



## **COMUNE DI BRONTE**

***“CITTA’ DEL PISTACCHIO E DELLA CULTURA”***

**PROV. DI CATANIA**

**PIANO DI LOCALIZZAZIONE**

**DEI PUNTI OTTIMALI DI VENDITA**

**DI QUOTIDIANI E PERIODICI**

(Approvato con delibera di Consiglio n. 47 del 25 08.2006)

Vistato dal Capo della IV Area

Ing. Caudullo Salvatore

Redattori:

Istruttore Amm.vo Avilii Selbina

Istruttore Tecnico Bonina Antonino

Istruttore Tecnico Bua Giulia

**Publicato dall’Ufficio Commercio**



## SOMMARIO

- Relazione Illustrativa.....	pag.	3
- Cap. I – Quadro normativo.....	pag.	4
- Cap. II – La nuova classifica delle rivendite.....	pag.	8
- Cap. III – Diffusioni e vendite di quotidiani e periodici a livello nazionale.....	pag.	9
- Cap. IV – Analisi delle caratteristiche del territorio del Comune di Bronte e della rete locale di vendita di quotidiani e periodici.....	pag.	12
4.1 La rete locale di diffusione di quotidiani e periodici...	pag.	13
4.2 Densità della popolazione e del numero di famiglie...	pag.	14
4.3 Rapporto fra popolazione e punti vendi esistenti.....	pag.	16
4.4. Popolazione residente e densità demografica.....	pag.	16
4.5. Rapporto tra famiglie e punti vendita.....	pag.	16
- Cap. V – Entità delle vendite negli ultimi due anni nel Comune di Bronte.....	pag.	18
- Cap. VI – Conclusioni: Possibilità di sviluppo e valutazioni finali.....	pag.	19
- Regolamento di attuazione per la localizzazione delle rivendite esclusive e non esclusive di quotidiani e periodici.....	pag.	21
All. A - Planimetria		

# **RELAZIONE      ILLUSTRATIVA**

## **CAP.I 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 interessato da una profonda riforma normativa, iniziata con la Legge 13/09/1999, n.108, che ha introdotto nuove forme di diffusione dei prodotti editoriali, prevedendo una fase di sperimentazione.

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 infine 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 metri quadrati 1.500
- bar
- strutture di vendita come definite dall'articolo 4, comma 1, lettera e, del decreto legislativo 31 marzo 1998, n.114, con un limite minimo di superficie di vendita pari a metri quadrati 700,( medie strutture di vendita)

- esercizi adibiti prevalentemente alla vendita di libri e prodotti equiparati, con un limite<sup>1</sup> minimo di superficie di metri quadrati 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 di 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 maggior numero di alternative di acquisto seppur 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 tabacchi;

---

<sup>1</sup> UNIVERSITA' DEGLI STUDI DI PARMA-DIPARTIMENTO PER L'INFORMAZIONE E EDITORIA DELLA PRESIDENZA DEL CONSIGLIO DEI MINISTRI "Monitoraggio della sperimentazione dell'allargamento della rete di vendita dei giornali", ottobre 2000

Non sempre però la sperimentazione ha portato domanda aggiuntiva.

Spesso i distributori locali hanno escluso quelle rivendite in sperimentazione che non garantivano un numero minimo di vendite. Si è verificato quindi una selezione dei punti vendita che intendevano partecipare alla sperimentazione, con il risultato che solo il 18% circa di coloro che hanno presentato la comunicazione, hanno realmente venduto quotidiani o periodici.

Conclusa la sperimentazione, con il D.Lgs 24/4/2001, 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 vendita esclusivi, e ai Comuni la predisposizione dei piani stessi, nonché la fissazione dei 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.

La normativa regionale, DECRETO 13 novembre 2002, individua i criteri per la redazione dei piani di localizzazione dei punti ottimali di vendita esclusivi e non esclusivi e viene demandato ai Comuni fissare i parametri sulla base delle seguenti caratteristiche da rilevare in ciascuna zona individuata con particolare riguardo:

- a) alla struttura e densità della popolazione residente;

