



*Comune di Ronco Scrivia*

*(Provincia di Genova)*

PIANO DI LOCALIZZAZIONE DELLE  
RIVENDITE ESCLUSIVE E NON ESCLUSIVE  
DI STAMPA QUOTIDIANA E PERIODICA  
E REGOLAMENTO COMUNALE ATTUATIVO  
PER LA RIVENDITA DI STAMPA  
QUOTIDIANA E PERIODICA

(art.71 della legge regionale 1/2007)

*Approvato con D.C.C. n. 22 del 6.06.2008*

## Quadro normativo.

Il settore della vendita di prodotti della stampa quotidiana e periodica, disciplinato in precedenza dalla L. 5/8/1981, n. 416 e dal D.P.R. 27/4/1982 n. 268, è stato recentemente interessato da una profonda riforma normativa, iniziata con la L. 13/04/1999, n. 108, che ha introdotto nuove forme di diffusione dei prodotti editoriali, prevedendo una fase di sperimentazione. La conclusione dell'iter legislativo si è compiuta con l'approvazione della legge regionale n. 1/2007.

Si tratta di una riforma importante considerato che il commercio della stampa quotidiana e periodica è un settore caratterizzato da una certa rigidità, dovuta, alla particolarità del prodotto editoriale, ovvero alla sua deperibilità e al valore nullo dell'invenduto, al prezzo fissato dall'editore, ai canali della distribuzione e in fine alle limitazioni imposte alle aperture di punti vendita.

La legge 108/99, infatti, ha disciplinato per la prima volta, la possibilità per determinate tipologie di esercizi di integrare l'attività di vendita al dettaglio con i prodotti della stampa quotidiana e periodica. La sperimentazione riguardava le seguenti tipologie di esercizi:

- Rivendite di generi di monopolio
- Rivendite di carburanti e di oli minerali con il limite minimo di superficie pari a mq. 1.500
- Bar
- Strutture di vendita come definite dall'art.4 comma 1) lettera e) del D.lgs.114/98, con un limite minimo di superficie di vendita pari a mq 700,
- Esercizi adibiti prevalentemente alla vendita di libri e prodotti equiparati, con un limite minimo di superficie di mq 120
- Esercizi a prevalente specializzazione di vendita, per la vendita delle riviste di identica specializzazione

Gli esercizi in questione potevano comunicare al Comune la partecipazione alla sperimentazione che avrebbe avuto la durata 18 mesi. Gli esercizi potevano scegliere se vendere solo quotidiani, solo periodici o entrambi.

Coloro che avessero effettuato la sperimentazione avrebbero avuto di diritto la possibilità di ottenere l'autorizzazione permanente per la rivendita.

La legge 108/99 costituisce una svolta importante nel sistema di vendita dei quotidiani e periodici, allargando potenzialmente in modo considerevole il canale di diffusione dei prodotti editoriali.

Alcuni studi condotti a livello nazionale, hanno monitorato i risultati della sperimentazione e hanno dimostrato che questa esperienza è stata nel complesso positiva, pur con alcuni problemi. Gli effetti positivi si possono così riassumere:

- è migliorato il servizio al consumatore, che ha potuto disporre di un maggiore numero di alternative di acquisto se pur con forti differenziazioni da una piazza all'altra;
- è diminuito il costo di acquisto del consumatore per effetto della possibilità di concentrare la spesa;
- è aumentata la domanda per effetto della diversificazione assortimentale di supermercati – ipermercati e in minor misura, di bar e tabacchi;
- è aumentato il venduto delle rivendite tradizionali sia in quantità che a valore, per il totale dei prodotti trattati oltre che per le sole testate in sperimentazione, in quanto il mercato è cresciuto ben oltre il sell-out dei nuovi formati in sperimentazione.

Non sempre però la sperimentazione ha portato domanda aggiuntiva e spesso si è tradotta solo in redistribuzione della domanda esistente tra i diversi punti vendita.

Spesso i distributori locali hanno escluso quelle rivendite in sperimentazione che non garantivano un numero minimo di vendite.

