



COMUNE DI BROLO

Provincia Regionale di Messina

SERVIZIO III

TERRITORIO E LAVORI PUBBLICI

PIANO COMUNALE DI LOCALIZZAZIONE DEI PUNTI OTTIMALI DI VENDITA
DI GIORNALI QUOTIDIANI E PERIODICI

REGOLAMENTO COMUNALE

Approvato con Deliberazione del Consiglio Comunale n.14 del 25.05.2009

INDICE

TITOLO I Disposizioni preliminari

- Art. 1 Disposizioni normative
- Art. 2 Oggetto del piano
- Art. 3 Definizioni
- Art. 4 Definizione del sistema di vendita della stampa quotidiana e periodica
- Art. 5 Esenzione dall' autorizzazione
- Art. 6 Parità di trattamento
- Art. 7 Modalità di vendita
- Art. 8 Esenzione dalla pianificazione

TITOLO II Aspetti generali del piano

- Art. 9 Il territorio comunale
- Art. 10 Sviluppo della popolazione
- Art. 11 Zonizzazione
- Art. 12 Punti vendita esistenti
- Art. 13 Distanza tra i punti vendita

TITOLO III Programmazione della rete di vendita

- Art. 14 Analisi del mercato
- Art. 15 Considerazioni generali
- Art. 16 localizzazione dei punti ottimali di vendita

TITOLO IV Norme di attuazione

- Art. 17 Principi generali
- Art. 18 Funzione, adozione e validità del piano
- Art. 19 Ubicazione e tipologia delle strutture di vendita
- Art. 20 Distanza minima
- Art. 21 Autorizzazioni
- Art. 22 Domanda
- Art. 23 Criteri per l'assegnazione delle autorizzazioni
- Art. 24 Subingressi
- Art. 25 Trasferimenti
- Art. 26 Sanzioni
- Art. 27 Norme di rinvio

TITOLO I DISPOSIZIONI PRELIMINARI

ART. 1

Disposizioni normative

Il piano è previsto dal Decreto Legislativo 24 aprile 2001, n. 170 di "Riordino del sistema di diffusione della stampa quotidiana e periodica, a norma dell'articolo 3 della legge 13 aprile 1999, n. 108", ed è redatto secondo le disposizioni impartite dall'Assessorato regionale della cooperazione, del commercio, dell'artigianato e della pesca con Decreto del 13 novembre 2002.

ART. 2

Oggetto del piano

Il presente piano intende conferire all'Amministrazione comunale di Brolo uno strumento che possa rappresentare una guida valida per una pianificazione dell'attività di vendita di giornali quotidiani e periodici.

Il piano è finalizzato al perseguimento dei seguenti obiettivi:

- a) incremento della diffusione dei mezzi di informazione e stampa mediante, ove necessario, l'aumento del numero delle rivendite e l'ampliamento delle superfici espositive e di vendita;
- b) articolazione omogenea nel territorio comunale, nel rispetto delle diverse realtà sociali ed insediative esistenti, della rete di distribuzione e di vendita dei giornali, quotidiani e periodici, al fine di renderla costantemente adeguata alle esigenze dell'utenza ed, in genere, degli operatori dell'informazione;
- c) facilità di accesso dell'utenza ai punti di vendita della rete distributiva comunale.

ART. 3

Definizioni

Ai fini del presente piano, si intende per:

- "piano", il piano comunale di localizzazione dei punti ottimali di vendita di giornali quotidiani e periodici;
- "punti vendita esclusivi", quelli che - previsti nel piano - sono tenuti alla vendita generale di quotidiani e periodici;
- "punti vendita non esclusivi", gli esercizi previsti nel piano, che - in aggiunta ad altre merci - sono autorizzati alla vendita di quotidiani o periodici, ovvero di quotidiani e periodici. Sono considerati punti vendita non esclusivi, anche i punti vendita misti, autorizzati alla vendita unitamente ad altri prodotti in data anteriore all'entrata in vigore della legge 13 aprile 1999, n. 108, e del decreto legislativo 24 aprile 2001, n. 170;
- "aree pubbliche", le strade, i canali, le piazze, comprese quelle di proprietà privata gravate da servitù di pubblico passaggio ed ogni altra area di qualunque natura destinata ad uso pubblico;
- "posteggio", la parte di area pubblica o privata di cui il comune abbia la disponibilità che viene data in concessione al titolare dell'attività.