- b) alle strutture scolastiche e universitarie, centri culturali e di informazioni, uffici pubblici e privati, strutture industriali, produttive, commerciali e ricettive, stazioni ferroviarie, autostazioni e altre strutture similari;
- c) all'assetto viario e delle comunicazioni;
- d) ai flussi di popolazione non residente, comprendendo correnti turistiche stagionali e permanenti;
- e) individuare, per l'ultimo biennio e per ciascuna zona, la situazione relativa ai seguenti indicatori:
  - 1) numero e densità dei punti di vendita esistenti, esclusivi e non esclusivi, anche in rapporto alla superficie territoriale, alla popolazione nonché alle famiglie presenti;
  - 2) localizzazione dei punti di vendita esistenti, mettendo in evidenza, in particolare, le nuove localizzazioni avvenute nel biennio;
  - 3) andamento delle vendite, anche sulla base di dati forniti dalle organizzazioni degli editori, dei distributori e dei rivenditori.

Sulla base delle operazioni indicate, i piani comunali, definiscono la rete dei punti ottimali di vendita esclusivi e non e i relativi ambiti di localizzazione.

Il decreto regionale inoltre fissa i seguenti parametri:

- 1) rapporto minimo tra famiglie residenti e punti vendita esclusivi e non esclusivi non inferiore a 1000;
- 2) una distanza minima tra singoli punti vendita, sia esclusivi che non esclusivi, non inferiore a 350 m. calcolati per il percorso più breve.

## **CAP.II. La nuova classificazione delle rivendite**

Per quanto riguarda la nuova classificazione delle rivendite, la normativa regionale chiarisce cosa si intende per punti esclusivi e punti non esclusivi, e precisamente:

- a) punti vendita esclusivi quelli che, previsti nel piano, sono tenuti alla vendita generale di quotidiani e periodici;
- b) punti vendita non esclusivi, gli esercizi che in aggiunta ad altre merci, sono autorizzati alla vendita di quotidiani o periodici, ovvero di quotidiani e periodici, nonché gli esercizi che, avendo effettuato la sperimentazione ai sensi dell'art. 1 della legge 13 aprile 1999 n.108, hanno ottenuto l'autorizzazione prevista dall'art.2, comma 4, del decreto legislativo 24 aprile 2001, n.170.

### **CAP.III Diffusione e vendite di quotidiani e periodici a livello nazionale.**

Con la sperimentazione della L. 108/99 si è consentito un primo allargamento della rete di vendita da cui risulta che si è dimostrato uno sbocco positivo soprattutto per i periodici che per i quotidiani. Certamente l'operazione si è risolta con un vantaggio per l'acquirente che può beneficiare di un servizio migliorato, soprattutto per la possibilità di concentrare l'acquisto di vari prodotti in un unico punto di vendita.

Ulteriore aspetto da considerare riguarda l'incidenza del tutto marginale degli abbonamenti sulle vendite complessive dei quotidiani. Il livello delle copie vendute in abbonamento resta anormalmente basso (9%). Dal confronto con altri paesi emerge che, ad esclusione di Grecia, Portogallo e Spagna, molti altri paesi rivelano una struttura distributiva in cui gli abbonamenti costituiscono il canale di vendita largamente prevalente.

Avviene in Europa, in paesi come la Finlandia (88%), Danimarca (80%), Olanda (90%) Svezia (77%), Norvegia (75%), Svizzera (90%) e Germania (67%) e avviene fuori Europa, in Giappone (94%), Cina (90%), Corea del Sud (90%).

E' uno stato di cose fortemente penalizzante anche perché i paesi dove gli abbonamenti hanno una incidenza marginale sulle vendite sono quelli dove i livelli diffusionali sono i più depressi.

L'Italia infatti occupa una posizione di retroguardia, superata anche dalla Spagna. Nell'Unione Europea è davanti soltanto alla Grecia e al Portogallo, di cui peraltro non si conoscono i dati più recenti. Emerge che in Italia si vendono in media 105 quotidiani ogni 1000 abitanti. Enormi differenze sono evidenti se si dividono i dati tra grandi aree geografiche. Mentre al Nord e al centro, nel 2001,

sono state vendute, rispettivamente, 132 e 125 copie ogni mille abitanti, vale a dire una copia ogni 7,5 e 8,0 abitanti, al sud ne sono state vendute 60, ossia una copia ogni 16,8 abitanti.