Conclusa la sperimentazione, con il D.lgs. 24/2/2001, n. 170 viene riordinata la disciplina generale del settore e viene abrogato l'art.14 della L. 416/81.

La nuova normativa classifica i punti vendita in due tipologie :

- punti vendita esclusivi
- punti vendita non esclusivi

La normativa nazionale demanda poi alle Regioni di fissare gli indirizzi per la predisposizione da parte dei Comuni dei piani di localizzazione dei punti esclusivi, e ai Comuni la predisposizione dei piani stessi, nonché la fissazione di criteri per il rilascio delle autorizzazioni ai punti non esclusivi.

E' chiaro quindi che i vecchi piani comunali di localizzazione delle rivendite di quotidiani e periodici sono da considerarsi superati in quanto fondavano le proprie origini nella L. 416/81 ormai superata.

Il Ministero delle attività produttive con circolare 28/12/2001 n. 3538/C, pur essendo già in vigore la Legge costituzionale 18/10/2001 n. 3 che ha attribuito alle Regioni la competenza legislativa esclusiva in materia di commercio, ha voluto specificare i contenuti del D.lgs. 170/01.

La Regione Liguria, con un comunicato del 22/07/2002 prot. 101276/1581 "Riordino del sistema di diffusione della stampa quotidiana e periodica disposizione esplicative regionali" dopo l'emanazione della Circolare del Ministero delle Attività produttive n. 3538/c del 28/12/2001 ha inteso chiarire la competenza regionale alla luce della riforma del titolo V della Costituzione, e ha comunicato alcune perplessità sotto il profilo della legittimità del documento ministeriale, in particolare per i seguenti aspetti:

- definizione di punto vendita non esclusivo
- obbligo di garantire parità alle testate;
- rilascio dell'autorizzazione di diritto a seguito di sperimentazione;
- applicabilità dei piani comunali previgenti.

Contestualmente la Regione Liguria ha emanato delle direttive a cui i Comuni si devono attenere per la redazione del Piano.

Le direttive individuano in linea generale alcuni criteri per la redazione dei piani di localizzazione delle rivendite esclusive, senza fissare parametri, distanze o modalità di calcolo dalla soglia ottimale di rivendite di quotidiani e periodici ma rimandando ai criteri di cui all'art.6 del D.lgs. 170/01. E' Chiaro quindi che viene demandato ai Comuni fissare tali parametri sulla base delle seguenti caratteristiche da rilevare in sede locale:

- a) densità della popolazione
- b) numero delle famiglie
- c) caratteristiche sociali
- d) caratteristiche urbanistiche
- e) entità delle vendite degli ultimi anni
- f) condizioni di accessibilità
- g) esistenza di altri punti vendita esclusivi e non.

La legge regionale 1/07, all'art. 71, conferma l'utilizzo dello strumento del piano per la programmazione dei punti di vendita della stampa periodica, anche in assenza dei criteri regionali.

## L'edicola come attività economico-culturale

Nell'era del villaggio globale e della comunicazione virtuale, dell'informatizzazione e dell'automazione a tutto campo può sembrare un'operazione azzardata mettere al centro della riflessione sull'informazione e sulla cultura strutture materiali, come sono le edicole, la cui rete è caratterizzata, per lo più, da una diffusa presenza di gestioni a carattere familiare.

Così non è. Negli ultimi anni da divulgatore di informazioni, la rivendita di quotidiani e periodici si è trasformata in diffusore di cultura. Oggi essa è il luogo ove maggiormente viene garantita, ai cittadini, una pluralità di informazione.

Qui è, infatti, possibile reperire oltre al complesso delle testate di giornali e riviste, una pluralità di libri, ogni genere di CD, VHS, DVD, nonché prodotti di approfondimento culturale nei variegati comparti editoriali non ultimi quelli inerenti l'informatica ed internet.

La pluralità di servizi che attualmente si possono trovare nelle edicole, biglietti dell'autobus, ricariche telefoniche, schede nazionali ed internazionali caratterizzano ed identificano "l'unità sociale" di tali strutture.

La variegata merceologia presente e l'insieme dei servizi offerti portano ad individuare l'edicola come in vero e proprio crocevia di culture e democrazia.

