesso, salvo sempre quanto indicato al comma 2 dell'art. 4.

Art.9 - Disposizioni generali

1. In virtù dell'art.26, comma 6, del d.lgs.l 14/98 il quale, fra l'altro, ha soppresso la voce n.50 della tabella e) allegata al D.P.R. n.300/92, come modificata ed integrata dal D.P.R. n.407/94, 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 7 agosto 1990, n. 241.
2. Il comune stabilisce i termini per la conclusione del procedimento per il rilascio delle autorizzazioni. In assenza di alcuna determinazione si applicano i termini previsti dalla l. 241/90.

Art.10 - Orari di vendita

1. Ai punti vendita esclusivi che non hanno esteso la vendita ad altre tipologie merceologiche del settore non alimentare e/o alimentare e ai punti vendita non esclusivi di cui all'articolo 2, comma 3, lettera e) del decreto si applicano le disposizioni di cui all'art. 13, comma 1, del d.lgs.l 14/98.
2. Ai punti vendita esclusivi che hanno esteso la vendita ad altre tipologie merceologiche e ai punti vendita non esclusivi si applica il regime di orario previsto per l'attività connessa economicamente prevalente.
3. Per i punti vendita esclusivi e/o non esclusivi collocati all'interno dei centri commerciali si applica l'orario di apertura previsto per il centro commerciale nel suo complesso, così come disposto dall'art. 9, comma 5 della legge regionale 13 agosto 2004, n. 15.
4. Il Sindaco, nel rispetto delle vigenti normative nazionali e regionali in materia di orari dei pubblici esercizi e delle attività commerciali, può, sentite le associazioni degli editori e dei distributori, nonché le

organizzazioni sindacali maggiormente rappresentative a livello provinciale dei rivenditori e dei consumatori, determinare l'orario minimo di vendita dei punti vendita esclusivi e non esclusivi nell'ambito delle competenze di cui all'articolo 50 del d.lgs. 18 agosto 2000, n. 267 con la finalità di garantire comunque un servizio ai consumatori.

Art. 11 - Parità di trattamento e modalità di vendita.

1. Sia i punti vendita esclusivi che i punti vendita non esclusivi assicurano parità di trattamento tra le diverse testate poste in vendita.
2. Il prezzo dei prodotti non può subire variazioni in relazione alla tipologia di punto vendita. Anche 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.
3. E' fatto obbligo ai rivenditori di prevedere un adeguato spazio espositivo per le testate poste in vendita.
4. E' vietata l'esposizione al pubblico di giornali, riviste e materiale pornografico, indipendentemente dal contenuto, osceno o meno, della copertina.
5. Le condizioni e le modalità ora elencate si applicano anche alla stampa estera posta in vendita in Italia.

Art. 12 - Sanzioni.

1. In caso di violazione delle disposizioni contenute nel decreto legislativo si applicano le norme di cui all'articolo 22 del d.lgs. 14/98 in quanto compatibili.

Titolo III - Programmazione dei punti vendita

Art. 13 - Criteri per l'adozione dei piani di localizzazione.

1. I comuni adottano i piani di localizzazione di cui all'articolo 6 del decreto legislativo al fine di:
 - a) favorire la diffusione dell'informazione a mezzo stampa;
 - b) permettere un razionale insediamento dei punti di vendita esclusivi su tutto il territorio comunale;
 - c) assicurare il giusto contemperamento tra il pubblico interesse alla massima diffusione dei punti vendita di quotidiani e periodici e il privato interesse delle rivendite già esistenti di evitare una eccessiva concorrenza nel settore con conseguente riduzione del singolo volume di vendita.
2. Prima dell'adozione del piano di localizzazione i comuni provvedono a:
 - a) suddividere il territorio comunale in zone secondo criteri di omogeneità;
 - b) determinare per ciascuna zona del territorio comunale:
 - 1) la dislocazione dei punti vendita esclusivi e non esclusivi attualmente esistenti;
 - 2) la densità di popolazione;
 - 3) il numero di famiglie;
 - 4) le caratteristiche urbanistiche e sociali;
 - 5) l'entità delle vendite di quotidiani e periodici negli ultimi due anni;
 - 6) le condizioni di accesso con particolare riferimento alle zone insulari, rurali o montane;
 - 7) i flussi di popolazione non residente, comprese le correnti turistiche, permanenti e stagionali;
 - 8) le strutture scolastiche e universitarie, i centri culturali e d'informazione, gli uffici pubblici e privati, le strutture industriali, produttive, commerciali e ricettive, gli ospedali, le stazioni ferroviarie, le autostazioni e gli aeroporti;
 - 9) garantire l'idonea partecipazione al procedimento amministrativo di adozione del piano di localizzazione delle associazioni degli editori e dei distributori, nonché delle organizzazioni sindacali maggiormente rappresentative a livello provinciale dei rivenditori e dei consumatori.
3. Il piano di localizzazione comunale dei punti vendita esclusivi determina, per ciascuna zona individuata, il numero massimo degli esercizi di vendita. A questo scopo il comune effettua le opportune valutazioni circa le caratteristiche demografiche, sociali ed economiche di ciascuna zona, così come descritto al punto **b)** del comma 2.
4. Il piano di localizzazione può anche stabilire la distanza minima che deve intercorrere tra due diversi punti vendita al fine di assicurare un'equilibrata diffusione dei prodotti editoriali.