## ARTICOLAZIONE REGIONALE DELLE VENDITE DI QUOTIDIANI

(1999-2000-2001)

Regioni	Copie venduti (quotidiani)					Copie x 1000 abitanti		
	1999	2000	Var.% 00/99	2001	Var.% 01/00	1999	2000	2001
PIEMONTE	445.888	451.226	1,2	445.518	-0,1	104	105	104
VALLE D'AOSTA	14.035	15.466	10,2	15.796	12,5	117	128	131
LOMBARDIA	1.192.330	1.240.124	4,0	1.219.201	2,3	132	136	134
TRENTINO A. A.	170.641	177.684	4,1	179.714	5,3	182	188	191
VENETO	493.642	506.325	2,6	500.531	1,4	109	112	110
FRIULI VEN.G.	195.617	198372	1,4	199.821	2,1	165	167	168
LIGURIA	290.506	304573	4,8	296.243	2,0	179	188	183
EMILIA ROMAG.	570.072	576.483	1,1	565.739	-0,8	143	144	141
<b>TOT.NORD</b>	<b>3.372.730</b>	<b>3.470.253</b>	<b>2,9</b>	<b>3.422.564</b>	<b>1,5</b>	<b>131</b>	<b>134</b>	<b>132</b>
TOSCANA	451.780	456.497	1,0	455.840	0,9	128	129	128
UMBRIA	75.682	77.127	1,9	75.300	-0,5	91	92	90
MARCHE	142.377	130.968	-8,0	139.943	-1,7	97	89	95
LAZIO	711.304	712.136	0,1	722.900	1,6	135	134	136
<b>TOT.CENTRO</b>	<b>1.381.143</b>	<b>1.376.728</b>	<b>-0,3</b>	<b>1.393.983</b>	<b>0,9</b>	<b>124</b>	<b>123</b>	<b>125</b>
ABRUZZO	89.954	95.078	5,7	93.694	4,2	70	74	73
MOLISE	13.665	15.373	12,5	15.053	10,2	42	47	46
CAMPANIA	279.943	301.765	7,8	299.223	6,9	48	52	52
PUGLIA	202.317	212.799	5,2	223.605	10,5	50	52	55
BASILICATA	23.131	23.386	1,1	24.815	7,3	38	39	41
CALABRIA	97.910	109.462	11,8	106.147	8,4	48	54	52
SICILIA	247.160	256.028	3,6	264.553	7,0	49	50	52
SARDEGNA	205.560	212.285	3,3	213.766	4,0	124	129	130
<b>TOT. SUD</b>	<b>1.159.641</b>	<b>1.226.177</b>	<b>5,7</b>	<b>1.240.856</b>	<b>7,0</b>	<b>56</b>	<b>59</b>	<b>60</b>
<b>TOT.ITALIA</b>	<b>5.913.514</b>	<b>6.073.158</b>	<b>2,7</b>	<b>6.057.403</b>	<b>2,4</b>	<b>103</b>	<b>105</b>	<b>105</b>

Fonte: FIEG "La Stampa in Italia ( 1999-2002 )

**EVOLUZIONE TIRATURE E VENDITE GIORNALI QUOTIDIANI A  
LIVELLO NAZIONALE**

**(medie giornaliere – 1990/2002)**

<b>ANNO</b>	<b>TIRATURE MEDIE</b>	<b>% VARIAZIONE</b>	<b>VENDITE MEDIE</b>	<b>% VARIAZIONE</b>
1990	9.763.197	1,2	6.808.501	0,6
1991	9.492.087	-2,8	6.505.426	-4,5
1992	9.429.250	-0,7	6.525.529	0,3
1993	9.245.797	-1,9	6358.997	-2,6
1994	9.030.007	-2,3	6.208.188	-2,4
1995	8.599.394	-4,8	5.976.847	-3,7
1996	8.503.177	-1,1	5.881.350	-1,6
1997	8.143.897	-4,2	5.869.602	-0,2
1998	8.156.405	0,2	5.881.421	0,2
1999	8.204.477	0,6	5.913.514	0,5
2000	8.469.856	3,2	6.073.158	2,7
2001	8.441.250	-0,3	6.057.403	-0,3
2002	8.371.188	-0,8	5.887.795	-2,8

Fonte: FIEG "La Stampa in Italia (1999-2002)

## **CAP.IV. Analisi delle caratteristiche del territorio del Comune di Bronte e della rete locale di vendita di quotidiani e periodici**