ART. 4

Definizione del sistema di vendita della stampa quotidiana e periodica

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

L'attività di cui al comma 1 è soggetta al rilascio di autorizzazioni, nel rispetto delle disposizioni di cui al presente piano.

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

- a) le rivendite di generi di monopolio;
- b) le rivendite di carburanti e di oli minerali con il limite minimo di superficie pari a metri quadrati 1500;
- c) i bar, inclusi gli esercizi posti nell'interno della stazione ferroviaria ed in 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 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.

ART. 5

Esenzione dall'autorizzazione

Non è necessaria alcuna autorizzazione:

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

ART. 6

Parità di trattamento

Nella vendita di quotidiani e periodici i "punti vendita esclusivi" assicurano parità di trattamento alle diverse testate.

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

Le disposizioni di cui al presente piano si applicano anche alla stampa estera posta in vendita in Italia.

ART. 7

Modalità di vendita

La vendita della stampa quotidiana e periodica è effettuata nel rispetto delle seguenti modalità:

- a) il prezzo di vendita della stampa quotidiana e periodica stabilito dal produttore non può subire variazioni in relazione ai punti di vendita, esclusivi e non esclusivi, che effettuano la rivendita;
- b) le condizioni economiche e le modalità commerciali di cessione delle pubblicazioni, comprensive di ogni forma di compenso riconosciuta ai rivenditori, devono essere identiche per le diverse tipologie di esercizi, esclusivi e non esclusivi, che effettuano la vendita;

- c) i punti di vendita, esclusivi e non esclusivi, devono prevedere un adeguato spazio espositivo per le testate poste in vendita;
- d) è comunque vietata l'esposizione al pubblico di giornali, riviste e materiale pornografico.

ART. 8

Esenzione dalla pianificazione

Non rientrano nel novero dei punti di vendita da determinarsi in forza delle disposizioni di cui al presente piano:

- le rivendite ubicate nelle stazioni ferroviarie;
- le rivendite ubicate nelle strade statali al di fuori del centro abitato;
- le rivendite negli esercizi a prevalente specializzazione di vendita, con esclusivo riferimento alla vendita delle riviste di identica specializzazione.

TITOLO II

ASPETTI GENERALI DEL PIANO

ART. 9

Il territorio comunale

Il Comune di Brolo ricade nella parte centrale del versante tirrenico della Provincia di Messina. L'estensione territoriale è di 7,86 Km², ed i suoi confini amministrativi sono: a Nord con il Mare Tirreno, ad Ovest con il territorio del Comune di Naso, a Sud con quello di Ficarra ed a Est con i Comuni di Piraino e di S. Angelo di Brolo. Per maggiore dettaglio si rimanda alla Relazione generale.

ART. 10

Sviluppo della popolazione

I dati ufficiali relativi alla popolazione residente sono riportati nell'Allegato 1 alla Relazione generale alla quale si rimanda. Sempre nel medesimo Allegato 1 sono, altresì, riportati i dati relativi alla popolazione fluttuante.

Art. 11

Zonizzazione

Ai fini del conseguimento degli obiettivi di cui al Decreto assessoriale del 13 novembre 2002, il territorio comunale - nel rispetto dei principi generali previsti nel P.R.G. vigente, nonché della distribuzione e della densità della popolazione residente, della dinamica della popolazione fluttuante, della dislocazione nel contesto urbano delle attività commerciali, direzionali/amministrative, turistiche ed artigianali e della conformazione della rete viaria, - è stato suddiviso in due zone urbanistico-commerciali, la cui linea di confine è rappresentata dalla SS 113:

- Zona Nord, compresa tra la strada statale SS 113 e la linea di costa;
- Zona Sud, delimitata dalla succitata strada statale e dal confine meridionale del territorio comunale.