Questa caratteristica va salvaguardata anzi rafforzata, di ciò molti iniziano ad avere chiara coscienza.

Nel redigere il provvedimento in questione, infatti, si è tenuto conto della realtà attuale ma anche di come presubilmente si svilupperà prossimamente il Comune.

Nel costruire il nuovo Piano per le rivendite esclusive si è infatti preso in considerazione:

1. il bacino d'utenza (costruito attraverso i parametri socio-demografici e tenendo conto dei maggiori afflussi di visitatori)
2. le vendite dei quotidiani
3. il numero complessivo di punti vendita
4. le zone oggetto di progetti di sviluppo da parte della Civica Amministrazione.

Così come si è preso atto che la fase di sperimentazione (Legge 108/99) che si prefiggeva di trarre una "vendita allargata" che avrebbe dovuto accomunare "il rito del caffè o del pane fresco con quello del giornale" non ha trarre per nulla quel successo dell'iniziativa che faceva presagire uno sviluppo del mercato editoriale con una crescita delle vendite e della pubblicità.

Pertanto nel redigere il provvedimento per le rivendite non esclusive, ci si è mossi nella logica di garantire un servizio alla popolazione residente nelle zone carenti agevolando quei negozi che posti in zone decentrate o nelle frazioni, sopravvivono solo se c'è molteplicità di offerta e la vendita di giornali non costituisce certo l'attività principale.

In questo quadro è auspicabile che qualsiasi intervento legislativo tenga conto della specificità del settore che non è solo una mera attività commerciale ma un servizio a tutti gli effetti per il cui espletamento occorre la partecipazione coordinata di tutta una serie di soggetti dall'editore ai giornalisti, dai tipografi ai grafici, dai distributori ai rivenditori e che tenga altresì conto della situazione attuale e del tipo di lavoro che coinvolge chi vi opera, in genere famiglie, uomini e donne a cui sono imposti orari impegnativi ed ai quali è richiesta un grande professionalità per trattare un prodotto delicato come quello editoriale.

A questo proposito si dovrà tenere conto dell'ultimo "Decreto Bersani", oggi legge, è stato inserito un disegno di legge che prevede la completa liberalizzazione del settore.

### 1.1 La rete locale di diffusione di quotidiani e periodici

Attualmente Ronco Scrivia ha 4 punti di vendita, di cui 2 esclusivi nel capoluogo 1 non esclusivo sempre nel capoluogo e 1 non esclusivo a seguito di sperimentazione nella frazione di Borgo Fornari.

#### Punti di vendita esclusivi:

- Salamone Filippo, C.so Italia (Capoluogo)
- Pantano Maria, Via V. Veneto 102 (Capoluogo)

#### Punti di vendita non esclusivi :

- Gatto Aldo Via Roma 56 (Capoluogo)
- Bar Sport Zanieri C.so T. Trieste (Frazione B. Fornari)

### 1.2 densità della popolazione e del numero delle famiglie

Anno	Popolazione residente	Famiglie
31.12.2004	4380	2140
31.12.2005	4381	2148
31.12.2006	4432	2149

#### Popolazione per al 10.10.2007

FRAZIONI	POPOLAZIONE	FAMIGLIE
Capoluogo - Isolabuona	2974	1443
Borgo Fornari	1204	566
Pietrafraccia	93	55
Malvasi	35	19
Minceto	23	19
Cascine	53	27
Vallecalda	30	18
Cipollina	9	7
Banchetta	10	8
Porale	5	4
Tana d'Orso	8	3
Chiappari	13	6
Costa Lazzari	13	6
Curlo	2	2
Panigasse	60	29

### 1.3 caratteristiche sociali

Il distretto sociale di Ronco Scrivia afferisce alla Comunità Montana Alta Valle Scrivia e si caratterizza per il territorio di tipo appenninico articolato in frazioni più o meno disperse (Minceto, Pietrafraccia, Cascine, Vallecalda ecc.) Il comune di Ronco Scrivia, pur avendo una collocazione periferica rispetto alla città di Genova, non si identifica

come realtà di periferia dormitorio ma, al contrario, conserva e promuove la propria identità culturale ed etnica.