5. 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 un punto vendita non esclusivi ad un punto vendita esclusivo quando lo stesso è inserito in una media o grande struttura di vendita, con arrotondamento all'unità inferiore;
 - 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 un punto vendita non esclusivo ad un punto vendita esclusivo quando lo stesso è inserito in una media o grande struttura di vendita, con arrotondamento all'unità inferiore;
 - e) 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.
6. Nella determinazione dei rapporti di cui alle lettere a) e b) i punti vendita autorizzati di diritto in seguito alla sperimentazione, effettuata ai sensi dell'art. 1 della 1.108/99, sono considerati a tutti gli effetti come punti vendita non esclusivi anche se hanno ottenuto l'autorizzazione alla vendita di entrambi le tipologie di prodotti editoriali.
7. Rispetto alla situazione accertata, i piani comunali possono prevedere un incremento dei punti vendita esclusivi, qualora in base all'applicazione dei parametri di seguito indicati venga raggiunto un punteggio minimo pari a 1,50 punti. In presenza di tale fattispecie, l'incremento dei punti vendita esclusivi dovrà conformarsi al rapporto di un nuovo punto vendita esclusivo ogni 2.500 residenti.
 - 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
8. Per i comuni a prevalente economia turistica e le città d'arte, individuati ai sensi della legge regionale 28 dicembre 1999, n. 62, è consentito l'incremento di cui al comma 7 se in base ai parametri ivi indicati è raggiunto un punteggio minimo complessivo pari ad 1 punto.
9. In ogni caso, rispetto alla situazione accertata, i comuni possono prevedere un incremento di una ulteriore unità in relazione a rilevanti fenomeni di nuova urbanizzazione interessanti il territorio comunale sprovvisto di punti vendita.
10. Nei comuni capoluogo di provincia e nei comuni con popolazione superiore ai 20.000 abitanti gli indicatori di cui al precedente comma si applicano per aree urbane differenziate con eventuale riferimento alla suddivisione amministrativa per circoscrizioni o quartieri o frazioni. I trasferimenti di punti vendita esclusivi nell'ambito del comune o delle aree differenziate di cui sopra hanno priorità rispetto all'autorizzazione di nuovi punti vendita.
11. I Piani di localizzazione individuano i punti vendita esclusivi per i quali si prevede, in relazione alle caratteristiche delle zone e all'entità dei flussi turistici, permanenti e stagionali, il rilascio di autorizzazioni stagionali. A tali punti di vendita non si applicano le disposizioni di cui al precedente comma 7.
12. Al fine di rendere più efficiente il servizio ai consumatori nei comuni montani e nei comuni con popolazione inferiore ai 3.000 abitanti che sono sprovvisti di punti vendita, sia esclusivi che non esclusivi, non si applicano le disposizioni di cui al precedente comma 7.
13. Sino all'adozione della nuova programmazione regionale in materia di rete distributiva carburanti continuano ad avere efficacia le disposizioni di cui all'articolo 23 "Direttive per le attività commerciali all'interno degli impianti stradali" dell'Allegato alla deliberazione consiliare 18 febbraio 1998, n. 3. I punti vendita autorizzati in base a tale disposizione possono vendere quotidiani o periodici o entrambe le tipologie di prodotto.
14. I comuni stabiliscono i criteri per il rilascio delle autorizzazioni nel caso di domande concorrenti privilegiando, in particolare, la soluzione migliore dal punto di vista della localizzazione, dell'accessibilità e delle aree di sosta.

Art.14 - Criteri per il rilascio delle autorizzazioni per punti vendita non esclusivi

1. L'autorizzazione per i punti vendita non esclusivi è rilasciata solo previa valutazione dei parametri di cui all'articolo 3, comma 4, lettera a).
2. Al fine di garantire uniformità ed equità di trattamento nonché trasparenza nell'azione amministrativa, il comune adotta un provvedimento di carattere generale contenente i criteri, conformi ai parametri di cui al comma 1, cui fare riferimento per il rilascio di nuove autorizzazioni. Nel rilascio di nuove autorizzazioni per punto vendita non esclusivo il comune tiene presente la funzione di completamento del servizio resa da questa tipologia di rivendite.
3. Nell'adozione dei criteri di cui al comma 2, i comuni possono applicare le disposizioni di cui all'articolo 13.
4. I criteri per il rilascio di autorizzazioni per punti vendita non esclusivi possono costituire appendice dei piani di localizzazione.
5. La domanda per punto vendita non esclusivo non può essere dichiarata improcedibile per mancanza dei criteri di cui al comma 2. Il comune deve comunque procedere al rilascio o al diniego dell'autorizzazione sulla base dei parametri di cui al comma 1. Il procedimento si conclude nei termini previsti dalle norme procedurali di ciascun comune o, in mancanza, nei termini di cui alla legge 241/90.