Art. 12

Punti vendita esistenti

La rilevazione della rete di vendita esistente è stata effettuata per i punti vendita esclusivi e per i punti vendita non esclusivi già autorizzati ai sensi del 4° comma dell'art. 2 del Decreto assessoriale del 13 novembre 2002.

Si è operato oltre che in base alla verifica delle autorizzazioni rilasciate dall'amministrazione comunale, anche tramite indagine diretta per verificare la corrispondenza dei punti vendita con le autorizzazioni rilasciate.

Gli attuali punti vendita esclusivi e non esclusivi sono quelli indicati nelle seguenti Tav. 1 e Tav. 2.

Tav. 1 - Punti di vendita esclusivi esistenti

Numero d'ordine	Ubicazione	Titolare
1	_____	Pidonti Tindaro
2	_____	Monitto Maria Sofia
3	_____	Decimo Rosario

Tav. 2 – Punti di vendita non esclusivi esistenti

Numero d'ordine	Attività principale	Ubicazione	Titolare
4	_____	_____	MAG
5	_____	_____	Central Bar

Art. 13

Distanza tra i punti vendita

Gli attuali punti vendita risultano distanti tra di loro come riportato nella Tav. 3 per i "punti vendita esclusivi", nella Tav. 4 per i "punti vendita non esclusivi" e nella Tav. 5 per i punti vendita esclusi e non esclusivi.

Tav. 3 – Distanza tra i punti di vendita esclusivi (metri)

n.	1	2	3
1	0	_____	_____
2	_____	0	_____
3	_____	_____	0

Tav. 4 – Distanza tra i punti di vendita non esclusivi

n.	4	5
4	0	_____
5	_____	0

Tav. 6 – Distanza tra tutti i punti di vendita

n.	1	2	3	4	5
1	0	_____	_____	_____	_____
2	_____	0	_____	_____	_____
3	_____	_____	0	_____	_____
4	_____	_____	_____	0	_____
5	_____	_____	_____	_____	0

TITOLO III PROGRAMMAZIONE DELLA RETE DI VENDITA

Art. 14

Analisi del mercato

Lo studio sulla stampa in Italia è curato annualmente dall'ufficio studi della FIEG (Federazione Italiana Editori Giornali), sito internet www.fieg.it. Lo stesso studio, preso a

base per l'analisi di mercato di seguito riportata, offre una serie di indicazioni sull'evoluzione dell'editoria giornalistica, quotidiana e periodica.

N.B. Con riferimento alla redazione del piano occorre riportare i dati aggiornati in relazione:

- alla capacità di domanda della popolazione residente e fluttuante;
- all'entità delle vendite nell'ultimo biennio sia dei quotidiani che dei periodici.

Art. 15

Considerazioni generali

Gli obiettivi del piano sono essenzialmente rivolti ad assicurare una più razionale evoluzione delle rete di vendita ed una migliore produttività del servizio da rendere all'utenza. La proposta realizza gli indirizzi programmatici per la ottimale localizzazione dei punti di vendita sul territorio comunale.

La zonizzazione effettuata con il presente piano, riportata nell'art. 11, consente di operare una equilibrata ripartizione dei punti di vendita in tutto il territorio comunale, tenendo conto:

- della struttura e densità della popolazione residente;
- delle strutture scolastiche, centri culturali e di informazione, uffici pubblici e privati, strutture produttive, commerciali e ricettive, stazioni ferroviarie e altre strutture similari;
- dell'assetto viario e delle comunicazioni;
- dei flussi di popolazione non residente, comprendendo correnti turistiche stagionali e permanenti;
- delle localizzazioni dei punti vendita esclusivi e non esclusivi esistenti, per i quali è possibile applicare la deroga di cui al comma 8 dell'art. 9 del Decreto assessoriale del 13 novembre 2002.

Art. 16

Localizzazione dei punti ottimali di vendita

I criteri di localizzazione e i parametri di riferimento sono riferiti alle singole zone individuate nel precedente articolo 11.