### CARATTERISTICHE ECONOMICHE E URBANISTICHE

La comunità Brontese è composta da circa **20.000** abitanti, di cui, secondo gli ultimi dati, il 60% circa è dedito a lavori agricoli, il 15% si dedica all'industria, il 10% al commercio, l'8% all'artigianato, ed il restante 7% alla libera professione ed alla professione impiegatizia. Basa quindi la propria economia prevalentemente sulle attività agricole (per secoli sono state il settore trainante), la zootecnia, l'artigianato, il commercio, i trasporti ed in modo particolare sulla coltivazione del pistacchio, trasformato a Bronte e commercializzato soprattutto verso l'estero. L'economia locale è un incrocio di piccoli artigiani dalle grandi capacità creative, di commercianti ed esportatori di prodotti agricoli, di rimesse, di pensioni, di stipendi tratti dalla scuola, dall'ospedale o dal Comune, di piccoli allevamenti e soprattutto di agricoltura che continua ancora ad occupare un ruolo di primo piano nelle attività economiche.

Il patrimonio edilizio del centro urbano è concentrato in gran parte intorno al corso Umberto, alle chiese e ai palazzi signorili, fanno da cornice le architetture più popolari spesso frutto di autocostruzione con alla base una sostanziale unità culturale.

Tali elementi costituiscono il centro storico, zona omogenea A così come definito dal D.M. 1444 del 02.04.1968, con un originale tessuto viario che spesso chiude le strette vie Urbane attorno a corti fra il pubblico e privato.

Attorno il centro storico ,soprattutto negli ultimi 30 anni ,si sono avuti i nuovi insediamenti edilizi,con la realizzazione a volte in notevole contrasto con tutto l'ambiente urbano precedentemente edificato.

Nella periferia nord-est e ovest ultimamente si è avuta una forte espansione urbanistica che ha portato al trasferimento della residenza di migliaia di famiglie.

I servizi e le attrezzature di interesse generale a disposizione della popolazione residente presentano delle insufficienze macroscopiche e si concentrano soprattutto nel centro storico.

#### **4.1. La rete locale di diffusione di quotidiani e periodici**

Si riporta di seguito l'elenco delle rivendite autorizzate nel Comune di

Bronte:

SEDE ESERCIZIO	ZONA	TIPOLOGIA (esclusiva/ non esclusiva)	PROMISCUA AD ALTRA ATTIVITA'	STATO ATTIVITA'*
C.SO UMBERTO 235	A	ESCLUSIVA	NO	ATTIVA
C.SO UMBERTO 57	A	ESCLUSIVA	SI	ATTIVA
C.SO UMBERTO 134	A	ESCLUSIVA	SI	ATTIVA
C.SO UMBERTO 374	A	ESCLUSIVA	NO	ATTIVA
VIA S. CATERINA 94	B	ESCLUSIVA	SI	ATTIVA
V.LE ANT. GRASSIA 39	C	ESCLUSIVA	SI	ATTIVA

\* RIFERITO A SETTEMBRE 2004

Si rileva che la maggior parte delle rivendite esclusive è promiscua ad altre attività commerciali, in prevalenza rivendite di cartolerie, libri, prodotti per la casa, giocattoli.

All'epoca dell'approvazione del precedente Piano di localizzazione (1994) le rivendite di quotidiani e periodici esistenti erano sei delle quali quattro promiscue ad altre attività commerciali e due con vendita di solo quotidiani e periodici.

Il piano prevedeva la possibilità di autorizzare una nuova rivendita nella zona “ B “ che risultava non coperta dal servizio, alla data di oggi la situazione è invariata e la zona “B” risulta ancora non coperta dal servizio.

Sulla base del piano approvato nel 1994 e della successiva riforma normativa (L.108/99 e D.Lgs. 170/01) sul territorio di Bronte, non sono intervenute variazioni.

Per quanto concerne la “sperimentazione” della L.108/99, nel comune di Bronte, sono pervenute otto comunicazioni da parte di esercizi che intendevano parteciparvi.

Conclusa la sperimentazione, non è pervenuta, da parte dei suddetti esercizi, alcuna domanda di autorizzazione permanente per la vendita di quotidiani e periodici.