Art. 15 - Durata temporale del piano di localizzazione.

1. In sede di adozione del piano di localizzazione ogni comune determina la durata temporale dello stesso. La durata non può essere inferiore a 4 anni.

Art. 16 - Validità dei piani di localizzazione adottati.

1. I comuni provvedono alla riformulazione dei piani di localizzazione adottati, ai sensi dell'articolo 6, comma 2, del decreto legislativo, in assenza dei criteri regionali. La revisione di cui sopra deve intervenire entro 180 giorni dalla pubblicazione del presente provvedimento nel BUR.

Art. 17 - Termine entro il quale devono essere adottati i piani di localizzazione.

1. I piani di localizzazione sono adottati entro 180 giorni dalla pubblicazione del presente provvedimento nel BUR.

Art. 18 - Assenza del piano di localizzazione

1. In assenza del piano di localizzazione, ovvero della sua mancata riformulazione ai sensi dell'articolo 16, non possono essere rilasciate nuove autorizzazioni per punti vendita esclusivi, salvo che nei casi previsti dall'articolo 6.

**Deliberazione della Giunta
n. 3387 del 29 ottobre 2004**

OGGETTO:

**Criteri per l'applicazione del Decreto Legislativo 24 aprile 2001, n. 170.
Modifica alla DGR n. 1409 del 16 maggio 2003, come modificata dalla DGR n.
1806 del 13 giugno 2003.**

L'Assessore regionale Raffaele Grazia riferisce quanto segue:

Con D.G.R. n. 1409 del 16 maggio 2003, così come modificata dalla D.G.R. 1806 del 13 giugno 2003, sono stati approvati i criteri per l'applicazione del decreto legislativo 24 aprile 2001, n. 170 "Riordino del sistema di diffusione della stampa quotidiana e periodica, a norma dell'art. 3 della legge 13 aprile 1999, n. 108".

Tali criteri prevedono all'art. 10, comma 3, che "Per i punti di vendita esclusivi e /o non esclusivi collocati all'interno dei centri commerciali si applica l'orario di apertura previsto per il centro commerciale nel suo complesso, così come disposto dall'art. 9, comma 3, della legge regionale 9 agosto 1999, n. 37. " .

Il 18 agosto 2004 è entrata in vigore la Legge regionale 13 agosto 2004, n. 15, "Norme di programmazione per l'insediamento di attività commerciali nel Veneto" che all'art. 9, comma 5, prevede che "Per i centri commerciali, l'orario di apertura adottato deve essere applicato a tutte le attività facenti parte degli stessi, ivi incluse le attività artigianali."

In considerazione di quanto sopra esposto, si rileva la necessità di recepire nel testo dell'art. 10, comma 3, della D.G.R. n. 1409 del 16 maggio 2003, così come modificata dalla D.G.R. 1806 del 13 giugno 2003, il dispositivo dell'art. 9, comma 5, della Legge regionale in parola. L'Assessore regionale Raffaele Grazia sottopone alla Giunta il presente provvedimento.

LA GIUNTA REGIONALE

Udito il relatore Assessore regionale Raffaele Grazia il quale dà atto che la struttura competente ha attestato l'avvenuta regolare istruttoria della pratica, anche in ordine alla compatibilità con la vigente legislazione regionale e statale;

Vista la Legge 13 aprile 1999, n. 108, relativa a "Norme in materia di punti vendita per la stampa quotidiana e periodica";

Visto il decreto legislativo 24 aprile 2001, n. 170 "Riordino del sistema di diffusione della stampa quotidiana e periodica, a norma dell'art. 3 della legge 13 aprile 1999, n. 108.";

Visto l'art. 10, comma 3 della D.G.R. n. 1409 del 16 maggio 2003, così come modificata dalla D.G.R. 1806 del 13 giugno 2003;

Vista la legge regionale 13 agosto 2004, n. 15 "Norme di programmazione per l'insediamento di attività commerciali nel Veneto";

DELIBERA

1. di approvare il nuovo testo dell'art. 10, comma 3, che risulta essere il seguente:
" Per i punti di vendita esclusivi e/o non esclusivi collocati all'interno dei centri commerciali si applica l'orario di apertura previsto per il centro commerciale nel suo complesso, così come disposto dall'art. 9, comma 5, della legge regionale 13 agosto 2004, n. 15. ";
2. di disporre la pubblicazione della presente deliberazione sul Bollettino Ufficiale della Regione. Sottoposto a votazione il provvedimento viene approvato con voti unanimi e palesi.

IL SEGRETARIO F.F. IL VICE PRESIDENTE

Dott. Franco Denti Avv. Fabio Gava

LEGGE 13 aprile 1999, n. 108(1).

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

1. Sperimentazione di nuove forme di vendita dei giornali.

1. ... (2).

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.

(2) Aggiunge la lett. d-bis) all'[undicesimo comma dell'art. 14](#), [L. 5 agosto 1981, n. 416](#).

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.

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 [\(3\)](#).