Negli ultimi 20 anni si è assistito ad un movimento della popolazione che ha determinato un nuovo assetto sociale contribuendo a rendere urgente un riesame della situazione dal punto di vista socio-economico. Tale fenomeno ha determinato il superamento delle attività tradizionali e lo spostamento della forza lavoro dalle campagne verso la città.

Una lettura delle problematiche inerenti il territorio porta ad evidenziare alcune situazioni emergenti:

- Precarietà lavorativa e difficoltà di inserimento definitivo nel mondo del lavoro a causa dei contratti atipici creano una ricaduta sui servizi sociali del territorio:
- Mancanza di significativi centri di aggregazione per giovani, soprattutto in relazione alla fascia post scuola dell'obbligo.
- Presenza di un'alta percentuale di anziani spesso soli e residenti nelle frazioni.

#### **DATI SOCIO-DEMOGRAFICI PER FASCE D'ETA'**

- 3 livelli di Scuole dell'obbligo (primaria, secondaria I° grado, secondaria di II° grado)
- 2 Scuole dell'infanzia (una pubblica, una privata in convenzione)
- 1 Asilo Nido Comunale
- Servizi Sociali con personale qualificato
- 1 Biblioteca Comunale
- 1 Società Operaia
- 1 Pubblica Assistenza
- 1 Patronato
- 1 Ambulatorio analisi cliniche privato
- 1 Struttura Ambulatoriale Pubblica
- Società sportive (palestra, campi da calcio)
- Alloggi popolari
- Circoli ricreativi
- Centri culturali
- Parrocchie
- Pro-loco

## **ART. 1 ISTITUZIONE E VALIDITA' DEL PIANO**

Il presente piano disciplina l'attività degli esercizi che sono tenuti alla vendita della stampa quotidiana e periodica e di seguito indicati "punti esclusivi di vendita".

Il piano è adattato in conformità agli indirizzi impartiti dalla Regione Liguria con legge regionale n. 1/2007 e sarà oggetto di eventuale adeguamento una volta emanati gli indirizzi regionali previsti.

## **ART.2 DEFINIZIONI**

Sulla base degli articoli 66-67 della legge regionale 1/07 si intendono per

- **Punti di vendita esclusivi** : quelli individuati dall'art. 66 della L.R. 1/07 e precisamente:
  1. I punti vendita esclusivi possono destinare una parte della superficie di vendita dell'esercizio alla vendita di prodotti appartenenti al settore merceologico non alimentare a condizione che l'esercizio in cui è effettuata la vendita abbia una superficie inferiore o uguale a quella di un esercizio di vicinato di cui all'art. 15 della L.R. 1/07 e che la superficie destinata alla vendita dei prodotti appartenenti al settore non alimentare non sia superiore al trenta per cento della superficie totale.
  2. I punti vendita esclusivi possono porre in vendita i pastigliaggi di cui all'articolo 14 della L.R. 1/07 lettera d) che, limitatamente all'applicazione del presente articolo si considerano inclusi nel settore non alimentare. Fatto salvo quanto previsto al comma 1, la vendita di quotidiani e periodici effettuata da un punto vendita esclusivo deve, rispetto alla restante attività commerciale, avere il carattere di prevalenza determinata dal superamento dell'indice corrispondente al sessanta per cento del volume di affari che deve essere comprovato dai richiedenti. Nel caso in cui i limiti di cui al comma 1 non vengono rispettati, il punto vendita esclusivo verrà sottoposto alla regolamentazione prevista per gli esercizi commerciali, perdendo la qualifica originaria.
- **Punti di vendita non esclusivi** : quelli individuati all'articolo 67 della L.R.1/07 e precisamente:
  - a) le rivendite di generi di monopolio;
  - b) gli impianti di distribuzione di carburanti, con il limite minimo di superficie pari a mq.1.000
  - c) gli esercizi per la somministrazione di alimenti e bevande;
  - d) Le Medie Strutture di Vendita, con un limite minimo di superficie di vendita pari a mq.700
  - e) Le Grandi Strutture di vendita;
  - f) Gli esercizi adibiti prevalentemente alla vendita di libri e prodotti editoriali equiparati con un limite minimo di superficie di vendita pari a mq. 120;
  - g) Gli esercizi a prevalente specializzazione di vendita , con esclusivo riferimento ai periodici di identica specializzazione.