## **4.2. densità della popolazione e del numero di famiglie**

La popolazione residente nel comune di Bronte nel corso degli anni novanta e sino al 2002, ha subito un calo costante, nell'anno 2003 si verifica un

leggero incremento di abitanti. La seguente tabella riassume l'andamento demografico:

ANNO	ABITANTI	FAMIGLIE
1993	19.902	6.409
1994	19.968	6.475
1995	19.962	6.518
1996	19.841	6.518
1997	19.809	6.536
1998	19.747	6.514
1999	19.694	6.508
2000	19.652	6.501
2001	18.503	6.396
2002	18.923	6.533
2003	19.097	6.639

Rispetto al 1993, anno in cui è stato redatto il precedente piano di localizzazione delle rivendite di quotidiani e periodici, il numero delle famiglie è aumentato del 3,5% ovvero si contano n. 230 famiglie in più.

E' interessante tenere conto anche della **popolazione fluttuante**, ovvero quella popolazione che gravita nel comune per motivi di studio, lavoro e commercio. Si tratta di flusso giornaliero, costituito prevalentemente da pendolari o da utenti provenienti dal territorio circostante attratti dall'offerta di lavoro, commerciale e di servizi del territorio comunale.

Quello della popolazione fluttuante, è un dato difficile da stabilire con precisione, in quanto, non esistono rilievi specifici ed aggiornati, assumendo come riferimento una indagine statistica dell'anno 2000 effettuata dall'U.T.C., si può pervenire ad una stima approssimativa del valore della popolazione fluttuante media giornaliera sul comune di Bronte di circa 3.900 unità.

Per quanto concerne la densità di abitanti per kmq, possiamo rilevare che la stessa si attesta intorno ai 77 abitanti/kmq.

### 4.3 rapporto fra popolazione e punti vendita esistenti

Il rapporto fra i 7 punti vendita esclusivi e popolazione residente, nel Comune di Bronte risulta essere di **una edicola ogni 2.728 abitanti**.  
Comprendendo anche l'unica rivendita non attiva della zona "B".

zona	ubicazione	abitanti	Rivendite esclusive	Rapporto Abitanti/rivendite
A	Centro storico	10.805	4	2.701
B	Ovest .	4.875	2	2.437
C	Est	3.317	1	3.317

### 4.4 popolazione residente e densità demografica

Per quanto riguarda la distribuzione territoriale della popolazione, assunti come riferimenti le zone citate, essa risulta così composta al 30.09.04

ZONA	RESIDENTI AL 30.9.04	NUMERO FAMIGLIE AL 30.09.04
A	10.805	4.006
B	4.975	1.618
C	3.317	1.015
TOTALE	19.097	6.639

### 4.5 rapporto tra famiglie e punti vendita

Come abbiamo visto al precedente p.to 4.2, è in continuo aumento il numero delle famiglie. Dal 1993 al 2003 c'è stato un aumento da 6.409 a 6.639 famiglie pari a + 3,5%, mentre la popolazione, pur con alcune oscillazioni, è rimasta pressoché costante.

Nel 2003 risulta un rapporto tra numero di famiglie e punti vendita pari a 948 famiglie per punto vendita esclusivo.

Nel 1993 il rapporto era pari a 915 famiglie per punto vendita esclusivo.

Se si esclude la rivendita inattiva della zona "B " alla data odierna abbiamo un rapporto di n.1.106 famiglie per punto vendita. Quindi la copertura del servizio di vendita di quotidiani e periodici in rapporto alle famiglie non è migliorato.

**CAP.V. Entità delle vendite negli ultimi due anni nel comune di  
Bronte**

Un dato fondamentale , in base a quanto previsto dal DECRETO Assessoriale del 13 novembre 2002 art.8 comma 2 lett.c punto 3) , riguarda il venduto di quotidiani e periodici nell'ultimo biennio precedente la programmazione del settore.

I rivenditori non hanno fornito alcun dato, mentre le due agenzie di distribuzione , la ditta ADS MARIA BARONE e la ditta VENTURA GIUSEPPE S.n.c. hanno fornito i dati complessivi del fatturato degli ultimi due anni.

## **CAP-VI Conclusioni: possibilità di sviluppo e valutazioni finali**

La finalità centrale del piano comunale per la disciplina delle rivendite di quotidiani e periodici è quella di individuare, nel rispetto dei parametri rapporto fra popolazione e territorio, la localizzazione ottimale dei punti vendita. Il perseguimento di tale scopo è giustificato dal pubblico interesse per 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.

Considerando le analisi effettuate sulla attuale localizzazione delle rivendite esistenti si è riscontrato che esistono alcune aree del territorio non servite, nelle immediate vicinanze, da rivendite di quotidiani e periodici.