[\(3\)](#) In attuazione della delega di cui al presente articolo vedi il [D.Lgs. 24 aprile 2001, n. 170](#).

4. Disposizioni transitorie - Abrogazione.

1. Fino alla data di entrata in vigore del decreto legislativo di cui all'articolo 3, gli esercizi commerciali in cui è stata effettuata la sperimentazione possono continuare a vendere i prodotti editoriali prescelti. Ai medesimi

esercizi l'autorizzazione alla vendita dei giornali, quotidiani e periodici, è rilasciata, qualora richiesta, di diritto.

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

5. Entrata in vigore.

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

DLT 31/03/1998 n.114 - Decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 114 (in Suppl. ordinario alla Gazz. Uff., 24 aprile, n. 95). - Riforma della disciplina relativa al settore del commercio, a norma dell'articolo 4, comma 4, della l. 15 marzo 1997, n. 59 (1).

Articolo 4

Definizioni e ambito di applicazione del decreto.

1. Ai fini del presente decreto si intendono:

a) per commercio all'ingrosso, l'attività svolta da chiunque professionalmente acquista merci in nome e per conto proprio e le rivende ad altri commercianti, all'ingrosso o al dettaglio, o ad utilizzatori professionali, o ad altri utilizzatori in grande. Tale attività può assumere la forma di commercio interno, di importazione o di esportazione;

b) per commercio al dettaglio, l'attività svolta da chiunque professionalmente acquista merci in nome e per conto proprio e le rivende, su aree private in sede fissa o mediante altre forme di distribuzione, direttamente al consumatore finale;

c) per superficie di vendita di un esercizio commerciale, l'area destinata alla vendita, compresa quella occupata da banchi, scaffalature e simili. Non costituisce superficie di vendita quella destinata a magazzini, depositi, locali di lavorazione, uffici e servizi;

d) per esercizi di vicinato quelli aventi superficie di vendita non superiore a 150 mq. nei comuni con popolazione residente inferiore a 10.000 abitanti e a 250 mq. nei comuni con popolazione residente superiore a 10.000 abitanti;

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;

f) per grandi strutture di vendita gli esercizi aventi superficie superiore ai limiti di cui al punto e);

g) per centro commerciale, una media o una grande struttura di vendita nella quale più esercizi commerciali sono inseriti in una struttura a destinazione specifica e usufruiscono di infrastrutture comuni e spazi di servizio gestiti unitariamente. Ai fini del presente decreto per superficie di vendita di un centro commerciale si intende quella risultante dalla somma delle superfici di vendita degli esercizi al dettaglio in esso presenti;

h) per forme speciali di vendita al dettaglio:

1) la vendita a favore di dipendenti da parte di enti o imprese, pubblici o privati, di soci di cooperative di consumo, di aderenti a circoli privati, nonché la vendita nelle scuole, negli ospedali e nelle strutture militari esclusivamente a favore di coloro che hanno titolo ad accedervi;

2) la vendita per mezzo di apparecchi automatici;

3) la vendita per corrispondenza o tramite televisione o altri sistemi di comunicazione;

4) la vendita presso il domicilio dei consumatori.

2. Il presente decreto non si applica:

a) ai farmacisti e ai direttori di farmacie delle quali i comuni assumono l'impianto e l'esercizio ai sensi della legge 2 aprile 1968, n. 475, e successive modificazioni, e della legge 8 novembre 1991,

n. 362, e successive modificazioni, qualora vendano esclusivamente prodotti farmaceutici, specialità medicinali, dispositivi medici e presidi medico-chirurgici;

b) ai titolari di rivendite di generi di monopolio qualora vendano esclusivamente generi di monopolio di cui alla legge 22 dicembre 1957, n. 1293, e successive modificazioni, e al relativo regolamento di esecuzione, approvato con decreto del Presidente della Repubblica 14 ottobre 1958, n. 1074, e successive modificazioni;

c) alle associazioni dei produttori ortofrutticoli costituite ai sensi della legge 27 luglio 1967, n. 622, e successive modificazioni;

d) ai produttori agricoli, singoli o associati, i quali esercitano attività di vendita di prodotti agricoli nei limiti di cui all'articolo 2135 del codice civile, alla legge 25 marzo 1959, n. 125, e successive modificazioni, e alla legge 9 febbraio 1963, n. 59, e successive modificazioni;

e) alle vendite di carburanti nonché degli oli minerali di cui all'articolo 1 del regolamento approvato con regio decreto 20 luglio 1934, n. 1303, e successive modificazioni. Per vendita di carburanti si intende la vendita dei prodotti per uso di autotrazione, compresi i lubrificanti, effettuata negli impianti di distribuzione automatica di cui all'articolo 16 del decreto-legge 26 ottobre 1970, n. 745, convertito, con modificazioni, dalla legge 18 dicembre 1970, n. 1034, e successive modificazioni, e al decreto legislativo 11 febbraio 1998, n. 32;

f) agli artigiani iscritti nell'albo di cui all'articolo 5, primo comma, della legge 8 agosto 1985, n. 443, per la vendita nei locali di produzione o nei locali a questi adiacenti dei beni di produzione propria, ovvero per la fornitura al committente dei beni accessori all'esecuzione delle opere o alla prestazione del servizio;