La vendita della stampa negli esercizi di cui al comma 1 è legata e complementare all'attività primaria ed economicamente prevalente. La prevalenza dell'attività è determinata in base al superamento dell'indice corrispondente al sessanta per cento del volume di affari. La vendita della stampa non può essere fisicamente disgiunta dall'attività di vendita primaria. Non è consentito il trasferimento di sede e la cessione della sola attività di vendita della stampa.

### **ART. 3 ZONIZZAZIONE EDICOLE**

A tale proposito il Comune è suddiviso in Capoluogo e Frazioni

#### **SITUAZIONE e PREVISIONE**

<b>ZONA</b>	<b>NUMERO RIVENDITE ESCLUSIVE</b>	<b>PREVISTE ESCLUSIVE</b>	<b>NUMERO RIVENDITE NON ESCLUSIVE</b>	<b>PREVISTE NON ESCLUSIVE</b>
<b>CAPOLUOGO</b>	2	0	1	0
<b>ISOLABUONA</b>	0	0	0	1
<b>BORGO FORNARI</b>	0	0	1	0

### **ART. 4 EDICOLE SU SUOLO PUBBLICO**

Per i chioschi su area pubblica, sia esistenti che di previsione, tenuto conto della finalità della diffusione dell'informazione a mezzo stampa e dell'esigenze di qualificare le aree urbane, il Comune può stabilire, con apposito bando, le condizioni estetiche e funzionali delle apposite edicole, in modo di valorizzare le visibilità e l'accesso al punto vendita.

### **ART.5 ESENZIONE DALL'AUTORIZZAZIONE**

1. Come sancito dall'art. 69 della L.R. 1/07 non è necessaria alcuna autorizzazione:

- a) la vendita nella sede di partiti,enti ,chiese, comunità religiose, sindacati, associazioni, di pertinenti pubblicazioni specializzate
- b) la vendita in forma ambulante di quotidiani di partito, sindacali e religiosi che ricorrano all'opera di volontari a scopo di propaganda politica, sindacale e religiosa;
- c) la vendita, nelle sedi di società editrici e delle loro redazioni distaccate, dei giornali da esse editi;
- d) la vendita di pubblicazioni specializzate non distribuite nei punti vendita di cui al presente capo;
- e) la consegna porta a porta e la vendita in forma ambulante da parte degli editori, distributori ed edicolanti;
- f) la vendita di giornali e riviste nelle strutture turistico-ricettive, ove questa costituisca un servizio ai clienti;
- g) la vendita di giornali e riviste all'interno di strutture pubbliche o private, l'accesso alle quali sia riservato esclusivamente a determinate categorie di soggetti e sia regolamentato con qualsiasi modalità.

2. Le attività di cui al comma 1 sono soggette a previa dichiarazione di inizio attività al Comune competente per territorio di cui all'articolo 18 della L.R. 1/07.

#### **ART.6 SUPERFICIE DI VENDITA**

1. La superficie di vendita dei negozi non può eccedere il limite dimensionale previsto per gli esercizi di vicinato.
2. Le dimensioni dei chioschi per la vendita della stampa quotidiana e periodica, in conformità al vigente regolamento edilizio.
3. L'attività di vendita e la pubblicità editoriale dovranno essere rigorosamente contenute negli spazi risultanti dai titoli abilitativi.