Si deve valutare quindi se sussistono le condizioni per incrementare il numero di rivendite nelle zone più densamente popolate tra quelle non servite da edicole, ovvero la zona C (Borgonuovo) .

La densità dei soli residenti e il numero delle famiglie, nella suddetta zona, non appare sufficiente per richiedere l'insediamento di nuove rivendite esclusive in quanto la popolazione residente in tale area gravita, considerata anche la distanza non elevata dal centro e dalle vie di comunicazione, in prevalenza sull'area centrale, connotata da una elevata presenza di servizi commerciali, direzionali, scolastici e istituzionali.

Dalla valutazione dei dati sulla popolazione residente e fluttuante, esposti nei paragrafi precedenti, si evince che la densità delle rivendite esclusive in

rapporto agli abitanti è adeguata.

**REGOLAMENTO DI ATTUAZIONE  
PER LA LOCALIZZAZIONE DELLE  
RIVENDITE ESCLUSIVE E NON  
ESCLUSIVE DI QUOTIDIANI E  
PERIODICI**

# **REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA DELLE RIVENDITE DI QUOTIDIANI E PERIODICI**

## **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 .

Il Piano è adottato in conformità agli indirizzi impartiti dalla Regione con Decreto del 13.11.2002 e a quanto stabilito dall'art. 6 del D.Lgs. 24 aprile n.170.

## **ART. 2 – DEFINIZIONI**

Sulla base dell'art. 1 del D.Lgs.170/01 e del Decreto Assessoriale 13 novembre 2002, si intendono per:

- a) punti di vendita esclusivi: quelli che, previsti nel piano comunale di localizzazione di cui all'art. 6 del D.Lgs. 170/01, sono tenuti alla vendita generale di quotidiani e periodici:
- b) punti vendita non esclusivi, gli esercizi, previsti dal decreto medesimo, che, in aggiunta ad altre merci, sono autorizzati alla vendita di quotidiani o periodici, ovvero di quotidiani e periodici, nonché gli esercizi che, avendo effettuato la sperimentazione ai sensi dell'art.1 della legge 108/99, hanno ottenuto l'autorizzazione prevista dall'art.2, comma 4, D.Lgs. 170/01. Essi hanno una funzione di completamento della rete di vendita.

Le rivendite esclusive possono ampliare la propria gamma merceologica di vendita.

L'attività di rivendita di quotidiani e periodici deve avere e mantenere in ogni caso carattere di prevalenza rispetto alla restante attività commerciale.

Per considerare prevalente la rivendita di quotidiani e periodici rispetto ad altre attività collaterale si assume come parametro di riferimento la superficie di vendita di quotidiani e periodici, che deve essere almeno il 55% della superficie di vendita complessiva.

### ART. 3 – ZONIZZAZIONE E DISTANZE MINIME

Il territorio comunale è suddiviso nelle seguenti zone, indicate cartograficamente nell'allegato B

Zona A centro storico

Zona B ovest centro storico

Zona C est centro storico

Nel rilascio di autorizzazioni per le nuove edicole esclusive e non esclusive e per il trasferimento nella stessa zona e in zone diverse di esercizi esistenti, si deve osservare una distanza minima di metri 350 se ubicate in centro storico, una distanza minima di 400 metri se ubicate nelle altre zone del territorio Comunale.

La distanza va calcolata secondo il percorso pedonale più breve.

Sono fatte salve le minori distanze preesistenti e i diritti acquisiti.

### ART. 4 – PRESCRIZIONI GENERALI – DURATA

Le presenti norme e direttive, unitamente alla planimetria allegata, costituiscono il Piano di localizzazione dei punti ottimali di vendita esclusivi e non esclusivi di quotidiani e periodici del Comune di Bronte.

Il presente Piano non è soggetto a scadenza.

Il Comune può procedere al suo aggiornamento per sopraggiunte modifiche alla situazione distributiva della rete di vendita, nonché della situazione demografica con la procedura di cui all'art. 6 comma 2 del Decreto Assessoriale 13 novembre 2002.

#### ART.5 – APERTURA , TRASFERIMENTO

L'apertura e il trasferimento di rivendite esclusive e non esclusive sono soggetti ad autorizzazione amministrativa da rilasciarsi nel rispetto delle norme del presente piano, alle disposizioni di legge e regolamentari vigenti in materia di igiene, polizia urbana, edilizia e del Codice della strada.