g) ai pescatori e alle cooperative di pescatori, nonché ai cacciatori, singoli o associati, che vendano al pubblico, al dettaglio, la cacciagione e i prodotti ittici provenienti esclusivamente dall'esercizio della loro attività e a coloro che esercitano la vendita dei prodotti da essi direttamente e legalmente raccolti su terreni soggetti ad usi civici nell'esercizio dei diritti di erbatico, di fungatico e di diritti similari;

h) a chi venda o esponga per la vendita le proprie opere d'arte, nonché quelle dell'ingegno a carattere creativo, comprese le proprie pubblicazioni di natura scientifica od informativa, realizzate anche mediante supporto informatico;

i) alla vendita dei beni del fallimento effettuata ai sensi dell'articolo 106 delle disposizioni approvate con regio decreto 16 marzo 1942, n. 267, e successive modificazioni;

l) all'attività di vendita effettuata durante il periodo di svolgimento delle fiere campionarie e delle mostre di prodotti nei confronti dei visitatori, purché riguardi le sole merci oggetto delle manifestazioni e non duri oltre il periodo di svolgimento delle manifestazioni stesse;

m) agli enti pubblici ovvero alle persone giuridiche private alle quali partecipano lo Stato o enti territoriali che vendano pubblicazioni o altro materiale informativo, anche su supporto informatico, di propria o altrui elaborazione, concernenti l'oggetto della loro attività.

3. Resta fermo quanto previsto per l'apertura delle sale cinematografiche dalla legge 4 novembre 1965, e successive modificazioni, nonché dal decreto legislativo 8 gennaio 1998, n. 3.

Articolo 5

Requisiti di accesso all'attività.

1. Ai sensi del presente decreto l'attività commerciale può essere esercitata con riferimento ai seguenti settori merceologici: alimentare e non alimentare.

2. Non possono esercitare l'attività commerciale, salvo che abbiano ottenuto la riabilitazione:

a) coloro che sono stati dichiarati falliti;

b) coloro che hanno riportato una condanna, con sentenza passata in giudicato, per delitto non colposo, per il quale è prevista una pena detentiva non inferiore nel minimo a tre anni, sempre che sia stata applicata, in concreto, una pena superiore al minimo edittale;

c) coloro che hanno riportato una condanna a pena detentiva, accertata con sentenza passata in giudicato, per uno dei delitti di cui al titolo II e VIII del libro II del codice penale, ovvero di ricettazione, riciclaggio, emissione di assegni a vuoto, insolvenza fraudolenta, bancarotta fraudolenta, usura, sequestro di persona a scopo di estorsione, rapina;

d) coloro che hanno riportato due o più condanne a pena detentiva o a pena pecuniaria, nel quinquennio precedente all'inizio dell'esercizio dell'attività, accertate con sentenza passata in giudicato, per uno dei delitti previsti dagli articoli 442, 444, 513, 513-bis, 515, 516 e 517 del codice penale, o per delitti di frode nella preparazione o nel commercio degli alimenti, previsti da leggi speciali;

e) coloro che sono sottoposti ad una delle misure di prevenzione di cui alla legge 27 dicembre 1956, n. 1423, o nei cui confronti sia stata applicata una delle misure previste dalla legge 31 maggio 1965, n. 575, ovvero siano stati dichiarati delinquenti abituali, professionali o per tendenza.

Articolo 13

Disposizioni speciali.

1. Le disposizioni del presente titolo non si applicano alle seguenti tipologie di attività: le rivendite di generi di monopolio; gli esercizi di vendita interni ai campeggi, ai villaggi e ai complessi turistici e alberghieri; gli esercizi di vendita al dettaglio situati nelle aree di servizio lungo le autostrade, nelle stazioni ferroviarie, marittime ed aeroportuali; alle rivendite di giornali; le gelaterie e gastronomie; le rosticcerie e le pasticcerie; gli esercizi specializzati nella vendita di bevande, fiori, piante e articoli da giardinaggio, mobili, libri, dischi, nastri magnetici, musicassette, videocassette, opere d'arte, oggetti d'antiquariato, stampe, cartoline, articoli da ricordo e artigianato locale, nonché le stazioni di servizio autostradali, qualora le attività di vendita previste dal presente comma siano svolte in maniera esclusiva e prevalente, e le sale cinematografiche.

2. Gli esercizi del settore alimentare devono garantire l'apertura al pubblico in caso di più di due festività consecutive. Il sindaco definisce le modalità per adempiere all'obbligo di cui al presente comma.

3. I comuni possono autorizzare, in base alle esigenze dell'utenza e alle peculiari caratteristiche del territorio, l'esercizio dell'attività di vendita in orario notturno esclusivamente per un limitato numero di esercizi di vicinato.

Articolo 17

Apparecchi automatici.

1. La vendita dei prodotti al dettaglio per mezzo di apparecchi automatici è soggetta ad apposita comunicazione al comune competente per territorio.