#### **ART.7 ESERCIZIO DELL'ATTIVITA'**

1. L'apertura, il trasferimento di sede e l'ampliamento di un esercizio di vendita della stampa quotidiana e periodica sono soggetti ad autorizzazione rilasciata dal Comune competente per territorio.
2. L'autorizzazione è rilasciata ai soggetti in possesso dei requisiti di cui all'articolo 12 della L.R. 1/07.
3. L'autorizzazione di cui al comma 1 può avere carattere stagionale la cui durata è stabilita dal Comune.
4. L'autorizzazione di cui al comma 1 per i punti di vendita esclusivi e non esclusivi è rilasciata nel rispetto del presente piano comunale.
5. Agli esercizi che hanno effettuato la sperimentazione ai sensi dell'art.1 della L. 108/99 l'autorizzazione alla vendita dei prodotti oggetto della sperimentazione è rilasciata di diritto, a condizione che gli stessi, oltre alla presentazione della comunicazione di cui all'art.1, comma 2 della L. 108/99, abbiano presentato la domanda di autorizzazione entro il termine eventualmente stabilito dal Comune.

#### **ART. 8 ORARI E CHIUSURE TEMPORANEE**

1. Gli orari sono stabiliti con ordinanza sindacale, ai sensi del D.lgs,267/00 e dalla L.R 1/07.
2. Le rivendite esclusive sono tenute ad esporre in luogo ben visibile al pubblico apposito cartello indicante l'orario adottato e le giornate di chiusura.
3. Qualora sia segnalato da parte delle Associazioni di categoria o Organizzazioni sindacali l'inefficienza della rete dovuta a turni di chiusura e orari, o qualora se ne ravvisi la necessità, il Sindaco può determinare, con propria ordinanza, gli orari di apertura e chiusura e i turni di chiusura festivi delle rivendite esclusive, nonché concedere deroghe in materia di orari e giornate di chiusura.
4. Nel caso di chiusure temporanee o ricorrenti, all'esterno dell'esercizio deve essere esposto un cartello ben visibile indicante il periodo di chiusura e le rivendite più vicine che svolgono il servizio di rivendita di giornali
5. Per chiusure superiori a cinque giorni deve essere data comunicazione preventiva all'ufficio Commercio- Polizia Municipale.
6. Nel caso di sospensione temporanea del servizio da parte di rivendita esclusiva, è ammissibile il rilascio di autorizzazione temporanea dalla durata massima di 90 giorni,

eventualmente prorogabili, ad altro soggetto, al fine di sopperire alla temporanea mancanza di servizio dovuta alla chiusura, qualunque ne sia il motivo.

7. La riapertura anche anticipata della rivendita esclusiva comporta al decadenza automatica dell'autorizzazione temporanea. Il rilascio dell'autorizzazione temporanea è subordinato alla verifica del rispetto dei requisiti e distanze previsti per le rivendite esclusive. In caso di domande concorrenti si applica il criterio preferenziale della minore distanza dalla rivendita temporaneamente chiusa. Alle autorizzazioni temporanee non si applica il criterio della prevalenza di cui al precedente art.2.

#### **ART.9 DISTANZE**

Le autorizzazioni per l'apertura, il trasferimento o l'ampliamento di un esercizio di vendita della stampa quotidiana e periodica sono rilasciate quando risulti una distanza di almeno 300 mt tra il nuovo esercizio e quelli preesistenti più vicini. Tale distanza è accertata in metri lineari seguendo il più breve percorso pedonale tra l'ingresso della sede richiesta e quelli degli esercizi in zona. Per gli esercizi situati all'interno di fabbricati, in cortili o aree non soggette ad uso pubblico, la distanza sarà misurata fino alla soglia di accesso al fabbricato o all'area.

#### **ART.10 REVISIONE DEL PIANO**

Il presente piano dovrà essere revisionato ogni 10 anni, salvo diversa disposizione regionale o altre disposizioni incompatibili.

#### **ART. 11 SANZIONI**

1. Nel caso di violazioni alle norme del presente piano, sono irrogate le sanzioni amministrative previste dalla L.R. 1/07 e dalle altre disposizioni regionali.
2. Per le altre violazioni al presente piano, non disciplinate dal comma1 si applica la sanzione amministrativa da € 50 a € 500.
3. Per l'irrogazione delle sanzioni si applicano le disposizioni previste dall'art. 7 bis del D.lgs. 267/00 con le procedure previste dalla L: 689/81 e dalle leggi regionali vigenti.

#### **ART. 12 NORME DI RINVIO**

Per tutto quanto non è contenuto nel presente piano valgono le norme regionali vigenti.