In particolare per la formulazione delle risultanze riportate nella Tav. 7 si è tenuto conto dei seguenti indicatori:

- numero e densità dei punti di vendita esistenti, esclusivi e non esclusivi;
- popolazione residente;
- nuclei familiari;
- popolazione fluttuante;
- media giornaliera delle presenze turistiche nel periodo compreso tra l'1/1/2004 ed il 31/12/2007 (vedasi Tab. 2 dell'Allegato 1 alla Relazione generale);
- andamento delle vendite.

Tav. 7 – Localizzazione punti ottimali di vendita

Zona delimitata	Denominazione e zona delimitata	Numero Famiglie rilevate al 28/2/2009	Punti Vendita Esistenti		Punti Vendita Previsti		Disponibilità	
			Esclusivi	Non Esclusivi	Esclusivi	Non Esclusivi	Esclusivi	Non Esclusivi
N. 1	Zona Nord	677	3	1	3	1	0	0
N. 2	Zona Sud	1686	0	1	1	1	1	0

TITOLO IV NORME DI ATTUAZIONE

Art. 17

Principi generali

La presente disciplina è emanata ai sensi del Decreto Legislativo 24 aprile 2001, n. 170 di *"Riordino del sistema di diffusione della stampa quotidiana e periodica, a norma dell'articolo 3 della legge 13 aprile 199, n. 108"*, e del Decreto dell'Assessorato regionale della cooperazione, del commercio, dell'artigianato e della pesca del 13 novembre 2002 recante *"Nuove direttive per la predisposizione dei piani comunali di localizzazione dei punti ottimali di vendita di giornali quotidiani e periodici"*.

Essa costituisce parte integrante del piano di localizzazione dei punti ottimali di vendita di giornali quotidiani e periodici nel territorio comunale.

Per quanto non previsto nel presente piano, si fa riferimento alle disposizioni contenute nel Decreto Legislativo 24 aprile 2001, n. 170, nel Decreto Assessoriale del 13 novembre 2002 e nella Legge Regionale 22 dicembre 1999, n. 28 di *"Riforma della disciplina del commercio"*.

Art. 18

Funzione, adozione e validità del piano

Il piano fissa il numero ed il luogo ottimale dei punti vendita autorizzabili sulla base degli indicatori e dei parametri riportati nel precedente Titolo III.

La localizzazione dei predetti punti vendita è determinata nell'ambito delle singole zone urbanistico-commerciali di cui al precedente articolo II.

Il piano è adottato con atto deliberativo del consiglio comunale.

Copia del piano adottato e della relativa delibera va inviata all'Assessorato regionale della cooperazione, del commercio, dell'artigianato e della pesca - Dipartimento cooperazione, commercio e artigianato - Servizio 5S Commercio.

Il piano di localizzazione dei punti ottimali di vendita di giornali quotidiani e periodici non è soggetto a scadenza.

L'Amministrazione comunale può, facoltativamente, procedere al suo aggiornamento per sopraggiunte modifiche della situazione distributiva della rete di vendita, nonché della situazione demografica.

Art. 19

Ubicazione e tipologia delle strutture di vendita

L'attività di vendita sia esclusiva che non esclusiva può svolgersi in negozi o chioschi laddove ne è consentita l'installazione in funzione agli spazi esistenti e nel rispetto delle norme in materia di concessione di suolo pubblico e relativa programmazione su aree pubbliche, nonché del vigente Codice della strada.

Relativamente ai negozi:

- a) il limite massimo di superficie per i punti vendita esclusivi è quello corrispondente al limite massimo di superficie per gli esercizi di vicinato;
- b) il limite massimo di superficie per i punti vendita non esclusivi è quello consentito per le tipologie di esercizio di cui al precedente art. 4;

Inoltre l'amministrazione comunale dovrà prevedere la possibilità di consentire al titolare dell'autorizzazione amministrativa l'installazione di strutture mobili atte a favorire la pubblicità dei prodotti editoriali commercializzati.

Relativamente ai chioschi la superficie minima dovrà essere non inferiore a 15,00 mq.

Le tipologie dei chioschi, fatti salvi i diritti acquisiti, devono essere consone con gli elementi architettonici presenti nella zona nella quale lo stesso chiosco dovrà essere ubicato. In ogni caso l'amministrazione comunale si riserva la possibilità di indirizzare l'installazione dei chioschi con le modalità e i criteri che riterrà più opportuni.