2. L'attività può essere iniziata decorsi trenta giorni dal ricevimento della comunicazione di cui al comma 1.

3. Nella comunicazione deve essere dichiarata la sussistenza del possesso dei requisiti di cui all'articolo 5, il settore merceologico e l'ubicazione, nonché, se l'apparecchio automatico viene installato sulle aree pubbliche, l'osservanza delle norme sull'occupazione del suolo pubblico.

4. La vendita mediante apparecchi automatici effettuata in apposito locale ad essa adibito in modo esclusivo, è soggetta alle medesime disposizioni concernenti l'apertura di un esercizio di vendita.

Articolo 22

Sanzioni e revoca.

1. Chiunque viola le disposizioni di cui agli articoli 5, 7, 8, 9, 16, 17, 18 e 19 del presente decreto è punito con la sanzione amministrativa del pagamento di una somma da lire 5.000.000 a lire 30.000.000.

2. In caso di particolare gravità o di recidiva il sindaco può inoltre disporre la sospensione della attività di vendita per un periodo non superiore a venti giorni. La recidiva si verifica qualora sia stata commessa la stessa violazione per due volte in un anno, anche se si è proceduto al pagamento della sanzione mediante oblazione.

3. Chiunque viola le disposizioni di cui agli articoli 11, 14, 15 e 26, comma 5, del presente decreto è punito con la sanzione amministrativa del pagamento di una somma da lire 1.000.000 a lire 6.000.000.

4. L'autorizzazione all'apertura è revocata qualora il titolare:

a) non inizia l'attività di una media struttura di vendita entro un anno dalla data del rilascio o entro due anni se trattasi di una grande struttura di vendita, salvo proroga in caso di comprovata necessità;

b) sospende l'attività per un periodo superiore ad un anno;

c) non risulta più provvisto dei requisiti di cui all'articolo 5, comma 2;

d) nel caso di ulteriore violazione delle prescrizioni in materia igienico-sanitaria avvenuta dopo la sospensione dell'attività disposta ai sensi del comma 2.

5. Il sindaco ordina la chiusura di un esercizio di vicinato qualora il titolare:

a) sospende l'attività per un periodo superiore ad un anno;

b) non risulta più provvisto dei requisiti di cui all'articolo 5, comma 2;

c) nel caso di ulteriore violazione delle prescrizioni in materia igienico-sanitaria avvenuta dopo la sospensione dell'attività disposta ai sensi del comma 2.

6. In caso di svolgimento abusivo dell'attività il sindaco ordina la chiusura immediata dell'esercizio di vendita.

7. Per le violazioni di cui al presente articolo l'autorità competente è il sindaco del comune nel quale hanno avuto luogo. Alla medesima autorità pervengono i proventi derivanti dai pagamenti in misura ridotta ovvero da ordinanze ingiunzioni di pagamento.

Articolo 26

Disposizioni finali.

1. Ad eccezione dell'articolo 6, dell'articolo 10, dell'articolo 15, commi 7, 8 e 9, dell'articolo 21, dell'articolo 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. (Omissis) (1).

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'articolo 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'articolo 8 del decreto-legge 1^o 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'articolo 4 della legge 6 febbraio 1987, n. 15; il decreto del Presidente della Repubblica 18 aprile 1994, n. 384; l'articolo 2 del decreto ministeriale 16 settembre 1996, n. 561; l'articolo 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.

(1) Comma abrogato dall'art. 4, l. 13 aprile 1999, n. 108.

Legge 7 agosto 1990, n. 241 (in Gazz. Uff., 18 agosto, n. 192). - Nuove norme in materia di procedimento amministrativo e di diritto di accesso ai documenti amministrativi.

Articolo 19

Dichiarazione di inizio attività

1. Ogni atto di autorizzazione, licenza, concessione non costitutiva, permesso o nulla osta comunque denominato, comprese le domande per le iscrizioni in albi o ruoli richieste per l'esercizio di attività imprenditoriale, commerciale o artigianale il cui rilascio dipenda esclusivamente dall'accertamento dei requisiti e presupposti di legge o di atti amministrativi a contenuto generale e non sia previsto alcun limite o contingente complessivo o specifici strumenti di programmazione settoriale per il rilascio degli atti stessi, con la sola esclusione degli atti rilasciati dalle amministrazioni preposte alla difesa nazionale, alla pubblica sicurezza, all'immigrazione, all'amministrazione della giustizia, alla amministrazione delle finanze, ivi compresi gli atti concernenti le reti di acquisizione del gettito, anche derivante dal gioco, alla tutela della salute e della pubblica incolumità, del patrimonio culturale e paesaggistico e dell'ambiente, nonché degli atti imposti dalla normativa comunitaria, è sostituito da una dichiarazione dell'interessato corredata, anche per mezzo di autocertificazioni, delle certificazioni e delle attestazioni normativamente richieste.

L'amministrazione competente può richiedere informazioni o certificazioni relative a fatti, stati o qualità soltanto qualora non siano attestati in documenti già in possesso dell'amministrazione stessa o non siano direttamente acquisibili presso altre pubbliche amministrazioni.