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

Il richiedente deve:

- a) essere in possesso dei requisiti di accesso all'attività di cui all'art. 3, comma 2, della legge 22 dicembre 1999, n.28;
- b) non prestare la propria opera con rapporto di lavoro continuativo alle dipendenze di altri;
- c) non essere iscritto in albi professionali.

Le domande inoltre devono contenere anche i seguenti ed allegati:

- 1) ubicazione dell'esercizio o del posteggio sul suolo pubblico;

- 2) dimostrazione della disponibilità dei locali o dello spazio pubblico ovvero l'avvio della relativa istruttoria per l'acquisizione di questi ultimi;
- 3) titolarità di autorizzazione per l'esercizio di una delle attività di cui al comma 3 art. 2 del Decreto Regionale 13 novembre 2002, per le rivendite non esclusive;
- 4) planimetria dei locali, a firma di tecnico abilitato, indicante la superficie di vendita destinata ai quotidiani e periodici;
- 5) planimetria dell'area in cui sia evidenziata la localizzazione della nuova rivendita e la rivendita esclusiva e non esclusiva più vicina, indicando la distanza da esse calcolata secondo il percorso pedonale più breve.

In caso di domande concorrenti, si seguiranno in ordine i seguenti criteri di preferenza:

- 1) migliore garanzia di accessibilità e sosta, da valutarsi sulla base di parere del Comando Polizia Municipale e dell'Ufficio Viabilità del Comune;
- 2) maggiore distanza dalle rivendite esistenti, misurata secondo il percorso pedonale più breve;
- 3) ordine cronologico di presentazione di domanda.

L'autorizzazione viene rilasciata nel termine di 60 giorni dalla data dell'istanza.

Qualora nel termine di 60 giorni non venga rilasciata l'autorizzazione o non venga comunicato il diniego, l'autorizzazione si intende negata.

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

Il trasferimento di sede di un punto vendita sia nella stessa zona che in altra zona del piano, è soggetto alla preventiva autorizzazione amministrativa nel rispetto dei parametri numerici e delle distanze di cui all'art.3 del presente regolamento.

Il trasferimento della rivendita non esclusiva di quotidiani e periodici non può avvenire separatamente da quella relativa all'attività prevalente di presupposto e ne segue il regime giuridico amministrativo.

Nei casi di trasferimento temporaneo per cause di forza maggiore, non si applicano le distanze di cui all'art. 3.

#### ART. 6 SUBINGRESSO

Il trasferimento della gestione o della proprietà, la cessazione, sono soggette a semplice comunicazione preventiva al Comune.

In caso di subingresso devono essere allegata dichiarazione attestante il possesso dei requisiti soggettivi e indicati gli estremi dell'atto di cessione.

L'attività può essere continuata senza interruzione dal subentrante a condizione che sia stata presentata la comunicazione al Comune.

#### ART. 7 SUPERFICIE MINIME DI VENDITA E DI ESPOSIZIONE

La superficie di vendita destinata alla esposizione e vendita di quotidiani e periodici non deve essere inferiore a:

- 12 mq. Per le rivendite esclusive che non hanno altre attività commerciali collaterali
- 10 mq. Per le rivendite non esclusive.

La suddetta superficie comprende i banchi, le scaffalature e spazi espositivi. Sono esclusi i depositi, servizi, uffici e le superfici destinate ad altre attività commerciali.

Per gli esercizi di vendita collocati su suolo pubblico o di pubblico passaggio, compatibilmente con i problemi di viabilità e traffico e con gli interessi di uso pubblico del suolo, i chioschi devono avere una dimensione che consenta la più ampia esposizione delle diverse testate e comunque la superficie di vendita deve essere almeno di mq. 6 e non superiore a mq. 30.

#### ART. 8 REVOCA DELL'AUTORIZZAZIONE

L'autorizzazione è revocata nei seguenti casi:

- 1) non venga attivato il punto vendita entro 12 mesi dalla data del titolo autorizzativo, fatta salva la possibilità di proroga per comprovati motivi non dipendenti dal titolare;
- 2) incorra in uno dei casi di cui all'art.3, comma 2 L.R.28/99
- 3) qualora l'operatore sospenda l'attività per un periodo superiore ad un anno;

In quest'ultimo caso si provvede altresì alla revoca del titolo di concessione del posteggio ove l'attività è esercitata presso un chiosco ubicato su area pubblica o su area privata ad uso pubblico.