Art. 20

Distanza minima

Fatte salve le localizzazioni già esistenti, la distanza minima tra due punti vendita esclusivi o non esclusivo, sia a carattere permanente che stagionale, non può essere inferiore a 350 metri, calcolati per il percorso più breve.

Art. 21

Autorizzazione

L'attività di vendita di giornali quotidiani e periodici non può essere esercitata senza specifica autorizzazione tranne nei casi previsti dall'art. 5 del presente piano.

L'autorizzazione amministrativa è rilasciata dal Comune ai sensi del Decreto Legislativo 24 aprile 2001, n. 170 e del Decreto Assessoriale del 13 novembre 2002.

Per gli esercizi che hanno effettuato la sperimentazione ai sensi dell'art. 1 della Legge 13 aprile 1999, n. 108, l'autorizzazione è rilasciata di diritto.

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

Art. 22

Domanda

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 L. R. 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 dati:

- a) ubicazione dell'esercizio o del luogo su suolo pubblico;
- b) dimostrazione della disponibilità dei locali o dello spazio pubblico ovvero l'avvio della relativa istruttoria per l'acquisizione di questi ultimi;
- c) titolarità di autorizzazione per l'esercizio di una delle attività di cui al comma 3 dell'articolo 2 del Decreto Assessoriale del 13 novembre 2002, per le rivendite non esclusive.

Art. 23

Criteri per l'assegnazione delle autorizzazioni

In sede di prima applicazione del presente piano, il nuovo punto vendita individuato sarà assegnato mediante avviso al pubblico predisposto dall'amministrazione comunale entro 4 mesi dall'adozione dello stesso piano.

Nell'avviso al pubblico sarà indicato il punto vendita da assegnare, nonché i requisiti, i termini per la presentazione delle domande e i criteri di valutazione per l'assegnazione dell'autorizzazione amministrativa.

Nel caso di domande concorrenti, le autorizzazioni sono rilasciate tenendo conto, nell'ordine, dei seguenti criteri di priorità:

- istanze di titolari di autorizzazioni per la vendita di giornali quotidiani e periodici che intendano trasferirsi da zone sature in zone con previsione di nuovi punti vendita;

- istanze di soggetti che antecedentemente all'adozione del presente piano, dimostrino di avere inoltrato precedente richiesta di apertura di un punto vendita, non esaminata o rigettata dall' Amministrazione comunale. Nell'eventualità di più concorrenti per il medesimo punto vendita, va accolta l'istanza di colui che, seguendo l'ordine cronologico, precedeva nell'istanza non esaminata o rigettata;
- istanze presentate da richiedenti che dimostrino di possedere titoli di professionalità nel settore, acquisita attraverso l'attività di collaborazione retribuita svolta presso un punto di vendita, continuativamente per almeno due anni ed adeguatamente documentata;
- istanze presentate da chi dimostri la disponibilità dei locali di vendita su aree private.

Art. 24
Subingressi

E' soggetto alla sola comunicazione al Comune il trasferimento della gestione o della proprietà per atto tra vivi o per causa di morte.

Art. 25
Trasferimenti

Nell'eventualità di un trasferimento di un punto vendita, sia esso esclusivo che non esclusivo, devono essere rispettati le previsioni programmatiche previste nel presente piano.

Il trasferimento all'interno della stessa zona commerciale può avvenire solo nel caso della sussistenza della distanza di 350 metri da un altro punto vendita, mentre il trasferimento in un'altra zona commerciale può essere effettuato solo se sussiste, oltre il rispetto della distanza tra singoli punti vendita, anche il rispetto delle previsioni numeriche di punti vendita nella zona considerata.

Art. 26
Sanzioni

Nel caso di violazione della normativa contenuta nel presente piano, nonché nelle direttive regionali, si applicano le sanzioni previste dai commi 2 e seguenti dell'articolo 22 della Legge Regionale 22 dicembre 1999, n. 28.

Art. 27
Norme di rinvio

Per quanto non previsto nel presente piano, si rimanda alle disposizioni contenute nel Decreto Assessoriale del 13 novembre 2002.