2. L'attività oggetto della dichiarazione può essere iniziata decorsi trenta giorni dalla data di presentazione della dichiarazione all'amministrazione competente. Contestualmente all'inizio dell'attività, l'interessato ne dà comunicazione all'amministrazione competente.

3. L'amministrazione competente, in caso di accertata carenza delle condizioni, modalità e fatti legittimanti, nel termine di trenta giorni dal ricevimento della comunicazione di cui al comma 2, adotta motivati provvedimenti di divieto di prosecuzione dell'attività e di rimozione dei suoi effetti, salvo che, ove ciò sia possibile, l'interessato provveda a conformare alla normativa vigente detta attività ed i suoi effetti entro un termine fissato dall'amministrazione, in ogni caso non inferiore a trenta giorni. È fatto comunque salvo il potere dell'amministrazione competente di assumere determinazioni in via di autotutela, ai sensi degli articoli 21 *-quinquies* e 21 *-nonies*. Nei casi in cui la legge prevede l'acquisizione di pareri di organi o enti appositi, il termine per l'adozione dei provvedimenti di divieto di prosecuzione dell'attività e di rimozione dei suoi effetti sono sospesi, fino all'acquisizione dei pareri, fino a un massimo di trenta giorni, scaduti i quali l'amministrazione può adottare i propri provvedimenti indipendentemente dall'acquisizione del parere. Della sospensione è data comunicazione all'interessato.

4. Restano ferme le disposizioni di legge vigenti che prevedono termini diversi da quelli di cui ai commi 2 e 3 per l'inizio dell'attività e per l'adozione da parte dell'amministrazione competente di provvedimenti di divieto di prosecuzione dell'attività e di rimozione dei suoi effetti.

5. Ogni controversia relativa all'applicazione dei commi 1, 2 e 3 è devoluta alla giurisdizione esclusiva del giudice amministrativo (1).

(1) Articolo prima sostituito dall'art. 2, L. 24 dicembre 1993, n. 537, poi modificato dall'art. 21, L. 11 febbraio 2005, n. 15 ed infine così sostituito dall'art. 3, D.L. 14 marzo 2005, n. 35. Vedi, anche, il D.P.R. 26 aprile 1992, n. 300, il D.P.R. 9 maggio 1994, n. 407, e il D.P.R. 9 maggio 1994, n. 411.

L.R. 13 agosto 2004, n. 15 ⁽¹⁾. “Norme di programmazione per l'insediamento di attività commerciali nel Veneto”

Art. 9

Centri commerciali.

1. Ai fini della presente legge si definisce centro commerciale una media o grande struttura di vendita provvista di spazi di servizio o infrastrutture comuni gestiti unitariamente, costituita da almeno due esercizi commerciali inseriti in una struttura unitaria o articolati in più edifici.
2. Al fine di assicurare la gestione unitaria di spazi di servizio o infrastrutture comuni nonché il coordinamento dell'attività del centro commerciale nei confronti della pubblica amministrazione, ogni centro commerciale deve individuare un soggetto referente informandone Comune, Provincia e Regione.
3. Le autorizzazioni amministrative relative a singoli esercizi collocati all'interno di centri commerciali non possono essere trasferite al di fuori dei centri commerciali stessi.
4. I centri commerciali possono essere integrati da esercizi per la somministrazione al pubblico di alimenti e bevande in deroga, alla specifica programmazione comunale di settore. Tali esercizi non contribuiscono a formare la superficie massima di vendita dei centri commerciali di cui fanno parte e sono tenuti ad osservare gli orari dei centri stessi, ai sensi del comma 5.
5. Per i centri commerciali, l'orario di apertura adottato deve essere applicato a tutte le attività facenti parte degli stessi, ivi incluse le attività artigianali.
6. Sono consentite deroghe al regime degli orari di cui al comma 5 per gli esercizi di somministrazione al pubblico di alimenti e bevande situati all'interno dei locali adiacenti e comunicanti a quelli ove si svolge l'attività di intrattenimento di cui all'articolo 8, comma 1, lettera h), purché detti locali siano funzionali all'attività sopracitata e dotati di accessi all'esterno indipendenti e comuni all'attività di intrattenimento.
7. Ai titolari di autorizzazioni relative a strutture o centri commerciali rilasciate ai sensi della legge 11 giugno 1971, n. 426 "Disciplina del commercio" fino al 10 agosto 1999, data di entrata in vigore della legge regionale 9 agosto 1999, n. 37 "Norme di programmazione per l'insediamento di attività commerciali nel Veneto", non può essere negata dal comune l'autorizzazione alla modifica della ripartizione interna della superficie di vendita nella misura massima del cinquanta per cento di quella prevista dall'autorizzazione originaria per ciascun esercizio o insieme di esercizi, fermi restando comunque il limite massimo di superficie complessiva autorizzata e il rapporto tra settori merceologici. Per autorizzazione originaria s'intende l'autorizzazione rilasciata ai sensi della legge n. 426 del 1971, valida al momento della presentazione della domanda di ripartizione.
8. Le strutture commerciali di cui al comma 7 sono, a tutti gli effetti, qualificate unitariamente centri commerciali ai sensi del comma 1. Per tali strutture, la richiesta di autorizzazione alla ripartizione interna della superficie di vendita deve essere presentata entro il termine perentorio di giorni 90 dalla data di entrata in vigore della presente legge. Decorso inutilmente tale termine, l'autorizzazione alla ripartizione interna non può essere concessa.