Accertata la sospensione dell'attività nei termini su indicati, il dirigente competente comunica l'avvio del procedimento di revoca della concessione, contestualmente all'avvio procedimento di revoca dell'autorizzazione.

#### ART. 9 REVOCA CONCESSIONE

1. Il Comune revoca la concessione del posteggio ove è installato il chiosco di rivendita quotidiani e periodici per motivi di pubblico interesse.
2. I motivi della revoca vanno preventivamente comunicati all'interessato ai sensi della L.R. 10/91, indicando l'esistenza di posteggi liberi in altre aree pubbliche comunali.
3. In caso di revoca, l'interessato ha diritto di ottenere un altro posteggio nel territorio comunale. Il nuovo posteggio, concesso in sostituzione, non può avere una superficie inferiore a quella originaria e comunque non inferiore a quella prevista dall'art.7.
4. La revoca, debitamente motivata, è disposta da dirigente competente.
5. Il Comune revoca inoltre la concessione del posteggio per violazione del regolamento per l'occupazione di suolo pubblico, relativamente al pagamento del canone di occupazione.
6. In tal caso si procede alla revoca qualora l'operatore non adempia all'obbligo del pagamento del canone di occupazione per importo pari ad un canone annuale.
7. Nell'ipotesi di cui al primo comma il concessionario non ha diritto all'assegnazione di altro posteggio qualora il medesimo è inadempiente all'obbligo del pagamento del canone annuale.

#### ART.10 CHIUSURA TEMPORANEA DELLA RIVENDITA

In caso di chiusura temporanea e ricorrente 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.

Per chiusura superiore a cinque giorni,deve essere data comunicazione preventiva al Sindaco.

#### ART. 11 PUNTI VENDITA NON ESCLUSIVI

Possono essere autorizzati all'esercizio di un punto vendita non esclusivo:

- a) le rivendite di generi di monopolio;
- b) le rivendite di carburanti e di oli minerali con il limite minimo di superficie pari a metri quadrati 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 medie strutture di vendita, le grandi strutture di vendita, i centri commerciali, così come definiti dalla legge regionale 22 dicembre 1999, n.28, con un limite minimo di superficie di vendite 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 quadri 120;
- f) gli esercizi a prevalente specializzazione di vendita, con esclusivo riferimento alla vendita delle riviste di identica specializzazione.

#### ART.12 ESENZIONE DELL'AUTORIZZAZIONE

Non è necessaria alcuna autorizzazione:

- a) per la vendita nelle sedi dei partiti, enti, chiese, comunità religiose, sindacati, associazioni,di pertinenti pubblicazioni specializzate;

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

#### ART.13 SANZIONI

Ai titolari delle autorizzazioni per la vendita di quotidiani e periodici è fatto divieto di:

- a) rifiutare di porre in vendita una testata e comunque non assicurare la parità di trattamento per le diverse testate previsto dall'art.4 del D.Lgs. n. 170/2001;
- b) esporre e vendere ai minori riviste vietate per legge ai minorenni;

Alle violazioni delle disposizioni contenute nel presente regolamento si applicano le sanzioni previste dai commi 2 e seguenti dell'art.22 della legge regionale 22 dicembre 1999 n. 28.

#### ART. 14 DISPOSIZIONI TRANSITORIE

Sono fatti salvi, per gli operatori che esercitano l'attività di vendita di quotidiani e periodici, i diritti acquisiti alla data di entrata in vigore del presente regolamento.

Per quanto non previsto dal vigente regolamento si applicano le disposizioni di legge e regolamentari vigenti.

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

#### ART. 15 ABROGAZIONE NORME

Le norme regolamentari comunali in contrasto col presente regolamento sono abrogate.

#### ART. 16 RIMANDI

Per tutto quanto non espressamente disciplinato dal presente Piano, si rimanda alle norme vigenti in materia, ed in particolare:

D.Lgs. 31 marzo 1998 n.114

L.R. 22 dicembre 1999 n. 28

D.Lgs. 24 aprile 2001 n.170

Decreto Assessoriale del 13 novembre 2002.

#### ART. 17 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 TULCP n. 267/2000 e 10 disposizioni preliminari al Codice civile.