Art. 13

Esercizi di vicinato.

1. L'apertura, il trasferimento di sede, l'ampliamento di superficie, il subingresso degli esercizi di vicinato come individuati all'articolo 7, comma 1, lettera a), ove non inseriti in parchi commerciali,

sono subordinati a previa denuncia di inizio attività da parte degli interessati al comune competente per territorio, effettuata secondo le disposizioni di cui all'articolo 19 della legge 7 agosto 1990, n. 241 e successive modificazioni ed integrazioni.

2. Gli esercizi di vicinato possono essere oggetto di ampliamento, accorpamento o concentrazione entro i limiti stabiliti dall'articolo 7, comma 1, lettera a).

3. Gli esercizi di vicinato possono essere insediati sull'intero territorio comunale, nel rispetto delle norme urbanistiche del piano regolatore vigente.

**ALLEGATO 1 DELLA D.G.R. N. 1562 DEL 26 MAGGIO 2004
CRITERI E DIRETTIVE PER LA RAZIONALIZZAZIONE E
L'AMMODERNAMENTO DELLA RETE DISTRIBUTIVA DI
CARBURANTI**

ART. 16

ATTIVITA' COMPLEMENTARI

1. Gli esercizi commerciali di vicinato, le edicole e gli esercizi di somministrazione di alimenti e bevande possono essere installati all'interno delle aree di servizio, nel rispetto della normativa vigente e dei relativi piani comunali di settore.

2. In attesa dell'emanazione dei criteri regionali, i Comuni possono, in deroga ai piani comunali di settore, autorizzare l'apertura di edicole e di esercizi di somministrazione di alimenti e bevande all'interno degli impianti stradali di carburanti a condizione che sia accertata la presenza dei seguenti requisiti:

superficie minima di servizio non inferiore a quanto previsto all'art. 9 lett.

a) per i nuovi impianti e lett. b) e c) per quelli esistenti;

distanza minima da attività similari pari a 600 metri, ridotti a 200 all'interno dei centri abitati formalmente delimitati. Sono ritenuti similari tutti gli esercizi in cui è autorizzata la somministrazione di alimenti e bevande o la vendita di giornali e riviste anche congiuntamente ad altre attività;

superfici massime concedibili: mq 5 per le edicole e mq 30 per i pubblici esercizi;

orario di apertura e di chiusura uguale per tutte le attività esercitate all'interno dell'impianto di distribuzione di carburante, determinato ai sensi dell'art. 2 della DGR 3906/97.

3. Deve essere sempre prevista apposita area libera e per parcheggi, nel modo seguente:

a) l'area libera non deve essere inferiore al 270% della superficie di somministrazione;

b) l'area destinata a parcheggio, parte dell'area libera, non deve essere inferiore al 180% della superficie di vendita o di somministrazione con un minimo di mq 100;

c) per gli esercizi esistenti l'area libera e di parcheggio devono risultare in aggiunta alla superficie minima di servizio di cui all'art. 9, lett. b) e c) e devono essere organizzate in modo tale da non interferire con il livello di sicurezza e di funzionalità dell'impianto.

1. Le autorizzazioni concesse in deroga ai piani di settore non possono essere trasferite in altro luogo.

2. Ove vengano richieste superfici superiori a quelle fissate dal terzo alinea del comma 2, le stesse dovranno essere esaminate applicando integralmente le norme fissate dalla pianificazione di settore.

ART. 17

ATTIVITA' ACCESSORIE NELLE FASCE DI RISPETTO STRADALE

1. Nelle aree di pertinenza degli impianti di distribuzione di carburante situati all'interno delle fasce di rispetto stradali sono ammissibili, ai sensi dell'art. 2, comma 3 del D.L.gs. n. 32/98, le seguenti attività accessorie:

attività rivolte all'automezzo: lavaggio, grassaggio, gommista, officina meccanica, elettrauto, deposito di olio lubrificante e negozi che pongono in vendita prodotti prevalentemente al veicolo;

attività rivolte alla persona: bar, ristorante, tavole calde, edicole nonché negozi che pongono in vendita prodotti alimentari e non alimentari rivolti prevalentemente alla persona.

2. Per area di pertinenza dell'impianto stradale di distribuzione di carburante si intende l'area su cui insiste l'impianto.

3. In presenza di carenza di servizio e relativamente ad attività rivolte al mezzo quali il lavaggio, ove l'area su cui insiste l'impianto sia insufficiente per un corretto servizio all'utente e non sia oggettivamente possibile ampliarla, è da considerare area pertinente all'impianto anche l'area posta ai lati o antistante l'impianto, purché sia dimostrabile che le attività site nelle aree interessate formino tra loro un complesso funzionalmente unitario.